

LA DEFENSORÍA EN LA ESCUELA

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

PROPUESTAS PARA
DOCENTES DE
SEPTIMO GRADO Y
ESCUELA SECUNDARIA



Defensoría
del Público



**LA DEFENSORÍA
EN LA ESCUELA**



3





LA DEFENSORÍA EN LA ESCUELA

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

PROPUESTAS PARA DOCENTES
DE SÉPTIMO GRADO Y
ESCUELAS SECUNDARIAS



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.

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. ¿CÓMO NOS MUESTRAN LOS MEDIOS?**
- 14 SEGUNDO ENCUENTRO PARTICIPACIÓN. ¿QUIÉNES SOMOS? ¿DÓNDE SUENAN NUESTRAS VOCES?**
- 16 TERCER ENCUENTRO DERECHOS COMUNICACIONALES DE LAS Y LOS JÓVENES**
- 20 CUARTO ENCUENTRO NUESTROS DERECHOS COMO AUDIENCIAS DE RADIO Y TELEVISIÓN**
- 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...? LA LEY DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL**
- 28 ¿DE QUÉ HABLAMOS CUANDO HABLAMOS DE...? DERECHO HUMANO A LA COMUNICACIÓN**
- 30 ¿DE QUÉ HABLAMOS CUANDO HABLAMOS DE...? DEFENSORÍA DEL PÚBLICO DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL**
- 

LA DEFENSORÍA EN LA ESCUELA

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 7 ° grado de nivel primario y secundario

Duración:

Cuatro encuentros de 120 minutos

Objetivos:

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

- Reconozcan a la comunicación como un derecho humano.
- Analicen críticamente producciones audiovisuales.
- Reflexionen acerca del modo en que construyen su propia identidad y la relación con las representaciones que proponen los medios de comunicación audiovisual.
- Imaginen formas alternativas de representación a las predominantes.
- Problematicen los mecanismos de producción, circulación y recepción de los mensajes de los medios audiovisuales.
- Se asuman como productores de medios audiovisuales.
- Reflexionen sobre la importancia de la diversidad y la pluralidad en la radio y en la televisión.

- Conozcan sus derechos comunicacionales y reflexionen acerca de su cumplimiento.
- 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. ¿CÓMO NOS MUESTRAN LOS MEDIOS?

Objetivos

- Conocer la propuesta y el recorrido del taller.
- Reflexionar acerca de los conceptos de representación y estereotipo.
- Visualizar diversos modos de representación de la juventud en los medios audiovisuales.
- Analizar posibles repercusiones de algunos modos de representar a las y los jóvenes en la radio y la televisión.

Actividades

NOS PRESENTAMOS, ¿QUÉ MIRAMOS?

[15 MINUTOS]

En una ronda cada participante tomará la pelota, dirá su programa de televisión o de radio favorito y comentará si alguna vez participó en medios de comunicación audiovisual.

Luego, pasará la pelota para continuar las presentaciones de todo el grupo.

Al finalizar, se realizará una breve presentación del recorrido del taller.

LA TELE, NOSOTROS Y NOSOTRAS

[20 MINUTOS]

Se propone visualizar fragmentos de diferentes programas de televisión en los que aparecen jóvenes. Se invita a prestar particular atención a cómo son las y los adolescentes que se muestran. Luego, se realiza una puesta en común para reflexionar a partir de la siguiente pregunta: ¿Qué características de esas y esos jóvenes sobresalían más en cada programa?

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

[20 MINUTOS]

En grupos de cuatro o cinco integrantes, reflexionarán sobre cómo suelen ser representados los y las jóvenes en televisión y en radio. A cada subgrupo se le asignará un género diferente:

- Jóvenes en programas informativos
- Jóvenes en ficciones (novelas y similares)
- Jóvenes en publicidades
- Jóvenes en programas de entretenimiento

Sugerencias para docentes

Algunas preguntas para orientar el trabajo en grupos: ¿Cómo se muestra a las y los adolescentes? ¿Cómo son? ¿Qué actividades hacen? ¿Cómo se visten? ¿Cómo hablan? ¿Qué intereses tienen? ¿Cómo se relacionan con otros jóvenes o con las adultas y adultos? ¿Qué actividades realizan? ¿Por qué lugares circulan? ¿Toman decisiones, pueden decir o hacer lo que quieren? ¿Vinculados a que temas aparecen? ¿Qué espacio tiene su voz? ¿Se parecen a ustedes?

A partir de las caracterizaciones que surjan en plenario, cada docente puede agrupar esas intervenciones según los siguientes criterios:



- Joven estigmatizado (violenta/o, indiferente, perezosa/o)
- Joven como objeto y sujeto de consumo
- Joven en desventaja respecto del mundo adulto, sin voz ni poder de decisión
- Joven como «ciudadano del futuro» (y no del presente)
- Joven como portador de derechos y saberes

La idea de la puesta en común es concluir acerca de los modos en los que las y los jóvenes son representados. La propuesta es reunir las diferentes características y ver en qué se parecen y en qué distancian de ellas y ellos como jóvenes, poder evaluar si se sienten identificadas e identificados o no y qué consecuencias genera que circulen estos modos y no otros de representar.

CIERRE DEL ENCUENTRO

[25 MINUTOS]

A modo de síntesis de la última actividad, y del encuentro en general, se propone la reflexión conjunta a partir de las siguientes preguntas: ¿Qué aspectos de los jóvenes no suelen mostrarse en televisión? ¿Qué temas que podrían ser noticia no se tratan? ¿Cuáles podríamos proponer? ¿Qué ocurriría si fueran diferentes esas formas de mostrar?

¿Los medios expresan los diferentes modos de vivir la juventud? ¿Cómo los presentan? ¿Por qué? ¿Todos los medios muestran lo mismo? ¿Por qué? ¿Se les ocurre algún ejemplo de un hecho que hayan visto en distintos medios y se exponga de diferentes maneras?

Sugerencias para docentes

Algunas ideas para la puesta en común: los medios eligen ciertos rasgos para representar situaciones, personas o eventos. Esas elecciones las hacen desde una mirada en particular. A partir de una selección de atributos se construyen ciertas representaciones y no otras. La circulación predominante de algunas representaciones (generalmente negativas) repercute en la mirada que socialmente se genera sobre los y las jóvenes.

Recursos

Dispositivo de audio y video, compilado de imágenes, pelota o similar para la dinámica de presentación.



¿DE QUÉ HABLAMOS CUANDO HABLAMOS DE...? REPRESENTACIÓN Y ESTEREOTIPOS [PÁG. 22]



PARTICIPACIÓN.

¿QUIÉNES SOMOS?

¿DÓNDE SUENAN

NUESTRAS VOCES?

Objetivos

- Reflexionar acerca del modo en que son representados los y las jóvenes por los medios de comunicación audiovisual.
- Comparar los modos de construir la propia identidad y la manera en que lo hacen los medios de comunicación audiovisual.
- Reflexionar sobre la participación en la radio y la televisión.
- Conocer el derecho humano a la comunicación y las maneras de ejercerlo.

Actividades

NUESTRA IDENTIDAD

[20 MINUTOS]

De manera individual, cada participante tendrá una silueta con forma de cuerpo en una hoja. A partir de distintas consignas, escribirán puntos que los y las definan junto a partes del cuerpo.

- Me gusta... (junto a la parte del cuerpo que yo quiera: si me gusta escuchar música, junto a mis oídos).
- Me molesta... (junto a la parte del cuerpo que quiera)
- Me preocupa... (en mi cabeza)
- Hago... (junto a mis manos)
- Juego a... (junto a la parte del cuerpo que quiera)
- Quiero ir a/quiero llegar a (junto a los pies)

En plenario, se ponen en común las siluetas y se pegan en papeles afiche para concluir sobre las características del grupo de jóvenes. A partir de analizar los intereses, deseos,

preocupaciones y actividades enunciadas en las siluetas, se hará hincapié en aquellas que no se muestran en los medios de comunicación audiovisual o en el caso de que sí se muestren, se invitará a pensar de qué modo aparecen.

¿QUÉ ES PARTICIPAR?

[35 MINUTOS]

Se dispondrán dos grupos de tarjetas con frases escritas y se pegarán en el pizarrón del lado de atrás (de manera que no se vea el contenido). Deberán quedar separadas en dos conjuntos: A y B. Las tarjetas del grupo A están vinculadas a maneras de participar en las que se ubica a las y los jóvenes en un lugar activo, donde se les da la palabra y pueden aportar. Las del grupo B, en cambio, las y los coloca en un lugar menos activo y protagónico. Esta diferencia no se conocerá antes de comenzar a trabajar.

El curso se dividirá en subgrupos de cinco participantes, aproximadamente. Cada grupo tomará una tarjeta del grupo A y una del grupo B al azar.

GRUPO A

«Me hicieron una entrevista en la radio del barrio»

«Formé un grupo con compañeros y armamos un micro radial para los recreos de la escuela»

«Fui a un programa de televisión y hablé sobre nuestro centro de estudiantes. Un montón de gente me dijo que me vio»

«Pude dar ideas a un programa de radio para que se traten temas que me interesan: un torneo de fútbol en el barrio y una banda de hip hop de chicas»

«Hacemos radio en la escuela y se transmite hacia el barrio»
«Vinieron a entrevistarnos de un canal de tele porque había un problema edilicio en la escuela»
«Propuse en la radio local que se promuevan los campeonatos de voley que hacemos los fines de semana en la plaza»

GRUPO B

«Fui a un programa de televisión y participé de un juego para ganarme una tele. Me divertí, no me llevé ningún premio»
«Vino un canal de tele a filmar una marcha estudiantil y nos enfocó desde lejos. No hablaron con estudiantes. En la nota televisiva apareció hablando solamente un periodista»
«Fui a la tribuna de un programa de entretenimientos y presencié el programa. La cámara me filmó»
«Me vinieron a entrevistar durante la toma de mi escuela. El periodista me subestimó con sus comentarios»
«Fui a visitar una radio con la escuela. El programa se trataba sobre juventud, habló todo el tiempo el conductor, mis amigos y yo miramos»
«Llamé a la radio para pedir un tema»
«Vino un canal de tele a filmar a la escuela porque una chica ganó un concurso de ciencias en el exterior. Hablaron solamente con la directora»

Al interior de cada grupo, y con una tarjeta del conjunto A y una del conjunto B, compartirán:
a) Si alguna vez pasaron por una situación similar.
b) ¿En cuál de las dos tarjetas les parece que el protagonista tiene una participación más activa? ¿Por qué?

CIERRE DEL ENCUENTRO

[25 MINUTOS]

El propósito será revisar las posibilidades de participación que tuvieron hasta ahora y qué importancia tienen esas experiencias para ellas y ellos como jóvenes. Estos disparadores sirven para problematizar qué temas, y de qué manera, deberían estar presentes en los medios. Servirá también como puntapié para debatir sobre las posibilidades reales de participación en sus contextos y sobre los diferentes modos de ejercer el derecho a la comunicación.

Algunas ideas para la puesta en común:
¿Qué maneras de participar les parecen más interesantes? ¿Para qué sirven? ¿Qué temas les parece que deberían estar presentes en los

medios? ¿Aparecen? ¿Cómo se tratan esos temas? ¿Qué aportes podrían hacer ustedes como jóvenes a esas miradas?

Sugerencias para docentes

La participación es el derecho que tienen chicas y chicos de desempeñar un papel protagónico en sus propias vidas en lugar de ser receptores pasivos del cuidado y la atención de los adultos. Este derecho permite que opinen sobre los temas que le preocupan e interesan, que puedan manifestar su punto de vista y que éste sea tenido en cuenta. A partir de la participación es posible ejercer otros derechos, reclamar justicia o denunciar cuando otros derechos no se cumplen.

Tanto en decisiones individuales, como elegir con qué prendas vestirse o quiénes serán sus amigos o en aspectos más amplios como las reglas de convivencia en la escuela, los temas que podría abordar una telenovela juvenil, las actividades que planteará el plan de estudios o los espacios que se construirán en sus comunidades, chicos y chicas tienen derecho a manifestar sus opiniones y que sean escuchadas. Su participación propuesta en estos términos los afirma como sujetos políticos, es decir, como actores con capacidad para incidir en la construcción de nuestra sociedad.

Recursos

Siluetas recortadas, hojas blancas, tarjetas con frases, papel afiche.



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



LA DECLARACIÓN SOBRE LA JUVENTUD Y LOS MEDIOS AUDIOVISUALES REÚNE LAS PRINCIPALES DEMANDAS Y PROPUESTAS QUE JÓVENES DE TODO EL PAÍS REALIZARON EN LAS SIETE AUDIENCIAS PÚBLICAS QUE LA DEFENSORÍA DEL PÚBLICO REALIZÓ DURANTE 2014. ALLÍ, CHICOS Y CHICAS EXPRESARON SUS INQUIETUDES Y RECLAMOS ACERCA DEL FUNCIONAMIENTO DE LA RADIO Y LA TELEVISIÓN EN ARGENTINA. WWW.DEFENSADELPUBLICO.GOB.AR



DERECHOS COMUNICACIONALES DE LOS Y LAS JÓVENES

Objetivos

Reflexionar sobre el ejercicio del derecho humano a la comunicación.
Conocer sus derechos comunicacionales y relacionarlos con su experiencia cotidiana con los medios audiovisuales.

Actividades

CON LOS MEDIOS PASAN MUCHAS COSAS

[30 MINUTOS]

Para esta actividad es necesario contar con un espacio amplio, se puede realizar en un patio o en el SUM de la escuela.

Se les solicita a las y los jóvenes que se ubiquen en hilera, hombro con hombro y con los ojos cerrados. Se leerán una serie de frases y las y los jóvenes darán un paso hacia adelante si están de acuerdo y un paso hacia atrás si están en desacuerdo. Es importante que mantengan los ojos cerrados durante toda la actividad.

Algunas de las frases sugeridas:

- Para aparecer en la tele tenés que ser linda o lindo.
- La televisión no tiene que ser educativa, tiene que ser entretenida.
- Los medios son empresas privadas y pueden hacer lo que quieran.
- Los canales públicos tienen que mostrar la cultura de la provincia y de todo el país.
- Las radios solo tienen que pasar música de bandas famosas.
- Si aparecen nenes o nenas en los medios tienen que ser graciosos.

- Para un programa de televisión lo más importante es tener rating.
- En los programas de entretenimientos siempre el conductor es varón y las mujeres son secretarias.
- En la tele los y las jóvenes siempre aparecen cantando y bailando.
- Los delincuentes en la tele siempre son morochos.
- Las noticias más importantes son las de Buenos Aires.
- Los canales públicos siempre van a ser los más aburridos.
- Si lo dicen en la tele o en la radio es verdad.
- Hay un montón de espacios en la tele y en la radio donde las y los jóvenes podemos decir lo que pensamos.
- Si en la tele algo no me gusta lo único que puedo hacer es cambiar de canal.
- Solo los noticieros tienen que tener lenguaje para personas sordas.
- Los varones solo miran canales de deportes.
- Las novelas son solo para las mujeres.

Se prestará atención a aquellas frases en las que no hay coincidencia para ponerlas en discusión. Cada estudiante abrirá los ojos y mirará dónde quedó ubicado en el espacio y se propiciará un breve debate para ver que no hay ni debe haber coincidencias en todo. Se pondrán en palabras esos acuerdos y desacuerdos.

COMPARTIMOS OPINIONES, CONSTRUIMOS EN GRUPO

[20 MINUTOS]

Se les reparte alguna de las frases que más polémica generó en la actividad anterior o

aquellas en las que se desee profundizar. A partir de la frase, cada grupo deberá responder las siguientes preguntas:

- ¿Están de acuerdo o en desacuerdo con la frase? ¿Por qué?
- ¿Se les ocurre algún ejemplo de la televisión o la radio que se relacione con la frase?
- ¿Se les ocurre alguna propuesta para cambiar o mejorar esa situación a la que hace referencia la frase?

PONER EN COMÚN

[30 MINUTOS]

A modo de plenario cada grupo presentará las conclusiones a las que arribaron a partir del trabajo con las frases. Se buscará relacionar los aportes de las y los estudiantes con los derechos comunicacionales garantizados por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

Sugerencias para docentes

Se proponen algunas ideas para retomar las frases seleccionadas para trabajar. Cada docente elegirá las que crea más pertinentes y podrá ejemplificar en relación a cada grupo. En relación a las dudas que surjan vinculadas a los derechos comunicacionales de niños, niñas y adolescentes, se elaborarán preguntas para ser trabajadas en el próximo encuentro.

Para aparecer en la tele tenés que ser linda o lindo

Se deben poner en cuestión los estereotipos de belleza contruidos, en gran medida, por los medios y fomentar el cuidado de la salud y la no discriminación por ningún motivo.

La tele no tiene que ser educativa, tiene que ser entretenida

Debería tener variedad en su programación: promover el derecho a buscar y recibir información; los derechos consagrados en la Constitución Nacional; la cultura popular y el desarrollo cultural, educativo y social de la población y difundir distintos modos de comprensión de la vida y del mundo, entre otras.

Los medios son empresas privadas y pueden hacer lo que quieran

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, y otras normas a las que hace referencia, establece que en la radio y la televisión deben respetarse los siguientes derechos: no discriminación, horario apto para todo público, protección de la intimidad,

cuidado de la imagen, respeto por la dignidad, accesibilidad, promoción del cuidado del medio ambiente, fomento del cuidado de la salud, emisión de programación que tenga como destinatarios a niñas, niños y adolescentes.

Los canales públicos tienen que mostrar la cultura de la provincia y de todo el país

La radio y la televisión tienen que promover el federalismo y, en particular, emitir un mínimo de 60% de producción nacional y un mínimo de 30% de producción propia que incluya informativos locales. Deben promover las producciones artísticas, culturales y educativas que se generen en las regiones del país.

Las radios solo tienen que pasar música de bandas famosas

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual sostiene que los licenciatarios de radiodifusión sonora privados y no estatales deben emitir un mínimo de 30% de música de origen nacional por cada media jornada de transmisión. Un 50% de ella debe ser producida en forma independiente.

Si aparecen nenes o nenas en los medios tienen que ser graciosos

La participación no debería estar condicionada a que sean graciosos, hay muchas más cosas para mostrar por la complejidad del mundo de la niñez y la adolescencia. Es esperable que los medios garanticen el derecho humano a la comunicación de chicas y chicos, incorporen sus voces y sus miradas sobre el mundo y la vida.

Para un programa de tele lo más importante es tener rating

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual considera a la televisión y la radio como una actividad de interés público y de carácter fundamental para el desarrollo sociocultural de la población. El Estado debe salvaguardar el derecho a la información, a la participación, preservación y desarrollo del Estado de Derecho, como también la libertad de expresión y el derecho a acceder a información variada y plural.

En los programas de entretenimientos siempre el conductor es varón y las mujeres son secretarias

La radio y la televisión no deben promover la discriminación sino la igualdad entre hombres y mujeres. Se debe problematizar el rol de desventaja en que se ubica a la mujer en los medios de comunicación.

En la tele las y los jóvenes siempre aparecen cantando y bailando

Las y los jóvenes hacen muchas cosas más. Por este motivo, sería interesante que se complejicen las representaciones y den cuenta de las diversas maneras de ser y vivir la juventud.

Las noticias más importantes son las de Buenos Aires

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual promueve el federalismo y que los medios locales tengan producción local: las radios privadas y no estatales deben contar con un mínimo de 50% de producción propia que incluya noticieros locales; las radios estatales deben contar con un 60% de producción local y propia que incluya noticieros de la zona; la televisión abierta debe emitir un mínimo de 30% de producción propia que incluya informativos locales.

Los canales públicos siempre van a ser los más aburridos

Deben asegurar la información y la comunicación con coberturas adecuadas, promover las producciones artísticas y culturales de todo el país, incluir contenidos educativos, culturales y científicos, destinar espacios a programación dedicada al público infantil y a sectores no contemplados por los licenciarios comerciales.

Si lo dicen en la tele o en la radio es verdad

Todos los medios de comunicación construyen su relato de un modo particular y deciden qué mostrar y qué no.

Hay un montón de espacios en la tele y en la radio donde los y las jóvenes podemos decir lo que pensamos

Niños, niñas y adolescentes deben contar con

la posibilidad de expresarse en los medios de comunicación audiovisual y de ejercer su derecho a la comunicación. La participación de la niñez y la adolescencia en los medios audiovisuales contribuye a la formación de ciudadanía y fortalece la democracia.

Si en la tele algo no me gusta lo único que puedo hacer es cambiar de canal

Puedo reclamar a la Defensoría del Público si se trata de una situación donde mis derechos son vulnerados.

Solo los noticieros tienen que tener lenguaje para personas sordas

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual sostiene que progresivamente todos los programas de televisión abierta, las señales locales y los programas informativos, educativos, culturales y de interés general de producción nacional deben incorporar subtítulo oculto y lengua de señas.

Los varones solo miran canales de deportes

La elección de los programas no tiene que ver con el género.

Las novelas son solo para las mujeres

La elección de los programas no tiene que ver con el género.

Recursos

Tarjetas de cartulina con frases, tarjetas más grandes con consignas para dejar pegadas en el pizarrón o un lugar donde se vean.



¿DE QUÉ HABLAMOS CUANDO HABLAMOS DE...? LA LEY DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL (PÁG. 25)



NUESTROS DERECHOS COMO AUDIENCIAS DE RADIO Y TELEVISIÓN

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

- Reflexionar acerca del cumplimiento de sus derechos comunicacionales en su rol como audiencias y como productores de mensajes.
- Conocer a la Defensoría del Público y el modo de funcionamiento del organismo en el marco de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

Actividades

AUDIENCIAS CON DERECHOS

[15 MINUTOS]

Se retomará la importancia del derecho humano a la comunicación y algunos de los derechos comunicacionales garantizados por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual mencionados en los encuentros anteriores.



¿DE QUÉ HABLAMOS CUANDO HABLAMOS DE...? LA LEY DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL (PÁG. 25) Y EL DERECHO HUMANO A LA COMUNICACIÓN (PÁG. 28)

EL EJERCICIO DE LA CIUDADANÍA COMUNICACIONAL

[20 MINUTOS]

Se propone observar dos reclamos recibidos por la Defensoría del Público e invitar a conocer cómo fueron resueltos por el organismo.



* UN RECLAMO REALIZADO A RAÍZ DE UN INFORME DEL AÑO 2013 DE LA SEÑAL TELEVISIVA C5N SOBRE EL ASESINATO DE UN POLICÍA EN EL BARRIO ZAVALETA, EN LA CIUDAD DE BUENOS AIRES. ¿QUÉ OCURRIÓ? EL CANAL PUSO AL AIRE IMÁGENES DE CHICOS CON ARMAS A LOS QUE VINCULÓ CON EL ASESINATO, PERO ESAS IMÁGENES FORMABAN PARTE DE UNA PELÍCULA DE FICCIÓN.

* LA DEFENSORÍA DEL PÚBLICO RECIBIÓ NUMEROSAS PRESENTACIONES DE LAS AUDIENCIAS A RAÍZ DE LAS DECLARACIONES PERIODÍSTICAS EMITIDAS EN LA RADIO AM LRJ LAS CUARENTA, DE LA CIUDAD DE SAN JUAN. EL ORGANISMO ANALIZÓ DE MANERA INTERDISCIPLINARIA LOS PLANTEOS Y LOS DICHS OBJETADOS, Y CONSTATÓ EN ELLOS ELEMENTOS QUE SON CONTRARIOS A LAS OBLIGACIONES QUE LA LEY DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL. LA DEFENSORÍA

DEL PÚBLICO MANIFESTÓ QUE SE TRATÓ DE EXPRESIONES DISCRIMINATORIAS Y COMO INSTANCIA REPARATORIA LA EMISORA ACEPTÓ EMITIR SPOTS SOBRE LOS DERECHOS COMUNICACIONALES DE NIÑAS, NIÑAS Y ADOLESCENTES QUE FUERON ELABORADOS POR JÓVENES SANJUANINOS. LOS VIDEOS QUE SINTETIZAN LAS PRESENTACIONES SE ENCUENTRAN EN: WWW.YOUTUBE.COM/USER/DEFENSORIADELPUBLICO/

A modo de debate, se conversará acerca de las formas de ejercicio de la ciudadanía y de los modos de participación que tienen las y los jóvenes. Se explicarán también las funciones de la Defensoría del Público y sus modos de intervención.



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

UNA AGENDA PENDIENTE

[25 MINUTOS]

Divididos en subgrupos, los y las jóvenes definirán dos temas de interés para ellos y ellas que no se encuentran presentes en los medios o que se encuentran pero piensan que deberían tratarse de otra manera. Se recomienda que retomen las ideas del trabajo sobre identidad del segundo encuentro.

Se pondrán en común las propuestas y se elaborará, a modo de lista, una agenda temática para acercar a las radios y canales de televisión locales.

Recursos

Dispositivo de audio y video, producciones audiovisuales de la Defensoría del Público.

ALGUNAS IDEAS PARA SEGUIR EJERCITANDO EL DERECHO HUMANO A LA COMUNICACIÓN

- **A PARTIR DE LOS TEMAS LISTADOS EN LA AGENDA, ELABORAR UN NOTICIERO RADIOFÓNICO JUVENIL. SE PUEDE REALIZAR UNA RADIO ABIERTA PARA PRESENTAR LOS TEMAS DE INTERÉS O GRABARLOS Y ALCANZARLOS A LOS MEDIOS LOCALES.**
- **REALIZAR CORTOMETRAJES CUYA TEMÁTICA SEAN LAS INQUIETUDES Y PROPUESTAS DE LAS CHICAS Y CHICOS. PUEDEN UTILIZAR LA TÉCNICA DE ANIMACIÓN STOP MOTION, QUE CONSISTE EN APARENTAR EL MOVIMIENTO DE OBJETOS ESTÁTICOS POR MEDIO DE UNA SERIE DE IMÁGENES FIJAS COMO 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 PARTIR DE LOS TEMAS DE LA AGENDA, ELEGIR UNO PARA REALIZAR UNA CAMPAÑA RADIOFÓNICA.**

¡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

Chicos y chicas que reclaman 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, 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. Estos son algunos de los modos en que son representados de manera cotidiana los chicos y chicas en los medios de comunicación audiovisual.

Sabemos que existen múltiples formas de ser niño, niña y adolescente. Formas ligadas al lugar donde cada uno nace, a la situación económica, a la familia y a las instituciones con las que se convive, al género al que se adscribe o a la cultura en la que está inserto. Los niños, niñas y adolescentes participan de espacios, realizan actividades, tienen múltiples problemas, gustos e intereses. Por lo tanto, podrían ser mostrados y contados de muchísimas otras maneras. Del mismo modo, todos los barrios podrían ser representados a partir de su variedad de actividades y dinámicas, de las personas que viven y transitan allí y de las propuestas culturales y deportivas. En lugar de esto, algunos espacios son nombrados o visitados por la mayoría de los medios audiovisuales solamente

para difundir noticias vinculadas con violencia o delincuencia, cuando no son directamente invisibilizados.

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 y culturales.

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 y las jóvenes que circulaban por los medios hace algunas décadas para poder constatarlo.

Al representar se realiza un recorte y se eligen determinadas características en detrimento de otras. Por ejemplo, si pensamos en el conocido juego «Dívalo con mímica» que consiste en representar diversos 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. 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 muy acotada 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 extrema porque se destacan unas pocas 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 más 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, como las organizaciones sociales y comunitarias, tienen 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...?

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 se instauró en la Argentina desde 1976 hasta 1983.

Por esos años, la dictadura cívico-militar impuso su plan económico y cultural 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 el decreto 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 pensaran 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 por amplias mayorías en ambas cámaras del 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 concentrados y con privilegios que pretendían mantener. Aunque la ley se encontraba vigente, comenzó a sufrir intentos de bloqueos totales o parciales, a partir de medidas cautelares pedidas ante el poder judicial. 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 por parte de quienes reclamaban sino que, por el contrario, se vería perjudicada la sociedad en general si no se limitaba la concentración comunicacional. 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 y 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 todos 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.

La Defensoría del Público recibió más de 100 presentaciones realizadas por diversas organizaciones de la sociedad civil, del ámbito universitario, sindical, comunitario, cultural, campesino e indígena. En ellas los y las demandantes solicitaron la nulidad de los decretos y el dictado de medidas que suspendan sus efectos.

A raíz de estas manifestaciones y de los reclamos recibidos, la Defensoría hizo pública su preocupación por los decretos presidenciales en dos comunicados que cuestionaron las medidas y visibilizaron las voces individuales y colectivas de las audiencias.

La Defensoría del Público realizó una presentación ante el Relator Especial sobre Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH). También puso la situación en conocimiento de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos y se reunió con su Secretario Ejecutivo y el Relator Especial para Libertad de Expresión.

Además, se informó la situación a la Relatoría Especial para la Promoción y la Protección de la Libertad de Expresión de las Naciones Unidas, y a la UNESCO, dado que Argentina ha ratificado la Convención sobre la Protección de la Diversidad Cultural de la UNESCO que los decretos también vulneran.

PLURALIDAD DE VOCES Y MIRADAS

La propuesta de 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. Las modificaciones establecidas por los diferentes Decretos y Decretos de Necesidad y Urgencia en diciembre de 2015 hacen peligrar esa garantía al ampliar las posibilidades de los medios concentrados de sumar medios de comunicación a su misma propuesta. En la práctica, se dificulta la posibilidad de que otros espacios o nuevos medios de comunicación se sumen a las voces presentes en televisión y en radio.

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual reconoce como posibles licenciatarios tanto al sector privado comercial y al estatal, pero también al sector privado sin fines de lucro y autoriza a cooperativas, asociaciones civiles, sindicatos e iglesias a gestionar un medio audiovisual. Para estos sectores reserva el 33% de las frecuencias de todas las bandas del espectro radioeléctrico. También reconoce este derecho a los pueblos originarios y a las instituciones educativas públicas. Su espíritu es el de posibilitar la igualdad de oportunidades en el acceso y la participación en los medios de comunicación.

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 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, el barrio La Antena, en Zapala, o los vecinos y vecinas de La Feria, en Dean Funes, podrán informarse sobre lo que pasa en sus territorios, y no escuchar

las congestiones de tránsito en los accesos a la Ciudad de Buenos Aires. Y que aquellos temas que preocupan y alegran a las comunidades sean los que formen parte de la agenda de los medios que escuchamos y vemos todos los días.

La exclusión de la televisión por cable de la regulación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual significa una modificación sustancial en el ejercicio del derecho a la comunicación, dada la inserción de este tipo de servicio en nuestro país. Implica entre otras cuestiones, la desregulación de las grillas de programación, quedando supeditada la obligación de incluir señales locales y canales públicos dentro de la oferta de los servicios de cable a los intereses económicos y políticos de las empresas. Además, la medida permite que se quiten las restricciones para que las empresas de cable sean adquiridas o controladas por capitales extranjeros. De esta manera, se favorece la homogeneización y la extranjerización de la programación, afectando la producción local y nacional, la diversidad y la pluralidad necesarias para el ejercicio de la democracia.

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...?

DERECHO 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 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

