

LA DEFENSORÍA EN LA ESCUELA

HERRAMIENTAS PARA
QUE CHICAS Y CHICOS
CONOZCAN Y EJERZAN
SUS DERECHOS
COMUNICACIONALES

PROPUESTAS PARA
DOCENTES DE
CUARTO, QUINTO Y
SEXTO GRADO

2



Defensoría
del Público



**LA DEFENSORÍA
EN LA ESCUELA**



2





LA DEFENSORÍA EN LA ESCUELA

HERRAMIENTAS PARA
QUE CHICAS Y CHICOS
CONOZCAN Y EJERZAN
SUS DERECHOS
COMUNICACIONALES

PROPUESTAS PARA DOCENTES
DE CUARTO, QUINTO Y
SEXTO GRADO



ANÓNIMO

LA DEFENSORÍA EN LA ESCUELA : HERRAMIENTAS PARA QUE CHICAS Y CHICOS CONOZCAN Y EJERZAN SUS DERECHOS COMUNICACIONALES : PROPUESTAS PARA DOCENTES DE CUARTO, QUINTO Y SEXTO GRADO / ANÓNIMO. - 1A ED. - CIUDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES : DEFENSORÍA DEL PÚBLICO, 2016. 32 P. ; 30 X 21 CM.

ISBN 978-987-4052-10-0

1. ALUMNO DE ESCUELA PRIMARIA. 2. DERECHO HUMANO A LA COMUNICACIÓN. 3. FORMACIÓN DE DOCENTES DE PRIMARIA. I. TÍTULO.

CDD 371.1

AUTORIDADES DEFENSORÍA DEL PÚBLICO DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

DEFENSORA DEL PÚBLICO:

LIC. CYNTHIA OTTAVIANO

COORDINADOR GENERAL Y DIRECTOR DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL:

JOSÉ FERRERO

DIRECTOR DE CAPACITACIÓN Y PROMOCIÓN:

ERNESTO LAMAS

DIRECTORA DE PROTECCIÓN DE DERECHOS Y ASUNTOS JURÍDICOS:

MARÍA JOSÉ GUEMBE

DIRECTOR DE ANÁLISIS, INVESTIGACIÓN Y MONITOREO:

GERARDO HALPERN

DIRECTORA DE RELACIONES CON LAS AUDIENCIAS:

PAULA GUELER

DIRECTORA DE ADMINISTRACIÓN:

MARÍA CELESTE CONDE

DIRECTORA DE LEGAL Y TÉCNICA:

CECILIA BERMUDEZ

PARTICIPARON EN LA ELABORACIÓN DE ESTE MATERIAL:

CYNTHIA OTTAVIANO, DEFENSORA DEL PÚBLICO;

PAULA CASTELLO / VIRGINIA VIZCARRA /

CECILIA URIARTE / MARIANA MÁRSICO, DIRECCIÓN DE CAPACITACIÓN Y PROMOCIÓN;

DANIELA AMDAN, DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL.

DISEÑO:

EL FANTASMA DE HEREDIA

DEFENSORÍA DEL PÚBLICO DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

0800-999-3333

WWW.DEFENSADELPUBLICO.GOB.AR

 @DEFDELPUBLICO

 /DEFENSORIADELPUBLICO



ÍNDICE



- 8 PRESENTACIÓN**
-LA ESCUELA: ESPACIO DE PROMOCIÓN DE DERECHOS.
-ACERCA DEL MATERIAL.
- 11 ACTIVIDADES. PROPUESTAS PARA REFLEXIONAR Y PRODUCIR**
- 12 PRIMER ENCUENTRO REPRESENTACIONES Y ESTEREOTIPOS: MANERAS DE CONTAR**
- 14 SEGUNDO ENCUENTRO ¿CÓMO NOS MUESTRAN LA RADIO Y LA TELEVISIÓN?**
- 16 TERCER ENCUENTRO ¿ESTAMOS EN LOS MEDIOS?**
- 19 CUARTO ENCUENTRO LA COMUNICACIÓN ES UN DERECHO HUMANO**
- 22 APORTES. CONCEPTOS E IDEAS PARA PROFUNDIZAR**
- 22 ¿DE QUÉ HABLAMOS CUANDO HABLAMOS DE...? REPRESENTACIÓN Y ESTEREOTIPOS**
- 24 ¿DE QUÉ HABLAMOS CUANDO HABLAMOS DE...? LOS CHICOS Y CHICAS EN LOS MEDIOS AUDIOVISUALES**
- 25 ¿DE QUÉ HABLAMOS CUANDO HABLAMOS DE...? DERECHO HUMANO A LA COMUNICACIÓN**
- 27 ¿DE QUÉ HABLAMOS CUANDO HABLAMOS DE...? LA LEY DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL**
- 30 ¿DE QUÉ HABLAMOS CUANDO HABLAMOS DE...? DEFENSORÍA DEL PÚBLICO DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL**

PRESENTACIÓN

La Defensoría del Público es un organismo público de alcance nacional creado por la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual que tiene como función principal recibir, canalizar y registrar las consultas y reclamos que presentan las audiencias de radio y televisión. Los principios fundamentales de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y la existencia de esta Defensoría implican un cambio central en la concepción de las audiencias de los medios de comunicación: comienzan a ser reconocidas como ciudadanas y ciudadanos, y ya no receptores pasivos ni meros consumidores. Para que ese cambio sea efectivo y la ciudadanía se reconozca como sujeto de derecho en los temas específicos que hacen a la comunicación social se necesita de la divulgación, la formación y el fomento de esos derechos. Esas son algunas de las funciones de esta Defensoría.

Bajo la premisa «nadie reclama un derecho que no conoce», la Dirección de Capacitación y Promoción de la Defensoría del Público desarrolla una tarea pedagógica esencial para fortalecer a la ciudadanía a partir de la formación, el debate, la participación, la generación de propuestas y la producción de materiales pedagógicos. Su misión es promover el concepto y la práctica del derecho humano a la comunicación, el texto y el espíritu de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en diálogo con los otros derechos humanos.

En el marco del nuevo paradigma comunicacional, donde los derechos comunicacionales del público y específicamente de las niñas, niños y adolescentes tienen un

lugar fundamental, es central dar a conocer a los chicos y chicas sus derechos en materia de comunicación para aportar a su formación como audiencias críticas y como productores y productoras de mensajes audiovisuales, para que conozcan y reflexionen sobre sus derechos, ejerzan su ciudadanía comunicacional y reclamen en el caso que estos derechos sean vulnerados.

La Defensoría del Público realiza encuentros, produce materiales y pone en marcha talleres y procesos de capacitación en diversos espacios: escuelas, institutos de formación docente, universidades, organizaciones sociales, radios y televisoras sin fines de lucro, públicas y comerciales, entre otros. Los realiza en articulación con niñas, niños y adolescentes, docentes, comunicadores y comunicadoras, referentes de organizaciones sociales y la ciudadanía en general.

LA ESCUELA: ESPACIO DE PROMOCIÓN DE DERECHOS

La escuela, en tanto territorio de inclusión y de universalización del acceso al conocimiento y promoción de los derechos humanos, es un sitio privilegiado para la construcción de ciudadanía y para el ejercicio del derecho humano a la comunicación. Puede cumplir un papel central en la reflexión acerca de los modos en que los medios audiovisuales representan a la niñez y la juventud y sobre sus posibilidades de participación.

La televisión y la radio atraviesan las prácticas cotidianas de estos grupos. Desde el espacio escolar es posible incentivar la mirada crítica y



promover la formación ciudadana de los chicos y las chicas, reflexionar sobre sus derechos comunicacionales, aportar a la consolidación de sociedades cada vez más democráticas, plurales y respetuosas de la diversidad y que reconozcan a las niñas, niños y adolescentes su plena ciudadanía. Promover el conocimiento y ejercicio del derecho humano a la comunicación de chicas y chicos implica reconocerlos como sujetos de derecho y como actores sociales con incidencia en la construcción de nuestra sociedad y en la consolidación de la democracia. Es un modo de colaborar en su empoderamiento.

Con este objetivo, la Defensoría del Público pone a disposición los cuadernillos «La Defensoría en la escuela», un material destinado a docentes de nivel primario y secundario de todo el país con propuestas pedagógicas y desarrollos conceptuales para abordar en el aula los derechos comunicacionales de niñas, niños y adolescentes, para propiciar un espacio de análisis y para realizar producciones audiovisuales en las que chicas y chicos sean los protagonistas.

ACERCA DEL MATERIAL

«La Defensoría en la escuela» ofrece una secuencia de actividades y recursos dispuestos en cuatro encuentros y propuestas para dar continuidad al proceso de formación. Si bien este recorrido no es aleatorio, la secuencia didáctica puede ser utilizada de forma flexible en función de los intereses, conocimientos, necesidades y tiempos de las instituciones y de cada grupo en particular.

Los encuentros están pensados para clases de ochenta minutos y con lineamientos que podrán ser adaptados, en cuanto a tiempo de duración y periodicidad, a la dinámica de las clases donde se incluyan. Este mismo recorrido podrá realizarse en una cantidad mayor o menor de encuentros o se podrán utilizar algunas actividades en particular.

Materiales audiovisuales para analizar durante los encuentros, dinámicas guiadas por las y los docentes y abordajes conceptuales sobre la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y el derecho a la comunicación son algunas de las herramientas que componen esta secuencia didáctica.

LA DEFENSORÍA DEL PÚBLICO ESTÁ A DISPOSICIÓN PARA RESPONDER CONSULTAS ACERCA DE LA PROPUESTA DIDÁCTICA Y DE SU REALIZACIÓN. TAMBIÉN OFRECE LA POSIBILIDAD DE SOLICITAR UN TALLER A CARGO DE INTEGRANTES DE LA DIRECCIÓN DE CAPACITACIÓN Y PROMOCIÓN PARA PROFUNDIZAR EL RECORRIDO DE «LA DEFENSORÍA EN LA ESCUELA» Y CONOCER LAS FUNCIONES DEL ORGANISMO. COMPLETAR EL FORMULARIO DE CONSULTAS EN: WWW.DEFENSADELPUBLICO.GOB.AR

**DIRECCIÓN DE CAPACITACIÓN Y PROMOCIÓN
CAPACITACION@DEFENSADELPUBLICO.GOB.AR
011 3754 1640**

ACTIVIDADES. PROPUESTAS PARA REFLEXIONAR Y PRODUCIR



Destinatarios:

Chicos y chicas de 4°, 5° y 6° grado de nivel primario

Duración:

Cuatro encuentros de 80 minutos

Objetivos:

A partir de este proceso se apunta a que las chicas y los chicos:

- Reconozcan a la comunicación como un derecho humano.
- Conozcan sus derechos comunicacionales y reflexionen acerca de su cumplimiento.
- Analicen críticamente producciones audiovisuales.
- Reflexionen acerca del modo en que son representados y representadas por los medios de comunicación audiovisual.
- Identifiquen representaciones estereotipadas y discriminatorias que circulan en la radio y en la televisión.
- Imaginen formas alternativas de representación a las predominantes en los medios audiovisuales.
- Problematicen los mecanismos de producción, circulación y recepción de los mensajes de los medios audiovisuales.
- Reflexionen sobre la importancia de la diversidad y la pluralidad en la radio y en la televisión.

- Se asuman como productores de medios audiovisuales.
- Identifiquen a la Defensoría del Público como un organismo estatal encargado de promover sus derechos en tanto audiencias de la radio y la televisión.

Contenidos:

- Las representaciones y los estereotipos en la producción audiovisual.
- Las representaciones e identidades que cada grupo conoce y construye.
- Las modalidades de participación y de protagonismo de los niños, niñas y adolescentes en radio y televisión.
- La comunicación como derecho humano en el marco de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.
- El derecho humano a la comunicación en la consolidación de la democracia.
- Los derechos comunicacionales contemplados en la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en relación a niños, niñas y adolescentes.
- Los derechos de las audiencias y las funciones de la Defensoría del Público en el marco de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

PRIMER ENCUENTRO

REPRESENTACIONES Y ESTEREOTIPOS: MANERAS DE CONTAR

Objetivos

- Compartir las elecciones y preferencias audiovisuales de chicas y chicos.
- Reflexionar sobre los conceptos de representación y de estereotipo.
- Diferenciar la utilización de estereotipos de aquellos que resultan discriminatorios.

Actividades

NOS PRESENTAMOS, ¿QUÉ MIRAMOS?

[15 MINUTOS]

Los chicos y las chicas deberán contar cuál es su programa de la televisión preferido y explicar brevemente por qué les gusta. También se les puede pedir que mencionen si escuchan radio y qué escuchan.

PALABRAS QUE NO SON CASUALES

[20 MINUTOS]

Se divide al grupo en dos equipos. Cada participante tomará una tarjeta sin que el resto de su grupo la vea. Deberá mencionar como máximo diez palabras con las que asocie la profesión que figura en la tarjeta. Su equipo tendrá que adivinar de qué profesión se trata mediante esas pistas. Por ejemplo: Cocinero/a: comida, cuchara, olla, delantal, horno.

ALTERNATIVAS PARA CONTAR

[15 MINUTOS]

En plenario, se invita a debatir a partir de preguntas disparadoras: ¿Con qué otras palabras se les ocurre que se puede relacionar esa profesión? ¿Qué otros sustantivos se podrían haber utilizado para describirla? ¿Con qué adjetivos la pueden asociar?

UN MISMO HECHO, DIFERENTES MIRADAS

[25 MINUTOS]

Se elige una noticia que haya ocurrido en las últimas semanas y que chicas y chicos reconozcan fácilmente. Divididos en subgrupos, la contarán por escrito en dos o tres oraciones. Cada grupo deberá construir su relato de modo independiente.

Luego, compararán las noticias y reflexionarán sobre lo que contó cada uno, qué información incluyó, con qué tono, desde qué mirada. Esto permitirá vincular la idea de representación con aquello que se muestra en los medios audiovisuales.

Sugerencias para docentes

Si bien son múltiples las características que pueden atribuirse a las diferentes profesiones u oficios, para poder representarlos recurrimos a seleccionar ciertas características y no otras. En la mayoría de los casos apelamos a representaciones estereotipadas porque son reconocidas, facilitan la comunicación y, en este caso, el juego.



Con representaciones estereotipadas nos referimos a la repetición de ciertos rasgos que se atribuyen a un colectivo o a determinados individuos. Por ejemplo, la representación de la madre como cariñosa, ocupada de las tareas del hogar, activa, responsable; la representación de las y los adolescentes como rebeldes, insolentes, perezosos; o la de las niñas y niños como inocentes, puros, graciosos. Son ideas que existen en la sociedad y que, a partir de las representaciones que circulan en la radio y la televisión, son reforzadas.

En algunas ocasiones, los estereotipos que se construyen pueden ser discriminatorios. Esto ocurre cuando a determinados grupos se les asignan características negativas o que dejan a algunos en inferioridad de condiciones respecto de otros, como el ejemplo del estereotipo estigmatizante del adolescente.

Recursos

Tarjetas con diferentes profesiones y oficios. Por ejemplo: futbolista, bailarín/a, cocinero/a, médico/a, jardinero/a, periodista, carpintero/a, banquero/a, músico/a, repostero/a, etc. También se pueden elegir otras categorías.



¿DE QUÉ HABLAMOS CUANDO HABLAMOS DE...? REPRESENTACIÓN Y ESTEREOTIPOS (PÁG. 22)

SEGUNDO ENCUENTRO

¿CÓMO NOS MUESTRAN LA RADIO Y LA TELEVISIÓN?

Objetivos

- Reflexionar acerca de las representaciones actuales y pasadas de los chicos y chicas en la televisión argentina.
- Identificar diferentes modos de representar.
- Imaginar formas alternativas de representación a las predominantes en los medios audiovisuales.
- Conocer y reflexionar sobre el derecho humano a la comunicación.

Actividades

RECAPITULAMOS

[15 MINUTOS]

Se dedicarán los primeros minutos a realizar un breve repaso de los conceptos e ideas trabajadas en el encuentro anterior.

CHICAS Y CHICOS EN TELEVISIÓN

[25 MINUTOS]

Luego de proyectar un compilado con diferentes imágenes televisivas de programas de ficción, informativos y publicidades, actuales y de otros momentos históricos en las que aparecen niñas y niños, se les solicita que describan los detalles de las imágenes: ¿cómo son esas chicas y chicos?

Sugerencias para docentes

Es muy importante que los materiales audiovisuales seleccionados sean variados, tanto en lo que refiere a cuestiones estéticas, a los géneros a los que pertenecen como a las

empresas y organismos que los producen. Esto facilitará la comparación y el análisis.

LO QUE SE MUESTRA ES TAN IMPORTANTE COMO LO QUE NO

[20 MINUTOS]

Se generará un espacio de reflexión y puesta en común. En un papel afiche, se registrarán las conclusiones. Como alternativa al registro colectivo se puede realizar en el cuaderno o carpeta de cada chica o chico.

Sugerencias para docentes

Algunas preguntas para estimular la reflexión: ¿Cómo son los chicos y chicas que vimos en las imágenes? ¿Qué características tienen? ¿Cómo se visten? ¿Se parecen a nosotros y nosotras? ¿En qué situaciones aparecen? ¿Haciendo qué actividades? ¿Cómo son los lugares por los que circulan? ¿Cómo son sus casas, sus escuelas, sus barrios? ¿Se parecen a nuestras casas, a nuestras escuelas, a nuestros barrios? ¿Cómo hablan? ¿Lo hacen parecido a nosotros? ¿Cómo se relacionan con los adultos y adultas? ¿Cómo es la música que acompaña las imágenes? ¿Nos sentimos identificados con ellos y ellas? ¿Qué les parece que no se muestra? ¿Qué chicos y chicas no aparecen? ¿Ustedes miran habitualmente estos programas?

REPRESENTAR ES TOMAR DECISIONES

[20 MINUTOS]

Se desarrolla brevemente el concepto de representación, los criterios y las decisiones que

involucran. Representar implica tomar algunos rasgos y no otros: seleccionar y jerarquizar, mostrar algunas características y resaltar algunas más que otras. Por ejemplo, si pensamos en la vida en el campo se podría mostrar como un lugar apacible, tranquilo y armónico; otra opción sería dar cuenta de un lugar donde el trabajo es muy esforzado, las jornadas son largas y rutinarias. Son maneras diferentes de representar lo mismo.

Los medios audiovisuales también comunican a través de representaciones. La inauguración de una plaza en la cobertura de una radio puede incluir las voces de distintos vecinos y vecinas contando lo desmejorado que estaba ese espacio y cuánto ayuda su reparación para que el barrio sea más seguro. El mismo evento, cubierto por otro medio que entrevista a chicas y chicos de esa misma zona, puede mostrar testimonios de lo importante que es para esas niñas y niños tener un lugar donde jugar, andar en bicicleta o reunirse. Ambas son diferentes representaciones de la misma noticia.

La diversidad de representaciones en los medios de comunicación es central, permite que diferentes grupos puedan estar presentes con sus distintos puntos de vista y una multiplicidad de maneras de mostrar y contar.

Recursos

Compilado de imágenes televisivas actuales y de otros momentos históricos en las que aparezcan chicos y chicas en diferentes situaciones, dispositivo técnico disponible para proyectar las imágenes, papeles afiche y marcadores.



**¿DE QUÉ HABLAMOS CUANDO
HABLAMOS DE...? LOS CHICOS
Y CHICAS EN LOS MEDIOS
AUDIOVISUALES (PÁG.24)**



TERCER ENCUENTRO

¿ESTAMOS EN LOS MEDIOS?

Objetivos

- Reconocer a la comunicación como un derecho humano.
- Reflexionar sobre los derechos comunicacionales de chicas y chicos.
- Analizar críticamente producciones audiovisuales.
- Identificar representaciones estereotipadas y/o discriminatorias que circulan en los medios de comunicación audiovisual.
- Imaginar formas alternativas de representación a las predominantes en la radio y la televisión.
- Asumirse como productores de los medios audiovisuales.

Actividades

RECAPITULAMOS

[10 MINUTOS]

Se dedicarán los primeros minutos a realizar un breve repaso de los conceptos e ideas trabajadas en el encuentro anterior.

NOSOTRAS, NOSOTROS Y LOS MEDIOS

[15 MINUTOS]

En grupos de cuatro integrantes, se propone reflexionar a partir de las siguientes preguntas: ¿En qué programas aparecen chicos y chicas en la tele? ¿De qué temas hablan los chicos y chicas cuando aparecen en la tele? ¿Se escucha a chicos y chicas en la radio?

NUESTRAS IDEAS Y NUESTRAS VOCES EN LA TELE Y EN LA RADIO

[15 MINUTOS]

Se pone en común lo trabajado por cada grupo y se estimula la reflexión y el debate a partir de preguntas disparadoras: ¿Los chicos y chicas aparecen en noticieros? ¿Cómo? ¿En qué situaciones? ¿Y en novelas? ¿En programas de música? ¿Hay programas de radio hechos por chicos y chicas? ¿Hay chicos y chicas que conducen programas de televisión? ¿Se los y las entrevista sobre cosas que pasan en sus escuelas o sobre otros temas que son de su interés?

Finalmente, se propone que de manera grupal contesten la siguiente pregunta: ¿Sobre qué temas les gustaría hablar u opinar en la televisión y en la radio?

TENEMOS COSAS PARA CONTAR

[35 MINUTOS]

Se invita a cada grupo a crear un programa de televisión que pertenezca al género informativo (noticiero o de entrevistas, por ejemplo) para abordar los temas que les gustaría que se difundan y sobre los que les gustaría ser consultados. El programa tiene que tener un nombre y tienen que describirlo brevemente por escrito.

Finalmente, cada grupo asignará roles para la realización del programa. Elegirán a quienes filmen, entrevisten, conduzcan y a posibles entrevistados o entrevistadas, entre otros.

Se propone, además, que cada uno de los chicos y las chicas piense su noticia y la comparta justificando el porqué de esa elección. Luego, se compilarán en un afiche con todas las noticias que cada uno de los chicos y chicas mencionó.

Sugerencias para docentes

Es importante que en la construcción de las noticias sean las chicas y los chicos los protagonistas de la selección y de la producción.

TEMAS PARA AYUDAR A LAS CHICAS Y LOS CHICOS A PENSAR SUS NOTICIAS:

- LUGARES PARA JUGAR.
- JUEGOS O JUGUETES FAVORITOS.
- PROGRAMAS DE TELE FAVORITOS, PELÍCULAS PREFERIDAS.
- JUEGUITOS ELECTRÓNICOS O REDES SOCIALES.
- ESPACIOS PÚBLICOS Y JUEGOS:
¿PODEMOS ANDAR EN BICI POR LA CALLE? ¿QUÉ PASA CON LOS AUTOS?
¿PODEMOS JUGAR EN LA VEREDA?
- MI ENTORNO, MI COMUNIDAD, EL LUGAR DONDE VIVO.
- JUEGOS QUE LES GUSTARÍA QUE HUBIERA EN LAS PLAZAS.
- ALIMENTACIÓN: ME GUSTA/NO ME GUSTA, SALUDABLE/DAÑINO.
- CUIDADO DEL AMBIENTE, RECICLAJE.
- PELEAS O CONFLICTOS ENTRE ELLOS Y ELLAS.
- AMISTAD.
- SALUD: ENFERMEDADES, CUIDADO DE LOS DIENTES.
- EDUCACIÓN VIAL.
- LIBROS Y MÚSICA PREFERIDOS.
- DEPORTES.
- APRENDIZAJE: COSAS QUE LES GUSTA APRENDER/COSAS QUE NO, LO FÁCIL/LO DIFÍCIL.
- ANIMALES, MASCOTAS.
- NOTICIAS DE LA ESCUELA: ACTOS, EXCURSIONES, ACTIVIDADES, CAMBIOS DE MAESTROS Y MAESTRAS, PAROS.
- FAMILIAS, HERMANOS.
- CHISTES, CONSEJOS.
- GUERRAS, VIOLENCIA.
- POLÍTICA.

IDEAS PARA AYUDAR A LAS CHICAS Y CHICOS A PENSAR SUS NOTICIAS:

- PARTIR DE LAS SIGUIENTES PREGUNTAS:
¿QUÉ PASÓ? ¿QUIÉN O QUIÉNES FUERON LAS Y LOS PROTAGONISTAS? ¿CUÁNDO SUCEDIÓ? ¿DÓNDE? ¿POR QUÉ?
- HACER HINCAPIÉ EN NOTICIAS EN LAS QUE ELLOS Y ELLAS SEAN PROTAGONISTAS, QUE INCORPOREN SUS VOCES Y SUS PERSPECTIVAS.
- ROMPER CON LA LÓGICA NOTICIOSA DEL MUNDO ADULTO E INTENTAR PENSAR NUEVOS CRITERIOS DE NOTICIABILIDAD EN LOS QUE LAS CHICAS Y CHICOS PUEDAN ESTABLECER PAUTAS QUE LES PERMITAN VALORAR AQUELLO QUE ES SUSCEPTIBLE DE CONVERTIRSE EN UNA NOTICIA Y AQUELLO QUE NO. POR EJEMPLO, APELAR A TEMAS QUE SEAN DE SU INTERÉS, A HECHOS CERCANOS, PRÓXIMOS A SU VIDA COTIDIANA. TAMBIÉN ACTIVIDADES QUE SUCEDEN EN LA ESCUELA, EN EL BARRIO O QUE AFECTAN DE ALGÚN MODO A LA NIÑEZ Y LA ADOLESCENCIA.
- RECUPERAR MIRADAS VINCULADAS A LO LOCAL, A LOS PROPIOS ENTORNOS SOCIALES Y CULTURALES.

Para pensar los criterios de noticiabilidad diferentes a los que suelen primar en las noticias que difunden los medios se pueden establecer comparaciones:

NOTICIAS EN LAS CUALES...	
LAS CHICAS Y LOS CHICOS SON LOS PROTAGONISTAS	LOS PROTAGONISTAS SON LOS ADULTOS
LAS CHICAS Y LOS CHICOS OPINAN Y SON FUENTE DE INFORMACIÓN	SON FUENTE DE INFORMACIÓN Y OPINAN ÚNICAMENTE LAS Y LOS ADULTOS
SE TRATAN TEMAS QUE INTERESAN Y AFECTAN A LAS CHICAS Y A LOS CHICOS	SE TRATAN TEMAS QUE IMPLICAN SOLO A LAS Y LOS ADULTOS

EJEMPLO 1:

«Las chicas de quinto grado participaron del torneo intercolegial de handball. Salieron subcampeonas y están muy contentas. Ya se ilusionan con volver a participar el año próximo».

EJEMPLO 2:

«El grupo de segundo grado está organizando una muestra artística para el tercer fin de semana de noviembre. Todo el colegio estará invitado. Habrá exposición de pinturas, esculturas y otras obras artísticas que las chicas y chicos de primer, segundo y tercer grado de la escuela hicieron durante el año».

Recursos

Papeles afiche y marcadores.



¿DE QUÉ HABLAMOS CUANDO HABLAMOS DE...? DERECHO HUMANO A LA COMUNICACIÓN. (PÁG. 25)



CUARTO ENCUENTRO

LA COMUNICACIÓN ES UN DERECHO HUMANO

PARA LA REALIZACIÓN DE ESTE ENCUENTRO SE PUEDE SOLICITAR LA PRESENCIA DE LA DEFENSORÍA DEL PÚBLICO A TRAVÉS DE SU DIRECCIÓN DE CAPACITACIÓN Y PROMOCIÓN.

INGRESAR AL SITIO DEL ORGANISMO: WWW.DEFENSADELPUBLICO.GOB.AR Y COMPLETAR EL FORMULARIO DE CONSULTAS.

Objetivos

- Reconocer a la comunicación como un derecho humano.
- Asumirse como sujetos productores de mensajes de los medios audiovisuales.
- Conocer sus derechos comunicacionales.
- Identificar a la Defensoría del Público como un organismo estatal encargado de defender sus derechos en tanto audiencias de la radio y la televisión.

Actividades

RECAPITULAMOS Y NOS ORGANIZAMOS

[15 MINUTOS]

Se realiza un repaso de lo trabajado en el encuentro anterior. Se les solicita a las chicas y chicos que se agrupen de acuerdo a lo pautado. Se organizarán con las noticias o segmentos del programa que elaboraron.

SOMOS CHICAS, SOMOS CHICOS Y TENEMOS NOTICIAS PARA CONTAR

[30 MINUTOS]

Luego, en un espacio montado como escenario televisivo o radial, compartirán sus noticias, entrevistas o el informativo/noticiero/programa. Le pueden poner un nombre al programa y/o a la radio o canal de televisión.

Sugerencias para docentes

La propuesta para este encuentro es trabajar fuera del aula. Se puede hacer la actividad en el SUM, en el patio, en el salón de actos, el comedor o incluso en la plaza como si fuera una radio abierta. La idea es que sea un espacio en el que haya lugar para montar una suerte de escenografía y para que los chicos y las chicas puedan moverse y agruparse de diversos modos.

¿QUÉ ES EL DERECHO A LA COMUNICACIÓN?

[20 MINUTOS]

Se desarrolla una instancia de reflexión sobre el ejercicio del derecho a la comunicación y sus alcances:

- Derecho a hacer preguntas.
- Derecho a que nuestra voz sea escuchada y tenida en cuenta.
- Derecho a recibir información y a informar.
- Derecho a intercambiar ideas.
- Derecho a opinar.
- Derecho a encontrarse, juntarse, reunirse.
- Derecho a participar.



EL LIBRO «LA COMUNICACIÓN NO ES CUENTO» ES UN MATERIAL ELABORADO POR LA DEFENSORÍA DEL PÚBLICO PARA DAR A CONOCER A LA NIÑEZ SUS DERECHOS COMUNICACIONALES. SE PUEDE DESCARGAR Y COMPARTIR. WWW.DEFENSADELPUBLICO.GOB.AR/ES/COMUNICACION-NO-CUENTO

Sugerencias para docentes

Es importante vincular el derecho a la comunicación con algunos otros de los derechos de las chicas y chicos garantizados en la Convención Internacional por los Derechos del Niño. ¿Cuáles son estos derechos?:

- Derecho a recibir cuidado y protección.
- Derecho a tener un nombre y una nacionalidad.
- Derecho a que se respeten nuestras ideas, creencias, cultura y lengua.
- Derecho a que se proteja nuestra intimidad.
- Derecho a la educación.
- Derecho a una vida digna.
- Derecho a jugar y divertirnos.
- Derecho a que nos cuiden y atiendan cuando estamos enfermos.
- Derecho a que no nos maltraten ni nos hagan trabajar.
- Derecho a que el Estado nos ayude a nosotros y a nuestras familias para proteger nuestros derechos.
- Derecho a conocer nuestros derechos.

El derecho a la comunicación es un derecho humano fundamental porque es necesario para conocer la existencia de otros derechos y reclamar y visibilizar su vulneración.

También es importante dar cuenta que el respeto y el ejercicio del derecho humano a la comunicación está garantizado en la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Esta norma promueve una serie de derechos específicos para las niñas, niños y adolescentes.



¿DE QUÉ HABLAMOS CUANDO HABLAMOS DE...? LEY DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL. (PÁG. 27)

LA DEFENSORÍA TAMBIÉN ES DE LAS CHICAS Y DE LOS CHICOS

[15 MINUTOS]

Se presenta a la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual, un organismo encargado de defender los derechos garantizados en la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

Es importante informar a las chicas y chicos que no hay que ser adulto para realizar un reclamo o una consulta en la Defensoría del Público. Las niñas, niños y adolescentes también pueden hacerlo.



EL CANAL INFANTIL PAKAPAKA REALIZÓ JUNTO A LA DEFENSORÍA DEL PÚBLICO UN SPOT SOBRE EL ORGANISMO. SE PUEDE VER Y COMPARTIR. WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=VTHY9BXUCZ8



¿DE QUÉ HABLAMOS CUANDO HABLAMOS DE...? DEFENSORÍA DEL PÚBLICO DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL (PÁG. 30)

Recursos

Micrófono, mesas y sillas, afiches con las noticias elaboradas por los chicos y chicas y texto del libro «La comunicación no es cuento». También se puede realizar con la colaboración de la o el docente de plástica una escenografía que simule un estudio de radio o de un canal de televisión.

ALGUNAS IDEAS PARA SEGUIR EJERCITANDO EL DERECHO HUMANO A LA COMUNICACIÓN

- **ELEGIR ALGUNAS DE LAS NOTICIAS ELABORADAS POR LAS CHICAS Y LOS CHICOS PARA PROPONER A LA RADIO O AL CANAL DE TELEVISIÓN LOCAL QUE LAS INCLUYAN EN SUS BOLETINES INFORMATIVOS O NOTICIEROS. ADEMÁS, SE PUEDE INVITAR A LOS MEDIOS LOCALES A REGISTRAR LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL DEL CUARTO ENCUENTRO EN LA QUE CHICAS Y CHICOS CUENTAN SUS NOTICIAS.**





- GRABAR LAS NOTICIAS PRODUCIDAS DURANTE LA SECUENCIA Y ELABORAR UN INFORMATIVO RADIOFÓNICO.
- REALIZAR PEQUEÑOS CORTOMETRAJES UTILIZANDO STOP MOTION, UNA TÉCNICA DE ANIMACIÓN QUE CONSISTE EN APARENTAR EL MOVIMIENTO DE OBJETOS ESTÁTICOS POR MEDIO DE UNA SERIE DE IMÁGENES FIJAS QUE PUEDEN SER FOTOGRAFÍAS O DIBUJOS. ALGUNAS TEMÁTICAS POSIBLES: CHICAS Y CHICOS

QUE DAN A CONOCER SUS DERECHOS, EN ACTIVIDADES QUE REALIZAN EN SUS ESCUELAS O BARRIOS O SITUACIONES QUE NO LES GUSTEN DE SU LOCALIDAD, A MODO DE DIFUSIÓN PARA QUE SEAN MODIFICADAS.

¡Y TODO AQUELLO QUE SE LES OCURRA PARA REFLEXIONAR, DEBATIR Y PRODUCIR SOBRE EL DERECHO HUMANO A LA COMUNICACIÓN!



APORTES. CONCEPTOS E IDEAS PARA PROFUNDIZAR

¿DE QUÉ HABLAMOS CUANDO HABLAMOS DE...?

REPRESENTACIÓN Y ESTEREOTIPOS

Toda representación mediática implica 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. Involucra siempre una mirada particular sobre un hecho o un grupo social condicionada por factores ideológicos, económicos, sociales, educativos o culturales. Que uno de los personajes protagónicos de una serie o de una película sea de una u otra manera da cuenta de ciertas decisiones y criterios que la sustentan. Algunas de las preguntas que nos permiten reflexionar sobre estas decisiones son: ¿Qué rasgos tiene ese personaje? ¿Habla como los chicos y chicas de nuestro país? ¿Utiliza un lenguaje neutro? ¿Permite identificar elementos culturales de las tierras dónde vivimos? ¿O recurre a elementos universalistas?

Representar implica tomar decisiones, elegir qué y a quién se va a mostrar y requiere de criterios de jerarquización que no son estáticos sino que cambian a lo largo del tiempo y del espacio. ¿Los superhéroes que protagonizaban las series televisivas de hace veinte o treinta años son iguales a los de ahora? ¿En qué se diferencian?

Por ejemplo, en el conocido juego «Dígalo con mímica» que consiste en representar temas, profesiones u oficios. Elegiremos ciertas características por sobre otras y, en la mayoría de los casos, recurriremos a representaciones estereotipadas que al ser reconocidas 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. 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.

Mediante la representación repetida de una cierta variedad de temáticas se puede sugerir aquello que es aceptable o «normal» y, en contraposición, aquello que no lo es, que constituye una desviación o un estigma. El estigma coloca a su poseedor en una situación de inferioridad. A veces, pertenecer a un cierto sector social, vivir en tal o cual barrio, vestirse con determinadas prendas, participar en una agrupación política particular, escuchar cierta música o tener algunas características físicas, son considerados estigmas.

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 o 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 o de un juicio de valor que es asumido como natural. Por ejemplo, el estereotipo sobre la mujer como débil y ligada a las tareas domésticas o de los y las jóvenes de sectores vulnerables como vagos y delincuentes. Estos estereotipos son compartidos



socialmente y existe un consenso sobre su existencia. Su validez se mide por el grado de reconocimiento que generan, porque parecen naturales y obvios y, por este motivo, es tan importante ponerlos en cuestión, desarmarlos y producir representaciones alternativas.

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, de representar a otros y otras y a ellos mismos. En nuestra sociedad adultocéntrica, los chicos y chicas han quedado al margen de estas decisiones.

La sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en 2009 tiene importancia en este punto porque habilita el acceso a los medios -derecho vedado en el decreto ley de la dictadura- de las organizaciones sin fines de lucro, de los pueblos originarios, de las instituciones escolares estatales y, de esta manera, abre espacios de representación más plurales. Es decir, habilita la existencia mediática 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 la radio y la televisión, más diversas serán las representaciones que circulen por ellos, ya que habrá una mayor pluralidad de criterios a la hora de seleccionar y delimitar aquello que es representado.

Es importante que los chicos y las chicas puedan participar y ejercer su derecho humano a la comunicación y acceder a producciones cuyas representaciones diversas enriquezcan y complejicen sus repertorios culturales, que

tiendan puentes de diálogo entre diferentes culturas, que permitan que los niños y niñas se reconozcan y reconozcan a otros, donde se visibilicen y oigan sus voces, opiniones e inquietudes acerca del mundo que los rodea. Representaciones que promuevan el federalismo, que rompan con los estereotipos de género, que construyan estéticas y narrativas diversas y novedosas.

¿DE QUÉ HABLAMOS CUANDO HABLAMOS DE...?

LOS CHICOS Y CHICAS EN LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

Los niños, niñas y adolescentes interactúan constantemente con los medios audiovisuales. La televisión 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. Sus voces pocas veces están presentes, ni siquiera en aquellos asuntos que los tienen como protagonistas. Muy escasos son los espacios donde pueden expresar públicamente sus opiniones, cuestionamientos, necesidades y deseos. Se habla en nombre de ellos y ellas y sobre ellos y ellas, pero en contadas ocasiones se constituyen en los enunciadores de los temas que los 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. Así lo demuestra el monitoreo realizado durante 2013, 2014 y 2015 por la Dirección de Análisis, Investigación y Monitoreo de la Defensoría del Público. «Qué es noticia en los noticieros - La construcción de la información en los programas noticiosos de los canales de aire de la ciudad de Buenos Aires» puede consultarse en la página web del organismo:
www.defensadelpublico.gob.ar

De acuerdo a los datos elaborados en el monitoreo durante 2014, solo 630 de las 14.528 noticias analizadas refieren a los tópicos de niñez y adolescencia y, cuando eso sucede, su aparición en los medios tiene como tema preponderante los casos policiales y de inseguridad. En 2015, los resultados del monitoreo arrojaron resultados similares. De 14.375 noticias analizadas, solo en 510 tematizan de algún modo cuestiones vinculadas con la niñez y adolescencia y 1 de cada 2 están vinculadas a temáticas policiales. Además, se observa la marginación de la palabra de los niños, niñas y adolescentes, ya que, de acuerdo al estudio, solo en 13 noticias fueron consultados como fuente de información. Se evidencia de este modo como 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 al garantizar y promover el derecho humano a la comunicación de la niñez y la adolescencia. La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y las leyes y tratados 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. La Ley de Educación Nacional también establece la importancia de que en la escuela se brinden herramientas para el análisis y la realización de producciones audiovisuales.

En este marco, la escuela en tanto institución de educación formal, tiene un rol fundamental a la hora de propiciar espacios de participación para que chicos y chicas puedan ejercer su derecho a la comunicación. Así, la radio escolar, el canal de televisión local, las radios comunitarias y barriales, pueden constituirse en lugares con los cuales vincularse en pos de que se escuchen las voces de las y los jóvenes y se habiliten espacios para su participación.

¿DE QUÉ HABLAMOS CUANDO HABLAMOS DE...?

DERECHO HUMANO A LA COMUNICACIÓN

El derecho a la comunicación es el derecho humano inalienable que tenemos 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.

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. 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. Para poder participar e involucrarnos en los problemas que nos afectan a diario, para exigir respuestas a quienes corresponda, para pensar y proponer soluciones, es necesario contar con información. Si los chicos y chicas no tienen información sobre el derecho que tienen a que su opinión sea tenida en cuenta en los asuntos que los afectan, difícil será que puedan ejercerlo y reclamar frente a situaciones injustas y avasallantes.

Los medios de comunicación son fundamentales para que podamos informarnos. Pero esa información tiene que ser variada y responder a diferentes opiniones para facilitar y promover puntos de vista distintos y sin condicionamientos.

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

La comunicación es un derecho humano de dos dimensiones: una individual y otra colectiva. Una individual, que consiste en el derecho de cada persona a expresar sus propios pensamientos, ideas e informaciones; y una dimensión colectiva o social, que refiere al derecho de la sociedad

a recibir cualquier información, a conocer las ideas, propuestas e informaciones que comparten otras y otros. Se trata de dar información, pero también de poder recibirla. La radio y la televisión son espacios fundamentales para ejercer el derecho a la comunicación. Por eso durante tantos años se reclamó contar con una ley que lo garantizara y, por eso, es importante defenderla.

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 las 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, entre ellos 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 promueva la igualdad entre hombres y mujeres, entre chicos y chicas. El tratamiento en los medios debe ser plural, igualitario y no estereotipado.
- Se cuide su imagen. Los medios de comunicación deben proteger la imagen de los niños, niñas y adolescentes cuando se trata de situaciones conflictivas. Tampoco debe mostrarse de manera indirecta ningún otro elemento que permita que sea identificado (dando datos como su dirección, testimonios de familiares o imágenes de su escuela, su

casa o su voz), incluso en aquellos casos que los adultos responsables lo autoricen. En situaciones públicas, siempre que no impliquen conflicto o supongan vulneraciones de otros derechos, la imagen de chicas y chicos podrá ser mostrada a través de los medios audiovisuales y podrán dar testimonio para radio y/o televisión. En situaciones privadas, se permite su aparición solo cuando sus padres o adultos a cargo lo autoricen o cuando tengan la edad de poder comprender los alcances de dicha aparición mediática.

- Se respete su dignidad.
- Las publicidades no les mientan para venderles un producto.
- Haya programación destinada a ellos y ellas. En los canales de televisión abierta, tienen que emitirse por lo menos tres horas por día de programación que los tenga como destinatarios.
- Se garantice un porcentaje mínimo de programación local y de música nacional e independiente con el objetivo de garantizar una propuesta federal y la expresión de las culturas locales. Así, la niñez y la juventud, como audiencias, podrán ver y escuchar programas hechos en sus lugares, que aborden sus actividades, problemas e intereses.
- Los chicos y chicas menores de doce años no puedan participar de programas emitidos de noche (entre las 10 y las 8 de la mañana), excepto aquellos que hayan sido grabados fuera de ese horario y deberán explicitarlo.
- Se garantice el acceso a las personas con discapacidad a través de la lengua de señas, del subtítulo oculto o de audio descripción.
- Se fomente el cuidado de la salud, alertando los riesgos del consumo excesivo de alcohol y de tabaco.
- Se promueva el respeto del ambiente.

Además los chicos y chicas tienen derecho a que:

- Su escuela pública sea autorizada para instalar una radio FM.
- El Estado destine fondos para promover la producción de contenidos de calidad para niños, niñas y adolescentes.

- El Consejo Asesor de la Comunicación y la Infancia (CONACAI) elabore propuestas para mejorar la calidad de la programación dirigida a ellos y ellas, establezca contenidos prioritarios o nocivos para los niños, niñas y adolescentes, seleccione los proyectos destinados chicos y chicas que recibirán financiamiento, propicie la realización de investigaciones y estudios sobre los medios audiovisuales y la infancia y adolescencia.
- La Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual reciba y responda consultas y reclamos sobre el funcionamiento de la radio y la televisión de todo el país.

¿DE QUÉ HABLAMOS CUANDO HABLAMOS DE...?

LA LEY DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, conocida popularmente como «Ley de Medios», regula el funcionamiento de la radio y la televisión en nuestro país. Fue sancionada en octubre de 2009 luego de un arduo e intenso debate ciudadano y reemplazó al Decreto Ley 22.285 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 la censura, 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. Se basaba en la Doctrina de la Seguridad Nacional: el gobierno tenía la facultad de interrumpir o limitar los servicios audiovisuales alegando razones de seguridad nacional. El Estado solo 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 pensarán la comunicación como un negocio -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 la ciudad de 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, desde la sociedad civil 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.

A partir de esos enunciados se redactó un anteproyecto de ley que fue presentado por la presidenta Cristina Fernández de Kirchner ante la ciudadanía 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.

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

Esta ley, arduamente debatida y consensuada, fue resistida y cuestionada en su legitimidad por algunos grupos de medios audiovisuales que se encontraban en una situación de concentración que pretendían mantener. Aunque la ley se encontraba vigente, comenzó a sufrir intentos de bloqueos totales o parciales, a partir de medidas cautelares pedidas por aquellos grupos ante la justicia. La intención era que algunos artículos de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual fueran declarados inconstitucionales para, de ese modo, evitar su aplicación y mantener su posición monopólica o dominante que atentaba

contra el desarrollo de otras voces necesarias en un estado democrático.

La Corte Suprema de Justicia de la Nación analizó los reclamos y el 29 de octubre de 2013 falló a favor de la plena constitucionalidad de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Se hizo hincapié en que toda regulación en materia de comunicación audiovisual debe tener como finalidad garantizar la pluralidad y diversidad de voces, con el objetivo de promover el debate público, ampliar los espacios para que distintos sectores de la sociedad puedan participar y equilibrar la desigualdad en el acceso a la palabra de los sectores menos poderosos. En ningún momento de la causa se probó que existiera una afectación a la libertad de expresión. En este proceso, la Corte Suprema de Justicia convocó a dos audiencias públicas para escuchar a actores sociales que representaron las distintas posiciones acerca de la regulación de servicios de comunicación audiovisual en nuestro país. La Defensoría del Público participó en representación de las audiencias de radio y televisión.

A pesar de la plena constitucionalidad de la ley establecida por el máximo tribunal de nuestro país, en los años posteriores algunos grupos monopólicos de medios audiovisuales continuaron sin adecuarse a lo establecido por la ley. Interpusieron nuevamente ante el Poder Judicial medidas cautelares o presentaron propuestas de adecuación incompatibles con lo establecido por la norma.

De todos modos, el mapa comunicacional se fue modificando de manera paulatina a partir del surgimiento y crecimiento de radios y canales de televisión sin fines de lucro, pertenecientes a organizaciones sociales, sindicatos, pueblos originarios y escuelas.

Luego de seis años de vigencia de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, en diciembre de 2015 el presidente Mauricio Macri, recién asumido, firmó Decretos de Necesidad y Urgencia (DNU) que afectan a la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Los cambios implicaron la derogación de artículos que obstaculizaban la concentración mediática y modificaron los organismos de regulación y aplicación de la ley, subordinándolos por completo al Poder Ejecutivo y restringiendo la participación de la ciudadanía en ellos.

Las modificaciones introducidas vulneran

el ejercicio igualitario del derecho humano a la comunicación en tanto permiten la concentración de la propiedad de los medios en unos pocos grupos y, de esta manera, se atenta contra la pluralidad y diversidad de voces. Significan un retroceso para la libertad de expresión y una vuelta a un lugar de privilegio del mercado, una regresión en la igualdad de oportunidades conseguidas por todos los sectores para acceder y participar de los medios de comunicación audiovisual. Para que la libertad de expresión sea más que un mero enunciado son necesarias restricciones a la conformación de grandes conglomerados mediáticos, tal como dan cuenta los estándares internacionales en la materia.

Numerosas son las resistencias que se han manifestado a estas modificaciones, tanto por las formas de su ejecución como por el contenido. Desde diversos sectores se han organizado manifestaciones, presentaciones ante el Poder Judicial y organismos internacionales de derechos humanos, objetando el avasallamiento al derecho humano a la comunicación y en defensa de los derechos garantizados por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

PLURALIDAD DE VOCES Y MIRADAS

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual sancionada en 2009 y declarada constitucional en 2013 tiene como pilar fundamental el derecho humano a la comunicación, permite que todos y todas podamos ejercerlo y garantiza, de este modo, la pluralidad y la diversidad.

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual reconoce como posibles licenciatarios tanto al sector privado comercial, estatal y al sector privado sin fines de lucro y autoriza a cooperativas, asociaciones civiles, sindicatos e iglesias a gestionar medios audiovisuales. Su espíritu es el de posibilitar la igualdad de oportunidades en el acceso y la participación en los medios de comunicación.

Para este tercer sector reserva el 33% de las frecuencias de todas las bandas del espectro radioeléctrico. También reconoce el derecho a gestionar emisoras audiovisuales a los pueblos originarios y a las instituciones educativas públicas. En la actualidad existen en nuestro país casi trescientas radios escolares. Se trata de radios gestionadas íntegramente por niñas, niños y jóvenes y cuyas principales voces son las de quienes habitan la escuela.

La comunidad educativa se expresa a través de la radio. Si bien su discurso tiene un sentido pedagógico, es decir, se integra dentro del proceso de aprendizaje escolar, tiene un marcado vínculo con el resto de la sociedad. Los temas que interesan y preocupan a alumnos y alumnas se articulan en la radio escolar con la currícula educativa.

Además, la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 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 y en nuestros barrios, que hablen de nuestros problemas, que muestren nuestros paisajes, que tengan nuestra tonada, donde los chicos y chicas puedan expresarse y hacer oír sus voces. Así, los chicos y chicas que viven en Amaicha del Valle o en Junín de los Andes podrán informarse sobre lo que pasa en sus pueblos y ciudades, y no escuchar las congestiones de tránsito en los accesos a la Ciudad de Buenos Aires.

La pluralidad y la diversidad también implican acceder a distintas posiciones políticas e ideológicas, a diferentes opiniones, a diversos 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.



¿DE QUÉ HABLAMOS CUANDO HABLAMOS DE...?

LA DEFENSORÍA DEL PÚBLICO DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

Es un organismo estatal creado por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Su titular, el Defensor o Defensora del Público, es postulado o postulada por la Comisión Bicameral de Promoción y Seguimiento de la Comunicación Audiovisual, las Tecnologías de las Telecomunicaciones y la Digitalización y luego de diez días de participación ciudadana es nombrado o nombrada 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. 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, después de recibir 800 adhesiones de la sociedad civil y con el voto mayoritario de ambas cámaras del Congreso, se nombró como Defensora a la Licenciada Cynthia Ottaviano. Su mandato es de cuatro años, puede ser renovado por única vez y requiere control de la Comisión Bicameral de Promoción y Seguimiento de la Comunicación Audiovisual, las Tecnologías de las Telecomunicaciones y la Digitalización.

Para realizar una consulta o un reclamo en la Defensoría sobre la radio, la televisión y otros medios regulados por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual no hay que ser mayor de edad, los chicos y las chicas también pueden participar y hacer oír sus voces.

PARA COMUNICARSE CON LA DEFENSORÍA DEL PÚBLICO INGRESAR TODOS LOS DÍAS DEL AÑO, LAS 24 HORAS, AL SITIO WEB: WWW.DEFENSADELPUBLICO.GOB.AR O A TRAVÉS DEL 0800-999-3333

«EL MUNDO DE LOS MEDIOS MASIVOS NOS PETRIFICÓ COMO ESPECTADORES YA QUE NO TENÍAMOS A QUIÉN REPLICAR, NO HABÍA MATERIALMENTE LA MANERA DE HACER RECLAMOS, ENTONCES NOS FUIMOS ACOSTUMBRANDO A SER PASIVOS, Y NO NACIMOS PASIVOS, LOS MEDIOS MASIVOS ASÍ LO IMPONÍAN Y TENEMOS QUE PASAR A SER ACTIVOS. TENEMOS 60 AÑOS DE DOMINIO DE LA TELEVISIÓN EN LOS QUE NO SE NOS HA EXIGIDO UNA RESPUESTA, PODEMOS SEGUIR DISFRUTANDO SIN TENER QUE HACER NINGÚN ESFUERZO. LO QUE YO LLAMO LA CONDICIÓN COMUNICACIONAL DE NUESTRO MOMENTO ES JUSTAMENTE QUE TENEMOS LOS DISPOSITIVOS TÉCNICOS PARA PODER ENTRAR A UN MOMENTO DE SER AUDIENCIAS ACTIVAS PERO NO SOLO ESO, SINO TAMBIÉN PRODUCTORAS CREATIVAS Y EMISORAS DE NUESTROS PROPIOS MENSAJES».

Guillermo Orozco Gómez en el II Congreso Latinoamericano de Defensorías de las Audiencias. Logros y desafíos hacia una nueva ciudadanía comunicacional.

«SON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL LOS QUE SIRVEN PARA MATERIALIZAR EL EJERCICIO DE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN, DE TAL MODO QUE SUS CONDICIONES DE FUNCIONAMIENTO DEBEN ADECUARSE A LOS REQUERIMIENTOS DE ESA LIBERTAD. PARA ELLO ES INDISPENSABLE, INTER ALIA, LA PLURALIDAD DE MEDIOS, LA PROHIBICIÓN DE TODO TIPO DE MONOPOLIO RESPECTO DE ELLOS, CUALQUIERA SEA LA FORMA QUE PRETENDA ADOPTAR, Y LA GARANTÍA DE PROTECCIÓN A LA LIBERTAD E INDEPENDENCIA DE LOS PERIODISTAS».

Corte Interamericana de Derechos Humanos en la Opinión Consultiva 85/1985.

«ASÍ COMO LA SOCIEDAD MODERNA PRODUJO UN NUEVO SUJETO SOCIAL, EL CIUDADANO MODERNO; TAMBIÉN LA SOCIEDAD ACTUAL, PLENAMENTE MEDIATIZADA, PRODUJO UNA NUEVA CIUDADANÍA, Y ES LA CIUDADANÍA COMUNICACIONAL. Y SI LA CIUDADANÍA MODERNA SUPUSO EL RECONOCIMIENTO DE DERECHOS CIVILES, POLÍTICOS Y SOCIALES, CARACTERÍSTICOS DEL CONSTITUCIONALISMO LIBERAL Y DEL CONSTITUCIONALISMO SOCIAL DE MEDIADOS DEL SIGLO PASADO Y DE FINES DEL SIGLO PASADO, TAMBIÉN LA CIUDADANÍA COMUNICACIONAL IMPLICA EL RECONOCIMIENTO DE NUEVOS DERECHOS QUE SE INSCRIBEN EN ESTE CASO, EN EL CONSTITUCIONALISMO MULTICULTURAL, PROPIOS DE ESTE SIGLO, DEL SIGLO XXI. HOY ESTAMOS HABLANDO DE LAS AUDIENCIAS COMO NUEVOS SUJETOS DE DERECHOS, NO YA COMO CONSUMIDORES NI COMO USUARIOS, ESTAMOS HABLANDO DE CIUDADANOS COMUNICACIONALES».

Cynthia Ottaviano, Defensora del Público en la participación del organismo como amicus independiente, «Amigo del Tribunal», en la Audiencia Pública convocada por la Corte Suprema de Justicia de la Nación, en la causa que versaba sobre los artículos de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual cuestionados por el Grupo Clarín.

«DESDE LOS ASPECTOS MÁS TRIVIALES DE LA VIDA COTIDIANA HASTA EL EJERCICIO DEL PODER, ESTÁN ATRAVESADOS POR FENÓMENOS COMUNICACIONALES. ESTUDIAR LOS MEDIOS Y SUS IMPLICACIONES PARA LA SOCIEDAD Y LA CULTURA NOS POSIBILITA, ENTONCES, UN ACERCAMIENTO NO SOLO A ENTENDER EL MUNDO ACTUAL, SINO TAMBIÉN A PENSAR FORMAS POSIBLES PARA SU TRANSFORMACIÓN».

Cora Gamarnik. En «Enseñar comunicación: dilemas, desafíos y posibilidades». Buenos Aires: La Crujía, 2011.

0800-999-3333
WWW.DEFENSADELPUBLICO.GOB.AR
@DEFDELPUBLICO
/DEFENSORIADELPUBLICO

