



Camino

A LAS

AUDIENCIAS

PÚBLICAS

Herramientas para reflexionar sobre los derechos comunicacionales de chicos y chicas



Defensoría
del Público





Defensora del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual

Cynthia Ottaviano

Jefe de Departamento de Relaciones Institucionales
y Cooperación Internacional Secretaría General

José Ferrero

Dirección de Capacitación y Promoción

Ernesto Lamas

Dirección de Comunicación Institucional

Emilio Recanatini Méndez

Dirección de Relaciones con las Audiencias

Paula Irene Gueler

Dirección de Protección de Derechos y Asuntos Jurídicos

María José Guembe

Dirección de Análisis, Investigación y Monitoreo

Gerardo Halpern

Dirección de Administración

María Celeste Conde

Dirección Legal y Técnica

Daniela Natalia Pérez

DEFENDER TUS DERECHOS ES NUESTRA OBLIGACIÓN

0800-999-3333

www.defensadelpublico.gob.ar



@defdelpublico



/defensoriadelpublico

Camino a las Audiencias Públicas

Presentación

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual establece que la Defensoría del Público tiene entre sus funciones “convocar a Audiencias Públicas en diferentes regiones del país a efectos de evaluar el adecuado funcionamiento de los medios de radiodifusión”. En su primer año la Defensoría llevó a cabo seis audiencias a lo largo del territorio nacional, con el fin de generar un espacio de expresión de inquietudes, opiniones y denuncias sobre la radio y la televisión, y el respeto a lo establecido por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

En este segundo año de trabajo, la Defensoría convoca nuevamente a la realización de seis audiencias regionales, que tendrán como tema central *Los derechos comunicacionales de niñas, niños y adolescentes*. A veinticinco años de la sanción de la Convención Internacional de los Derechos del Niño y en el marco del nuevo paradigma comunicacional garantizado por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, en donde los derechos comunicacionales del público y específicamente de los niños, niñas y adolescentes tienen un lugar fundamental, se propone a las Audiencias Públicas como un espacio donde principalmente los chicos y chicas puedan *tomar la palabra* y expresarse acerca del respeto y vulneración de sus derechos como oyentes y televidentes de la radio y la televisión.

¿Por qué reflexionar sobre los derechos comunicacionales de niños, niñas y adolescentes?

Los niños, niñas y adolescentes interactúan constantemente con los medios audiovisuales. La tele en mayor medida, y en muchos casos la radio, constituyen actores fundamentales en sus vidas, para entretenerse, informarse, educarse.

Sin embargo, la agenda de los medios no tiene entre sus prioridades los temas que preocupan y afectan a los chicos y chicas. Su voz pocas veces está presente en ellos, ni siquiera en aquellos asuntos que los/as tienen como protagonistas. Muy escasos son los espacios donde pueden expresar públicamente sus opiniones, cuestionamientos, necesidades, deseos. Se habla en nombre de ellos/as y sobre ellos/as, pero en contadas ocasiones se constituyen en los/as enunciadore/as de los temas que los/as convocan.

Por otra parte, cuando los chicos y chicas son contados y mostrados en los medios, se los representa, en la mayoría de los casos, de manera estereotipada y estigmatizadora. Como lo demuestra el Primer Monitoreo de Programas Noticiosos de la República Argentina, realizado durante 2013 por la Dirección de Análisis, Investigación y Monitoreo de la Defensoría del Público, su aparición en los medios tiene como tópico preponderante el estar ligada a casos policiales y de inseguridad (<http://www.defensadelpublico.gob.ar/es/charla-noticieros-y-ciudadania-comunicacional-0>). Así, los medios audiovisuales contribuyen en la producción y reproducción de representaciones sobre los niños, niñas y adolescentes, vinculadas a la violencia y el delito.

A su vez, la mayoría de las producciones mediáticas conciben e interpelan a la niñez y a la adolescencia en tanto consumidores. El mercado les ofrece a diario infinidad de productos y servicios a través de la publicidad, en las que son convocados como objetos y sujetos de consumo.

En la Argentina contamos con un marco legal que sirve de base para revertir esta situación. La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y las leyes a las que se refiere directa e indirectamente en su articulado, como la Convención Internacional de los Derechos del Niño y la Ley de Protección Integral de Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes, protegen los derechos comunicacionales de las audiencias y especialmente los derechos de los chicos y chicas. Promueven su participación como receptores críticos y como protagonistas y productores de mensajes en los medios de comunicación. Es importante, entonces, que los chicos y chicas conozcan y reflexionen sobre sus derechos para poder ejercer su ciudadanía comunicacional y reclamar en el caso de que esos derechos sean vulnerados.

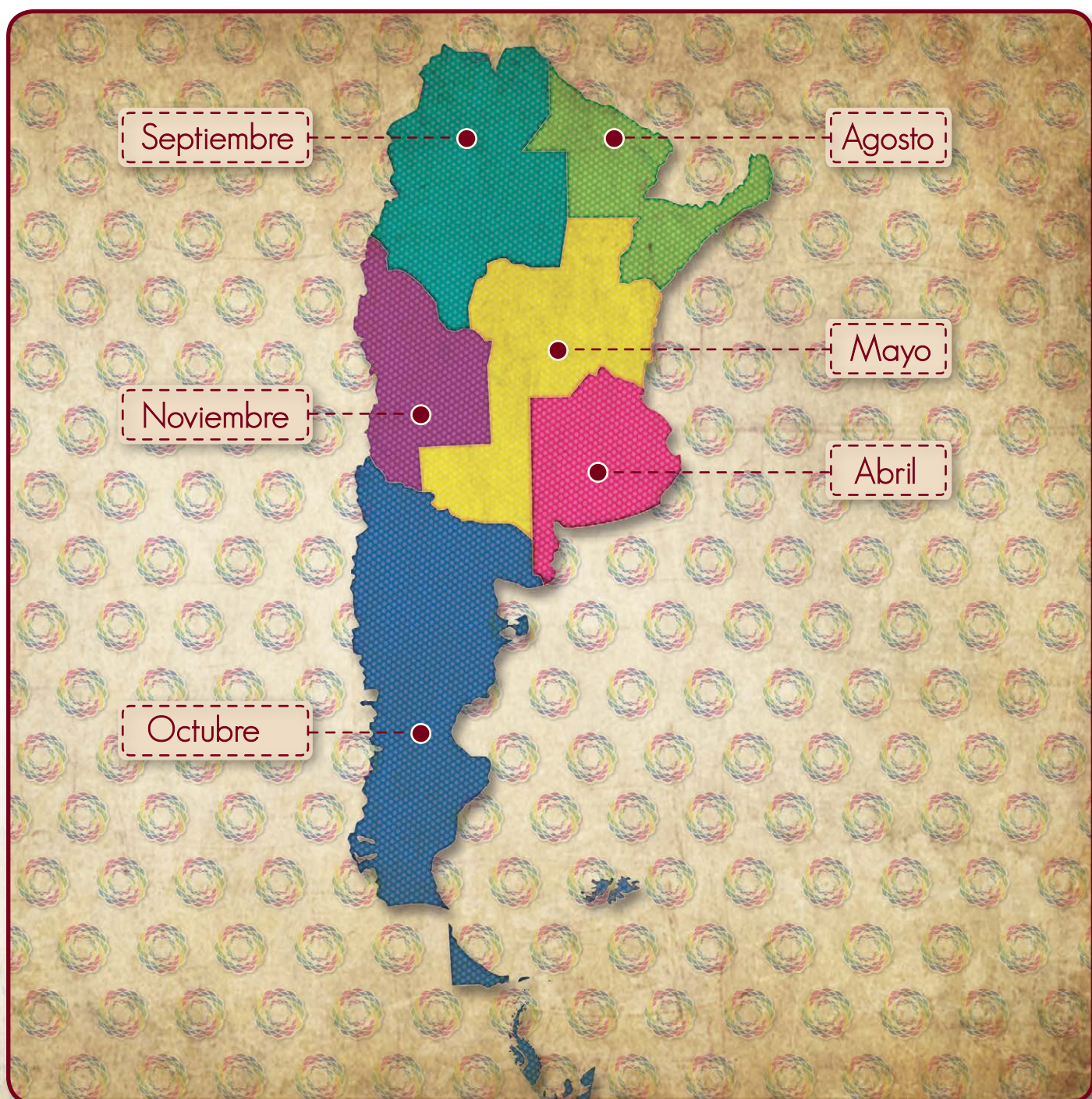
Acerca del material

Este material tiene la intención de ser una herramienta para ayudar a docentes/talleristas/facilitadores en el acercamiento de los chicos y chicas a sus derechos comunicacionales. Un instrumento para emprender el camino hacia la participación en las Audiencias Públicas de la Defensoría, en las que serán los/as verdaderos/as protagonistas.

Se sugiere un recorrido secuencial, que consta de cuatro encuentros. Cada uno de ellos propone diferentes actividades para problematizar y reflexionar sobre distintos aspectos de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y los derechos comunicacionales de niños, niñas y adolescentes.

Si bien este recorrido no es aleatorio, cada encuentro puede ser abordado de manera independiente teniendo en cuenta los tiempos, conocimientos y necesidades de cada grupo.

Al final de cada encuentro proponemos un espacio para sintetizar las inquietudes, conclusiones, reclamos o propuestas que vayan surgiendo en cada una de las actividades, que pueden ser retomadas en el encuentro siguiente y además servir de base para pensar aquello que cada grupo quiere aportar y proponer en la Audiencia Pública.



Primer encuentro

“Una ley para la Democracia” Un largo camino para garantizar el derecho humano a la comunicación

Nombre de la actividad

Camino al andar

Objetivos

Conocer y compartir los conocimientos, prejuicios, opiniones, inquietudes y experiencias que los chicos y chicas tienen acerca de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y del proceso que originó su sanción, para poder elaborar un breve diagnóstico de la cercanía que tienen con el tema abordado.

La persona que coordine la actividad (docente, coordinador, tallerista, etc.) preguntará a los chicos y chicas qué es lo que saben acerca de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual- más conocida como la Ley de Medios- y qué les gustaría saber sobre ella. Se hará hincapié en que todos los detalles, dudas, ideas, preguntas, etc. sean mencionados sin temor a equivocarse o preguntar una obviedad.

Desarrollo de la actividad

Para llevar adelante esta actividad proponemos dos alternativas:



Propuesta 1: Cada participante del grupo, de manera individual, tiene que decir algo referente a la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, una pregunta o una idea. Esto se puede hacer en ronda, para asegurarse que todos/as escuchen lo que dicen los/las demás. A medida que los/las participantes van expresando sus ideas, dudas, conocimientos, etc. el coordinador o coordinadora las escribe en un papel afiche, tratando de agrupar las ideas o preguntas referentes a un mismo aspecto.



Propuesta 2: Se puede dividir al grupo en subgrupos y solicitar que piensen y compartan de manera conjunta qué es lo que conocen y qué es lo que les gustaría conocer, y que lo anoten en unas tarjetas repartidas previamente. Luego, cada grupo lee sus tarjetas y el coordinador o coordinadora las pega en un papel afiche, tratando de agrupar las ideas o preguntas similares.



Para finalizar el coordinador o coordinadora retomará todo lo mencionado por los/as participantes, tratando de ver si hay inquietudes que ya fueron resueltas durante la misma actividad por el grupo y mencionando aquellas que serán trabajadas durante los siguientes encuentros.

Sugerencias al coordinador/a o docente para la puesta en común



Las preguntas disparadoras de la actividad pueden ser:

- ¿Qué conozco o conocemos acerca de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual?
- ¿Qué me gustaría o qué nos gustaría saber sobre ella?

Al finalizar el coordinador o coordinadora va a tener varios temas y preguntas referidos a la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual que le van a indicar cuáles son las inquietudes e ideas que tiene el grupo sobre el tema, permitirá retomarlas en los próximos encuentros.



Aportes para desarrollar este contenido:

En el apartado **¿De qué hablamos cuando hablamos de...? “Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual” y “Pluralidad de voces y miradas”.**

Recursos necesarios

- Papeles afiche.
- Marcadores.
- Si se decide trabajar en subgrupos, tarjetas.



Tiempo estimado



Propuesta 1: Presentación de la propuesta y formulación individual en ronda: 20 minutos.
Síntesis del coordinador/a: 10 minutos.

Propuesta 2: Presentación de la propuesta: 5 minutos
Intercambio en grupos: 10 minutos.
Puesta en común: 15 minutos.
Síntesis del coordinador/a: 10 minutos.

Nombre de la actividad

Una ley para la democracia

Objetivos

Con esta actividad buscamos profundizar en los lineamientos generales y fundamentos de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

Desarrollo de la actividad



Se comparte el video "Una Ley para la Democracia" elaborado por la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual.



Después de ver el video se propone un intercambio y debate teniendo como referencia las preguntas e ideas que surgieron en la actividad anterior.



Las ideas o conclusiones pueden ser registradas en un pizarrón o papel afiche.

Sugerencias al coordinador/a o docente para la puesta en común



El video "Una Ley para la Democracia" y lo trabajado en la actividad anterior pueden habilitar varios temas para profundizar:

- ¿Qué regula la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual? ¿Por qué la comunicación es un derecho humano?
- ¿Por qué llevó tanto tiempo tener una ley sancionada en democracia? ¿Cuáles fueron las dificultades?
- ¿Cómo se llevó a cabo?
- ¿Qué implica ser licenciataria de un medio radial o televisivo?
- ¿Qué es el espectro radioeléctrico? ¿Por qué el Estado es el encargado de administrarlo?
- ¿Qué quiere decir no tener fines de lucro en relación a un medio de comunicación?
- ¿Hay radios o canales de televisión en tu comunidad que sean comunitarios, que no tengan fines de lucro?
- ¿Hay medios públicos en tu comunidad?
- ¿Qué medios privados conocés en tu comunidad?
- ¿En tu escuela funciona alguna radio?
- ¿Qué otros aspectos regula la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual?

El video puede ser un punto de partida para que los/as participantes respondan estas preguntas desde su propia experiencia o conocimiento y para que las relacionen con lo conversado en la actividad anterior.

También para ir elaborando un listado de los medios audiovisuales (públicos, privados comerciales y privados sin fines de lucro) que funcionan o son recepcionados en la comunidad. Pueden ser locales, provinciales y nacionales.



Aportes para desarrollar este contenido:

En el apartado **¿De qué hablamos cuando hablamos de...? "Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual" y "Pluralidad de voces y miradas"**.

Recursos necesarios

- Reproductor de DVD o computadora y televisor/proyector.
- Papeles afiche.
- Marcadores.
- Pendrive de la Defensoría con material audiovisual.



Tiempo estimado



Video: 3 minutos.

Puesta en común e intercambio con el coordinador o coordinadora: 30 minutos.



Síntesis del encuentro:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Para entrar en tema: ¿De qué hablamos cuando hablamos de...?



Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual

Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual -conocida popularmente como "Ley de Medios"- que regula esencialmente el funcionamiento de la radio y la televisión en nuestro país, fue aprobada en octubre de 2009. Hasta ese momento, los medios audiovisuales estaban regidos por un decreto-ley sancionado en 1980, durante la dictadura cívico-militar que gobernó la Argentina desde 1976 hasta 1983.

Por esos años, el gobierno militar impuso su plan económico, mediante el terror y la persecución a los opositores. Un plan que endeudó a nuestro país, enriqueció a las empresas y empobreció a los trabajadores y trabajadoras. Miles de personas fueron secuestradas, torturadas y asesinadas. 30.000 fueron desaparecidas. En ese contexto se dictó el decreto-ley que reguló el funcionamiento de los medios audiovisuales hasta 2009.

¿Qué características tenía la ley de la dictadura? Entendía a la comunicación como un negocio y como un mecanismo para controlar lo que podía saber y pensar la ciudadanía, ya que se basaba en la Doctrina de la Seguridad Nacional. El Estado sólo podía tener medios en aquellos lugares que no fueran rentables para las empresas privadas, su rol era subsidiario, y no se permitía que aquellos que no quisieran lucrar con la comunicación -las organizaciones sin fines de lucro- pudieran gestionar medios. La información era entendida como una mercancía y la radio y la televisión como meras empresas.

Desde la recuperación de la democracia hubo varios intentos para sancionar una nueva ley, pero no prosperaron como consecuencia del lobby empresarial y mediático. Se presentaron setenta y tres proyectos pero ninguno llegó a aprobarse. Durante la década del '90, el decreto-ley de la dictadura cívico-militar fue modificado, también por decreto, en varias oportunidades. Los cambios consiguieron concentrar la comunicación en pocas manos y que se conformaran los famosos multimedios, centralizados en Buenos Aires. En un proceso de privatización de todos los servicios públicos y de achicamiento del Estado, propio de la política neoliberal, la radio y la televisión no quedaron al margen. La mayoría de los canales y radios estatales pasaron a manos privadas, con excepción de Canal 7 y Radio Nacional. Se permitió la compra de radios y canales de televisión con capitales extranjeros y la transferencia de licencias, facilitando la compra-venta de medios y dificultando el seguimiento de los compromisos asumidos por los licenciatarios. Todas estas modificaciones fortalecieron aún más la concepción de la comunicación como un negocio y no como un derecho humano.

Mientras tanto, muchísimas personas y agrupaciones se organizaban y planteaban la necesidad de tener una ley que regule el funcionamiento de los medios audiovisuales en la democracia. Una ley que permitiera que todos pudieran participar de la comunicación: los pueblos originarios, los sindicatos, las cooperativas, las organizaciones sociales, las escuelas, las universidades.

Así nació, en 2004, la Coalición por una Radiodifusión Democrática que redactó los 21 puntos que una ley de radiodifusión democrática debía garantizar.

Teniendo como base esos enunciados, se redactó un proyecto de ley que fue presentado ante el Congreso de la Nación por la presidenta Cristina Fernández de Kirchner en marzo de 2009. Lo que siguió fueron meses de arduo debate y participación popular. Se llevaron a cabo veinticuatro foros de discusión en todo el país con la participación de diez mil personas. Fueron presentadas mil trescientas propuestas y se realizaron ciento veinte modificaciones al texto original del proyecto de ley.

Finalmente la ley fue aprobada en el Senado el 10 de octubre de 2009. Después de casi tres décadas de demanda y discusión logramos tener una ley de la democracia, tanto por los derechos que protege como por el proceso que la gestó.

Pluralidad de voces y miradas

Teniendo como pilar fundamental el derecho humano a la comunicación, la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual permite que todos y todas podamos ejercerlo, garantizando de este modo la pluralidad y la diversidad. Reconoce como posibles licenciatarios tanto a los sectores privados comerciales y a los estatales, pero también al sector privado sin fines de lucro, autorizando para gestionar un medio audiovisual a cooperativas, asociaciones civiles, sindicatos, iglesias, etc. para los cuales reserva el treinta y tres por ciento de las frecuencias de todas las bandas del espectro radioeléctrico. También reconoce este derecho a los pueblos originarios y a las instituciones educativas públicas. Posibilita la igualdad de oportunidades en el acceso y la participación en los medios de comunicación.

De acuerdo al artículo 149 de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, si en tu escuela quieren tener una radio, pueden armar un proyecto y solicitar una autorización a la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) para obtener una frecuencia modulada.

De esta manera, pueden contar con un espacio para que chicos y chicas se expresen y hablen de aquello que les interesa, para que suene la música que les gusta, para abordar de otros modos los contenidos de las materias y para generar otro canal de comunicación entre la escuela y la comunidad en la que está inserta.

Además, estipula cuotas de programación nacional, local e independiente para promover la diversidad cultural, estimular la producción de contenidos regionales y generar nuevas fuentes de trabajo en todo el país.

Esto es muy importante para que en la radio y la televisión podamos también escuchar y mirar programas hechos en nuestras provincias, que hablen de nuestros problemas, que muestren nuestros paisajes, que tengan nuestra tonada. Así, si vivimos en Amaicha del Valle o en Junín de los Andes amezcamos informándonos sobre lo que pasa en nuestros pueblos y ciudades, y no escuchando sobre las congestiones de tránsito en los accesos a la Ciudad de Buenos Aires. Y que aquellos temas que preocupan y alegran a nuestras comunidades sean los que formen parte de la agenda de los medios que escuchamos y vemos todos los días.

La pluralidad y la diversidad también implican poder acceder a distintas posiciones políticas e ideológicas, a diferentes opiniones, a diversas modos de ver la vida y el mundo, nos gusten o no. De eso se trata la diversidad y la pluralidad, y eso es lo que enriquece y garantiza la democracia y la vida de las diferentes culturas que conviven en nuestro país.

La concentración de la propiedad de los medios conspira contra la diversidad y la pluralidad cultural e informativa. Si las radios y los canales de televisión están en pocas manos, difícil será que podamos acceder a diversas miradas y voces. En eso la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual es clara. Limita la cantidad de medios que puede tener un mismo licenciataria, para evitar la conformación de monopolios u oligopolios. Es por eso que tuvo muchas resistencias -porque implicaba desarmar los ya existentes- y medidas judiciales para retrasar su plena aplicación.

Es probable que la reconfiguración del mapa comunicacional de nuestro país lleve un tiempo. Y va a requerir de mucho esfuerzo del Estado y de toda la ciudadanía que el acceso, la participación y la representación en los medios sea un derecho efectivo para todos y todas.

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual vino a garantizar el derecho a la comunicación. Para que podamos elegir qué ver y escuchar y podamos disfrutar de la pluralidad y la diversidad. Para que se haga efectivo el derecho a que todas las opiniones, todas las músicas, todas las creencias, todas las voces, tengan un espacio en los medios audiovisuales y nadie pueda imponer un sentido único en un mundo múltiple.



Segundo encuentro

“Nadie reclama un derecho que no conoce” Los derechos comunicacionales de niños, niñas y adolescentes

Nombre de la actividad

¿Acá estamos?

Objetivos

Armar un mapa de los medios de la localidad.
Evaluar el acceso y la participación de los chicos y chicas en los medios de comunicación de su comunidad.
Identificar la presencia de los medios locales, provinciales y nacionales en la vida de chicos y chicas.

Desarrollo de la actividad



Dividir al grupo en subgrupos.

A partir del listado de los medios elaborado en la actividad anterior, confeccionar un mapa de los medios -radios y canales de televisión- que escuchan y miran los chicos y chicas. Para esto tendrán que tener en cuenta, de ser posible, los siguientes aspectos:

- Si se trata de medios locales, provinciales y nacionales.
- Si se trata de medios públicos, privados comerciales y privados sin fines de lucro.
- Si los chicos y chicas aparecen en esos medios y en qué circunstancias lo hacen, vinculados con qué temáticas.
- Si los temas que interesan a los chicos y chicas tiene espacio en esos medios.
- Si los chicos y chicas son consultados en los temas que son de su interés o que los tienen como protagonistas.

Dibujar en un papel afiche el pueblo o ciudad en la que viven. Puede ser con la precisión de un geógrafo o simplemente demarcando ciertos límites y estableciendo puntos reconocibles por la comunidad, por ejemplo la plaza, la escuela, el hospital, etc. Después ubicar las radios y canales de televisión (locales, provinciales y nacionales por lo cual no tienen que tener una ubicación precisa) dibujándoles algunos símbolos (inventados por el grupo) que permitan diferenciar si son:

- Medios locales, provinciales y nacionales.
- Medios públicos, privados comerciales y privados sin fines de lucro.
- Medios en los que las temáticas que interesan a los chicos y chicas están presentes.
- Medios en los que la voz de chicos y chicas es escuchada.

Al final, cada grupo puede exponer y explicar aquello que graficaron en su mapa.



Para cerrar la actividad el coordinador o la coordinadora puede hacer una breve exposición de los derechos comunicacionales de los niños, niñas y adolescentes garantizados por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

En el caso que no se acceda a ningún medio en la comunidad, poner a discusión este hecho, dando cuenta de la vulneración del derecho humano a la comunicación que padece dicha comunidad. También se pueden comenzar a pensar estrategias para revertir este hecho.

Sugerencias al coordinador/a o docente para la puesta en común

Esta actividad permite visualizar varios aspectos del ejercicio del derecho a la comunicación de los chicos y chicas, como con qué espacios cuentan para expresar sus opiniones, inquietudes, temas, etc. Si los medios que consumen a diario abordan temáticas que son de su interés y preocupación. O cuál es la presencia de los temas de interés local en sus comunidades. También permite empezar a reflexionar acerca de las representaciones de los/as jóvenes en los medios.



Aportes para desarrollar este contenido:

En el apartado **¿De qué hablamos cuando hablamos de...? “Derecho a la comunicación” y “Los derechos comunicacionales de niños, niñas y adolescentes”**.

Para entrar en tema: ¿De qué hablamos cuando hablamos de...?



Derecho a la comunicación

El derecho a la comunicación es el derecho humano inalienable que tenemos todos/as de acceder a información diversa y plural y de expresar nuestras ideas y opiniones libremente, sin ningún tipo de censura. Está reconocido en declaraciones, pactos y tratados internacionales, entre ellos, en la Convención sobre los Derechos del Niño, aprobada por la Asamblea de las Naciones Unidas en 1989. También en nuestra Constitución Nacional.

A través de su ejercicio podemos conocer, reclamar y visibilizar la vulneración de otros derechos, como el derecho a la educación, a la salud, a una vivienda digna, al trabajo, a la participación política. La posibilidad de acceder a información variada es esencial para garantizar el respeto de nuestros derechos: no es posible reclamar un derecho que no sabemos que tenemos. Para poder participar e involucrarnos en los problemas que nos afectan a diario, para exigir respuestas a quiénes corresponda, para pensar y proponer soluciones, es necesario contar con información. Si no tengo información sobre el derecho a organizar con mis compañeros/as un Centro de Estudiantes en mi escuela y que sea reconocido como un órgano democrático de representación estudiantil, difícil será que pueda ejercerlo. O si desconozco cuáles son mis derechos si me detiene la policía, no podré reclamar frente a situaciones injustas y avasallantes.

Los medios son fundamentales para que podamos informarnos. Pero esa información tiene que ser variada y responder a diferentes opiniones, para permitir que cada uno se forme su propio punto de vista sin condicionamientos.

El ejercicio del derecho a la comunicación también implica la posibilidad que tenemos de difundir nuestras voces a través de los medios de comunicación, de contar con espacios para decir lo que pensamos, para expresar nuestra visión del mundo y de la vida, para contribuir a generar una información plural. Espacios donde podamos visibilizar y reclamar por la vulneración de nuestros derechos.

La comunicación es un derecho individual y colectivo, y la radio y la televisión son espacios fundamentales para ejercerlo. Todas y todos debemos tener acceso a los medios. Por eso durante tantos años se reclamó contar con una ley que lo garantizara.

Los derechos comunicacionales de niños, niñas y adolescentes

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual garantiza y promueve especialmente los derechos comunicacionales de los chicos y chicas.

Tienen derecho a que en la radio y la televisión:

- No se discrimine. Los medios audiovisuales cotidianamente reproducen y potencian la discriminación que sufren diversos sectores de nuestra sociedad, especialmente los chicos y chicas. Por lo general, se los coloca en un lugar de inferioridad y de carencia de saberes y habilidades para opinar y decidir sobre los temas que les interesan y los tienen como principales protagonistas. Además, los niños, niñas y adolescentes pertenecientes a los sectores económicamente más vulnerables, son doblemente discriminados, privándolos incluso de su condición de niños y adolescentes, refiriéndose a ellos como "menores".

- Se respete el horario apto para todo público (de 6 de la mañana a 10 de la noche). La emisión de programación violenta y con escenas sexuales explícitas debe tener en cuenta la incidencia que puede generar en el crecimiento y en los temores de niños, niñas y adolescentes, ya que puede tratarse de mensajes que su grado de desarrollo aún no les permite abordar.

- Se proteja su intimidad.

- Se cuide su imagen, permitiendo su aparición en los medios sólo cuando sus padres o adultos a cargo lo autoricen o cuando tengan la edad de poder comprender los alcances de dicha aparición.

- Se respete su dignidad.

- Las publicidades no les mientan para venderles un producto.

Tercer encuentro

"Mira cómo mira"

La representación de los niños, niñas y adolescentes en los medios de comunicación audiovisual

Nombre de la actividad

Se dice de mí

Objetivos

Con esta actividad buscamos reflexionar acerca de las representaciones actuales de los chicos y chicas en la televisión argentina.

Desarrollo de la actividad



Se proyecta un compilado con diferentes imágenes televisivas en las que aparecen niñas y niños. Se solicita previamente a los/as chicos y chicas que presten atención a todos los detalles de dichas imágenes.



Luego, se genera un espacio de debate y reflexión a partir de las siguientes preguntas disparadoras:

¿Cómo son los chicos y chicas que vimos en las imágenes? ¿Qué características tienen? ¿Cómo se visten? ¿En qué situaciones aparecen? ¿Haciendo qué actividades? ¿Cómo son los lugares por los que circulan: sus casas, sus escuelas, sus barrios, etc.? ¿Se parecen a nuestras casas, a nuestras escuelas, nuestros barrios, etc.? ¿Cómo hablan? ¿Hablan parecido a nosotros/as? ¿Cómo se relacionan con los adultos/as? ¿Cómo es la música que acompaña las imágenes? ¿Se parecen a nosotros/as? ¿Nos sentimos identificados/as con ellos/as? ¿Qué no se representa? etc.



Registramos en un papel afiche las conclusiones/coincidencias a las preguntas que van surgiendo.

Sugerencias al coordinador/a o docente para la puesta en común

Es importante dejar en claro que toda representación implica tomar decisiones. Elegir qué se quiere mostrar y qué no y cómo se quiere hacerlo.

También que las representaciones pueden variar a través del tiempo y del espacio, y que históricamente han existido grupos sociales mejor posicionados para definir cómo serían representados otros grupos y ellos mismos.



Aportes para desarrollar este contenido:

En el apartado **¿De qué hablamos cuando hablamos de...? "Representación y estereotipos"**

Recursos necesarios

- Pendrive de la Defensoría con compilado de imágenes televisivas.
- Reproductor de DVD o computadora y televisor/proyector.
- Papeles afiche.
- Marcadores.



Tiempo estimado



Video: 10 minutos.
Puesta en común e intercambio: 30 minutos.

Nombre de la actividad

Decimos de nosotros/as

Objetivos

Con esta actividad buscamos reflexionar acerca de las propias representaciones de los chicos y chicas.

Desarrollo de la actividad

Para esta actividad ofrecemos dos opciones de trabajo que no son excluyentes.



Propuesta 1: Decimos de nosotros/as: El coordinador o coordinadora escribe en una hoja la siguiente pregunta/frase:

“¿Cómo me gustaría que los medios representaran a los chicos y chicas?” O “Me gustaría que los medios nos mostraran...”

Después se va pasando la hoja y cada chico/a escribe por turno una frase o respuesta a la pregunta doblando el papel para evitar que el resto vea lo que escribió.

Al final se desdobra el papel y se leen las diferentes respuestas/frases. Se reflexiona grupalmente sobre las coincidencias y diferencias que surjan y se registran por escrito las conclusiones.



Propuesta 2: Se divide al grupo en subgrupos y se les propone que dibujen situaciones o escenas que les gustaría ver o escuchar en los medios de comunicación, que tengan como protagonistas a los/as jóvenes.



Al final se comparten todos los dibujos y se debate acerca de las diferentes situaciones/escenas representadas. Se reflexiona grupalmente sobre las coincidencias y diferencias que surjan.

Sugerencias al coordinador/a o docente para la puesta en común



Propuesta 1: El coordinador o la coordinadora puede incentivar el debate posterior con las siguientes preguntas: ¿Cómo es posible lograr esto? ¿Qué acceso tenemos a los medios de comunicación locales? ¿Qué jóvenes conocemos que participen de medios de comunicación?



Propuesta 2: El coordinador o la coordinadora puede incentivar el debate posterior con las siguientes preguntas:

¿Qué características tienen los/as jóvenes dibujados/as? ¿En qué situaciones aparecen? ¿Haciendo qué actividades? ¿Cómo son los lugares por los que circulan: sus casas, sus escuelas, sus barrios, etc.? ¿Se parecen a nuestras casas, a nuestras escuelas, nuestros barrios, etc.? ¿Cómo hablan? ¿Hablan parecido a nosotros/as? ¿Cómo se relacionan con los adultos/as? ¿Se parecen a nosotros/as? ¿Nos sentimos identificados/as con ellos/as? ¿Qué no se representa? etc.



Aportes para desarrollar este contenido:

En el apartado **¿De qué hablamos cuando hablamos de...? “Representación y estereotipos”**

Recursos necesarios

Propuesta 1:

- Hoja de papel.
- Papel afiche.
- Marcador.

Propuesta 2:

- Papeles afiche de colores claros.
- Marcadores de colores



Tiempo estimado



Propuesta 1:

Decimos de nosotros/as: 10 minutos.
Puesta en común y debate: 20 minutos.

Propuesta 2:

Dibujos: 30 minutos
Puesta en común y debate: 10 minutos.



Síntesis del encuentro:

.....

.....

.....

.....

.....

.....



Representación y Estereotipos

Chicos y chicas que toman una escuela para reclamar por las reformas de los planes de estudio, jóvenes alcoholizados que se pelean en la puerta de un boliche, una niña desaparecida que es buscada con desesperación por su familia, adolescentes que festejan en un parque el día de la primavera, un niño que roba un supermercado chino, una niña jugando en un programa de entretenimientos con su familia, un joven confesando en cámara su relación con las drogas, chicos y chicas consumiendo diferentes productos y servicios, niñas que se insultan mediante las redes sociales, etc. Estos son algunos de los modos en que son **representados/as** de manera cotidiana, los chicos y chicas en los medios de comunicación audiovisual.

Sabemos que existen múltiples formas de vivir la niñez y la adolescencia, de ser niño, niña y adolescente. Formas ligadas al lugar donde cada uno nace, a la situación económica que se atraviesa, a la familia y a las instituciones con las que se convive, al género al que se pertenece, a la cultura en la se está inserto, etc. Los niños, niñas y adolescentes participan de variados espacios, realizan diversas actividades, tienen múltiples problemas. Por ende, podrían ser mostrados y contados de muchísimas otras maneras.

Toda **representación** conlleva un recorte, una selección de ciertas características por sobre otras, y una construcción a partir de esas propiedades que han sido elegidas para ser expuestas o narradas. Implica siempre una mirada particular sobre un hecho o un grupo social condicionada por factores ideológicos, económicos, sociales, educativos, culturales, etc.

Es por esto que ningún producto mediático es un reflejo de la realidad, una ventana a través de la cual vemos la realidad "tal como es". Por el contrario, se trata de construcciones sometidas a procedimientos de selección y clasificación. Representar implica siempre y necesariamente tomar decisiones, elegir qué y a quién se va a mostrar, requiere de criterios de jerarquización que no son estáticos, sino que cambian a lo largo del tiempo y del espacio. Basta ver cómo eran las imágenes de los/as jóvenes que circulaban por los medios hace algunas décadas para poder constatar esto. Como mencionábamos al principio, esto se puede observar en el modo en que son representados/as los chicos y chicas en los medios de comunicación audiovisual, se elige mostrarlos/as en determinadas situaciones, contarlos/as ligados/as a ciertos sucesos.

Es decir, a la hora de representar a un grupo social se realiza un recorte, se eligen determinadas características en detrimento de otras. Pensemos en el conocido juego "Dígalo con mímica", que consiste en representar diversos temas. Podemos jugar representando profesiones u oficios. Cuando los representemos elegiremos ciertas características por sobre otras. En la mayoría de los casos recurriremos a representaciones estereotipadas porque son reconocidas por todos/as y facilitan la comunicación (y en este caso el juego).

Los servicios de comunicación audiovisual tienen el poder de definir qué será representado y qué no, y de decidir cómo lo representarán. Mediante la representación repetida de una gran variedad de temáticas y grupos sociales pueden sugerir aquello que es aceptable -"normal"- y aquello que no lo es, que constituye una desviación, un estigma. El estigma coloca a su poseedor en una situación de inferioridad. Puede ser considerado un estigma pertenecer a un determinado sector social, vivir en tal o cual barrio, vestirse con determinadas prendas, tener participación política en determinadas agrupaciones, escuchar cierta música, etc.

La repetición constante de una representación determina la existencia de lo que conocemos como **estereotipos**. A través de la selección de una serie limitada de cualidades, de características, se representa reiteradamente a un grupo. Este proceso implica una simplificación porque se destacan algunas características en desmedro de otras. En general dan cuenta de un prejuicio que un grupo tiene sobre otro. Por ejemplo, el estereotipo sobre la mujer como débil y ligada a las tareas domésticas, de los/as jóvenes de sectores vulnerables como vagos y delincuentes, etc.

Los **estereotipos** son compartidos socialmente, existe un consenso sobre su existencia. Su validez se mide por el grado de reconocimiento que generan, porque parecen naturales y obvios.

A lo largo de la historia de nuestro país, algunos grupos sociales han tenido mayores posibilidades de acceder a los medios de comunicación y de determinar cómo son definidos, representados "los otros" y ellos mismos. En nuestra sociedad adultocéntrica, los chicos y chicas han quedado al margen de estas decisiones.

De acuerdo a un estudio cuantitativo realizado en 2010 por la consultora Analogías para UNICEF -sobre un total de mil cien casos- los chicos y chicas consideran que la radio y la televisión en pocas oportunidades dan cuenta de sus realidades y cuando lo hacen no se sienten representados. Además, consideran que tienen pocas oportunidades de acceso y participación en la radio y en la TV. Predomina la noción de que estos medios de comunicación están pensados para los adultos y que no ofrecen espacio a los adolescentes.

Es por eso que ha sido crucial la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Al posibilitar el acceso a los medios de los sectores sin fines de lucro, de los pueblos originarios, de las instituciones escolares estatales, genera otros espacios de representación, es decir, habilita la existencia de nuevos criterios y nuevas miradas para decidir qué es representado y qué no, y cómo se lo representa. Cuanto mayor sea el acceso de todos los sectores sociales a ejercer su derecho a la comunicación, más diversas serán las representaciones que circulen por ellos, ya que habrá una mayor pluralidad de criterios a la hora de seleccionar y recortar aquello que es representado, evitando que predominen unas representaciones por sobre otras.



Notas:

Cuarto encuentro

"Audiencias para las audiencias" Un espacio para hablar de nuestros derechos

Nombre de la actividad

Los Simpsons y la Defensoría

Objetivos

Conocer las funciones y las acciones llevadas adelante por la Defensoría del Público e informarse acerca de una denuncia concreta. Ver de qué modo actuó la Defensoría para defender los derechos de las audiencias.

Desarrollo de la actividad



Primer momento: Se comparten los videos "¿Qué es la Defensoría del Público?" y "La Defensoría va a la escuela", elaborados por la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual.



Se propone un breve intercambio y debate acerca de las funciones de la Defensoría, retomando los derechos comunicacionales abordados en encuentros anteriores.



Segundo momento: Se comparte el video "Caso Los Simpsons" elaborado por la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual.



Se propone un intercambio y debate teniendo en cuenta la manera de trabajar de la Defensoría frente a una denuncia concreta.

El coordinador o coordinadora puede hacer preguntas para incentivar el debate.

Sugerencias al coordinador/a o docente para la puesta en común

El video "Caso Los Simpsons" relata la denuncia contra Telefé, presentada a la Defensoría por la Asociación 100% Diversidad y Derechos. Se denunció el corte del capítulo "Tres gays al consorcio" del 24 de marzo de 2013, como un acto de censura homofóbica. El fragmento recortado es una escena en la que otro personaje varón besa a Homero.

La Defensoría intervino y resolvió que el recorte se basaba en un tratamiento diferenciado del beso por razones de orientación sexual y que no existía ninguna razón suficiente para justificar dicho obrar. La connotación de dicho recorte es que está bien tener amigos gays mientras esa amistad esté desprovista de elementos sexuales.

Además, comprometió a Telefé a volver a pasar el capítulo completo, en el mismo horario en el que había sido cortado.



Aportes para desarrollar este contenido:

En el apartado **¿De qué hablamos cuando hablamos de...? "Defensoría del Público" y "Audiencias Públicas"**.

Recursos necesarios

- Reproductor de DVD o computadora y televisor/proyector.
- Papeles afiche.
- Marcadores.
- Pendrive de la Defensoría con material audiovisual.



Tiempo estimado



Videos: 6 minutos.

Puesta en común e intercambio con el coordinador o coordinadora: 35 minutos.

Nombre de la actividad

Audiencias para las audiencias

Objetivos

Conocer el funcionamiento de las Audiencias Públicas y sintetizar lo que el grupo quiere compartir en la futura Audiencia.

Desarrollo de la actividad



Primer momento: Se comparte el video "Resumen de las Audiencias Públicas" elaborado por la Defensoría del Público.



Segundo momento: Se ponen en común las dudas y comentarios que puedan surgir acerca del funcionamiento de las Audiencias Públicas.



Tercer momento: De acuerdo a todo lo trabajado a lo largo del taller, se arma de manera grupal un papel afiche con todas las propuestas, inquietudes, denuncias, etc., que el grupo quiere plantear en la Audiencia Pública. Para realizar esta síntesis se pueden utilizar frases disparadoras del tipo:

Los medios de mi comunidad...



Me gustaría que los medios de mi comunidad...

Los chicos y chicas queremos que los medios...

Los chicos y chicas no queremos que los medios...

Sugerencias al coordinador/a o docente para la puesta en común

Para armar la síntesis, se puede trabajar con los materiales y registros confeccionados en los encuentros anteriores.

Este año, como las Audiencias Públicas tendrán como protagonistas a los chicos y chicas, la Defensoría del Público pensó un dispositivo que les permita encontrar un espacio lo más cómodo posible de expresión e intercambio. Es por esto, que se prevén dos momentos:

- Por la mañana, un espacio colectivo de intercambio donde interactúen los/as participantes de diversas provincias, edades y espacios. La intención es conformar grupos para intercambiar las diferentes experiencias, opiniones y niveles de formación en el tema pero que respeten la distinción por edad (es decir: los grupos se fragmentan por edad, no por espacio de pertenencia o nivel de formación).

- Por la tarde será el momento de la Audiencia Pública. Allí se presentarán las conclusiones de lo trabajado por la mañana o que cada grupo participante quiera exponer. También será el momento en el que los/as adultos/as expongan sus propuestas, denuncias y consultas.



Aportes para desarrollar este contenido:

En el apartado **¿De qué hablamos cuando hablamos de...? "Defensoría del Público" y "Audiencias Públicas"**.

Recursos necesarios

- Reproductor de DVD o computadora y televisor/proyector.
- Papeles afiche.
- Marcadores.
- Pendrive de la Defensoría con material audiovisual.



Tiempo estimado



Videos: 3 minutos.

Puesta en común: 10 minutos

Confección de afiche: 30 minutos.

Nombre de la actividad

Simulacro de Audiencia Pública

Objetivos

Analizar qué inquietudes, temores e ideas surgen frente a la situación concreta de estar en una Audiencia.

Desarrollo de la actividad

Se asigna roles dentro del grupo. Se nombra un/a encargado/a de armar la lista de oradores/as de la Audiencia Pública y una persona encargada de medir el tiempo que habla cada uno/a. Cada orador/a podrá hacer uso de la palabra durante 5 minutos. Se puede organizar el espacio, disponiendo un lugar para que se paren los/as oradores/as y otro para el público. Respetando la lista de oradores, cada chico o chica expone. El resto del grupo debe escuchar al compañero/a teniendo en cuenta si pudo comunicar con claridad lo discutido por el grupo.



Puesta en común a partir de las siguientes preguntas disparadoras: ¿Cómo se sintieron? ¿Qué temores surgieron? ¿Se pudo expresar todo lo elaborado por el grupo? ¿Fueron claras las exposiciones? ¿Qué faltó decir? etc.

Sugerencias al coordinador/a o docente para la puesta en común



Aportes para desarrollar este contenido:

En el apartado **¿De qué hablamos cuando hablamos de...? "Defensoría del Público" y "Audiencias Públicas"**.

Recursos necesarios

- Reloj o celular para medir el tiempo.
- Papel afiche.
- Marcadores.



Tiempo estimado



Preparación (asignación de roles, disposición del espacio): 5 minutos.
Simulacro: 30 minutos.
Puesta en común: 10 minutos.



Aportes/Comentarios para la Audiencia Pública:

Para entrar en tema: ¿De qué hablamos cuando hablamos de...?



Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual

La Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual es un organismo estatal, creado a partir de la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Su titular, el Defensor o Defensora del Público, es postulado por la Comisión Bicameral de Promoción y Seguimiento de la Comunicación Audiovisual y luego de diez días de participación ciudadana es nombrado por resolución conjunta de las Cámaras de Diputados y Senadores de la Nación.

La Defensoría del Público tiene entre sus funciones:

- Promover el derecho humano a la comunicación.
- Recibir, canalizar y registrar las consultas, reclamos y denuncias de las audiencias de radio y televisión en relación a sus derechos comunicacionales.
- Convocar a Audiencias Públicas en diferentes regiones del país con el objetivo de evaluar el funcionamiento de los medios de radiodifusión y el cumplimiento de los derechos garantizados en la ley
- Propiciar el debate permanente sobre los medios de comunicación en diversos ámbitos; recomendar acciones y buscar consensos en materia de comunicación audiovisual, etc.
- No tiene capacidad sancionatoria, realiza recomendaciones o presentaciones administrativas o judiciales en las que se ordene ajustar comportamientos al ordenamiento jurídico.

La Defensoría del Público se fundó por primera vez en la historia de nuestro país el 14 de noviembre de 2012 y se nombró como Defensora a la Licenciada Cynthia Ottaviano. Su mandato será de cuatro años, pudiendo ser renovado por única vez.

Si querés presentar un reclamo y/o consulta hazelo a través de nuestro sitio web todos los días, las 24 horas:

www.defensadelpublico.gob.ar

Podés recibir información en el 0800-999-3333 de lunes a viernes, de 10 a 17.

O personalmente, en Alsina 1470, Ciudad de Buenos Aires.



Algunos ejemplos:

- Si en tu escuela están armando una radio y quieren contar esa experiencia.
- Si no podés ver algún canal porque tu cableoperador no lo pone.
 - Si no se respeta en los canales de televisión abierta las tres horas de programación diarias destinadas a chicos y chicas.
 - Si en la tele o en la radio discriminan.
 - Si para vender un producto las publicidades recurren a la mentira.
 - Si no se respeta el horario apto para todo público (de 6 de la mañana a 10 de la noche) con programación adecuada para chicos y chicas.
 - Si querés tener una radio en tu comunidad.
 - Si no podés escuchar un programa de radio por las interferencias.
 - Si te gustaría que mostraran a los/as jóvenes en otras situaciones y no sólo relacionados con la violencia.
 - Si en los medios audiovisuales se promueve el maltrato y la discriminación contra las mujeres.
 - Si hay un programa de televisión o radio en el que los/as jóvenes son escuchados/as.
 - Si en la tele o en la radio muestran imágenes o dan información sobre niños, niñas y adolescentes sin respetar su derecho a la intimidad.
 - Si te gustaría que los medios convocaran a los/as chicos y chicas por otros motivos que no sean sólo la venta de productos.
 - Si querés que haya programas realizados en el lugar donde vivís.
 - Si no se cumple con la cantidad de horas de música nacional e independiente en radio.
 - Si no está garantizado el acceso a una oferta variada de medios y programas para personas con discapacidad.
 - Si te gustaría recibir capacitación para poder mejorar el funcionamiento de una radio o canal de tele.
 - Si tenés propuestas que te gustaría hacer en relación al funcionamiento de los medios audiovisuales en tu región.
 - Si los programas y las publicidades promueven comportamientos perjudiciales para la salud y el ambiente.
 - Si con tus compañeros están armando un programa de radio y quieren contar de qué se trata.
 - Si te gustaría escuchar variedad de opiniones sobre un tema y no las hay.

Estos son algunos temas que pueden ser objeto de consulta, reclamo o propuesta. Hay muchos más para pensar y sugerir. ¿Cuáles surgen en tu grupo?

Durante 2014, el tema convocante de las seis audiencias será *Los derechos comunicacionales de niños, niñas y adolescentes*.

Los chicos y chicas de todo el país están invitados a participar y a expresar sus opiniones, inquietudes, quejas y experiencias en relación a los medios de comunicación audiovisual y a su derecho a la comunicación.

La Defensoría del Público quiere garantizar a los niños, niñas y adolescentes un espacio de expresión, sin mediaciones adultas, sobre sus derechos comunicacionales. Por eso no hay requisitos para poder participar. No es necesario ser mayor de edad, ni para presenciar la audiencia, ni para hacer uso de la palabra. ¡¡Están todas y todos invitadas/os!!





DEFENDER TUS DERECHOS ES NUESTRA OBLIGACIÓN



Defensoría del Público

DEFENDER TUS DERECHOS ES NUESTRA OBLIGACIÓN

0800-999-3333

www.defensadelpublico.gob.ar



@defdelpublico



/defensoriadelpublico

