

DERECHOS DE LA INFANCIA Y **DERECHO A LA COMUNICACIÓN**

Fortaleciendo convergencias en los
marcos legales y en las políticas públicas



PRESENTACIÓN

La Red ANDI América Latina nació en el año 2003 como una iniciativa conjunta de organizaciones no gubernamentales comprometidas con la promoción de los derechos de las niñas, niños y adolescentes. Su tarea es apoyar la consolidación de una cultura periodística que fortalezca la visibilidad pública de las políticas prioritarias para la niñez y la adolescencia y contribuya al desarrollo humano y social, la igualdad y la equidad.

La Red ANDI cree que la comunicación es una herramienta esencial para el proceso de desarrollo de los países del continente. Por ese motivo, actúa en la movilización y capacitación de periodistas y en el monitoreo de medios en 12 países de la región.

En el marco del proceso preparatorio conducente al próximo Día General de Debate del Comité de Derechos del Niño, desea contribuir con sus reflexiones y experiencias sobre la relación entre el sector mediático y los derechos humanos. En efecto, se pretende aportar a la valoración de las mejores herramientas para hacer frente a las tensiones que históricamente impactan este campo, apoyando el proceso de formulación de marcos legales articulados y de políticas públicas de alcance efectivo, que garanticen la libertad de expresión, la equidad de acceso a los medios (tradicionales y digitales) y la protección y promoción de los derechos de los niños, niñas y adolescentes.

La Red ANDI América Latina reunió sus estudios sobre este universo temático en la publicación Derechos de la infancia y derecho a la comunicación. En las páginas siguientes reproducimos el texto introductorio del documento, lo cual ofrece una visión resumida de 10 temas centrales para la agenda de la niñez en el campo mediático.



<http://www.andi.org.br/politicas-de-comunicacao/publicacao/derechos-de-la-infancia-y-derecho-a-la-comunicacion>

DESARROLLO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Todo el conjunto de papeles reservado para la media en la construcción de una sociedad más democrática y menos desigual puede acabar por verse gravemente comprometido en caso de que no contemos con un sistema de medios de comunicación consistente y que no sufra interferencias injustificadas, ya sea por parte del Estado o de los intereses comerciales de los grupos de comunicación. Por ejemplo, es legítimo preocuparse por la audiencia, los anunciantes y los resultados económicos, siempre que estos factores no ocasionen la violación de derechos sociales establecidos —entre ellos, los de los niños, niñas y adolescentes—.

Con el fin de garantizar este equilibrio, es fundamental el desarrollo de un marco legal adecuado y de unas políticas públicas de comunicación eficientes. Entre el conjunto de medidas que las naciones democráticas vienen adoptando se encuentra la regulación estatal de los servicios de radiodifusión, lo que se traduce, por ejemplo, en iniciativas como la clasificación indicativa de productos audiovisuales, la protección de los derechos de minorías políticas y la obstaculización de la concentración de la propiedad de los medios de comunicación.

Aun con todo, en América Latina, todavía persiste en el campo de las comunicaciones un escenario de gran fragmentación política (con limitaciones para la creación y para el desarrollo institucional de órganos reguladores independientes) y de dispersión normativa (falta de integración entre las políticas públicas y la legislación), escenario que depende de la formulación de marcos regulatorios actualizados, claros y consistentes.

Además, existe un argumento recurrente utilizado por los actores implicados en este debate que asocia cualquier iniciativa de regulación a la censura. Con frecuencia, este tipo de aseveración actúa con el fin de impedir y provocar confusión en el debate. Un rápida mirada al marco regulatorio de las principales democracias del mundo indica que la regulación convive con la garantía de la libertad de expresión en cuanto derecho fundamental. O como afirma el documento patrocinado por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco), la regulación de los medios de comunicación camina *pari passu* con la garantía, la promoción y la protección de la libertad de expresión. «La verdad es que la regulación de los medios de comunicación debe tener siempre como objetivo final la protección y profundización de ese derecho fundamental».

CUESTIONES FUNDAMENTALES

A continuación, veremos una breve presentación de los principales temas recopilados para el debate propuesto en este trabajo. La identificación de diez puntos prioritarios se rigió por decenas de estudios revisados por los organizadores de la presente publicación, así como por el mapeo de las experiencias regulatorias de 14 países latinoamericanos publicado en el 2008.⁶ La lista no agota por completo la temática, la cual es compleja y está permeada por diversos aspectos transversales. La intención es, sobre todo, visibilizar una serie de cuestiones incluidas en la agenda del debate internacional y que merecen ser destacadas en cualquier esfuerzo de regulación de los medios de comunicación enfocado en los derechos de niños y niñas.

Cada uno de los capítulos del libro se estructura alrededor de tres ejes:

- a. «Contexto general»: presenta el escenario correspondiente a cada cuestión, recorriendo los puntos de vista de diversos especialistas;

- b. «Por qué es importante el tema»: destaca los principales argumentos e investigaciones que constatan la relevancia del asunto que se debate;
- c. «Experiencias internacionales»: aporta experiencias concretas sobre cómo ciertos países de América Latina, así como otras democracias, vienen afrontando los desafíos que se presentan.

1. EDUCACIÓN PARA LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

En el primer capítulo, se entiende que la alfabetización mediática de niños, niñas y jóvenes es esencial para que este colectivo se relacione con los medios de comunicación de una manera autónoma y participativa —y que dicha relación perdure durante el transcurso de sus vidas—. Estas propuestas pedagógicas buscan ayudar al colectivo infantil y juvenil a entender mejor las etapas de construcción de los productos de comunicación (descubriendo las motivaciones bajo las que se rigen) y a valorar los materiales que contribuyen a un proceso más plural de socialización.

Aquí, no se trata ni de sugerir contenidos escolares a los profesores, ni de proponer una guerra contra los medios de comunicación. Sí que se entiende que es preciso implantar una política de Estado para el área, a partir de experiencias de éxito ejecutadas en otras naciones y de proyectos que vayan desarrollando organizaciones de la sociedad civil y universidades. Dentro de este plan se incluyen cambios en los planes de estudios, la capacitación de profesores y el estímulo para que los niños y las niñas también puedan producir sus contenidos mediáticos. De igual modo, la familia y la sociedad civil, como un todo, forman parte del proceso, ya que la educación para los medios de comunicación ocurre en todo momento, y no apenas dentro del recinto de los colegios.

2. PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS DE CALIDAD

En esta sección, se discute cómo llegar a un escenario mediático con profusión de buenos formatos y atractivos, de forma que se favorezca el desarrollo de niños y niñas. El incentivo se debe concentrar en la industria nacional —minoritaria en las programaciones televisivas— y puede provenir del financiamiento estatal o de recursos de instituciones privadas.

Aunque la mayor responsabilidad recae en las empresas de radio y televisión, que también necesitan priorizar la búsqueda de la excelencia en sus productos infantiles y juveniles, la sociedad organizada puede, por medio de observatorios de medios de comunicación, exigir cambios o estimular la continuidad de buenas prácticas —las cuales ya existen y son mostradas en esta publicación—.

3. PROGRAMACIÓN REGIONAL Y NACIONAL

En el tercer capítulo se pone de manifiesto la necesidad de un marco legal y regulatorio específico que conceda más espacio a los contenidos mediáticos tanto de producción nacional y regional, como independientes. Por ejemplo, en países en los que hay una mezcla de culturas y etnias muy diversas, existen leyes que establecen que los canales deben transmitir un porcentaje mínimo de programación nacional o producida en determinada lengua.

La atención al tema se hace más importante al retomar la discusión sobre la acción socializadora de los medios de comunicación. Si los medios de comunicación están entre los factores que tienen un impacto directo en la construcción de los valores y de la personalidad de niños y niñas, es fundamental que el contenido que divulga congregue distintos rostros, acentos y visiones del mundo. De este modo, todos pueden sentirse identificados y, al mismo tiempo, conocer lo que es diverso o diferente.

4. PARTICIPACIÓN DE NIÑOS Y NIÑAS EN LA PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS

En el Capítulo 4 se defiende una mayor participación de los muchachos y de las muchachas en la construcción de productos mediáticos. Hay organizaciones no gubernamentales que ya ponen en

práctica esta propuesta en diferentes países, pero la relevancia de los medios de comunicación en el día a día del público infantil y juvenil indica que la medida debería ser objeto de las políticas públicas.

La implicación de niños y niñas en la elaboración de proyectos de medios de comunicación, tema debatido en el Capítulo 1, es un camino tanto para impulsar una comunicación participativa (aspecto explicitado en la Convención de la ONU sobre los Derechos del Niño), como para perfeccionar la educación para los medios. Con esta medida, el protagonismo no se daría tan solo en proyectos de medios de comunicación alternativos capitaneados por el tercer sector, sino también, en los grandes medios de comunicación (por ejemplo, a través de consejos editoriales que incluyan a niños, niñas y/o adolescentes) o dentro de los recintos escolares.

5. EXHIBICIÓN DE IMÁGENES DE NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES

La necesidad de preservar la identidad y la integridad de niños, niñas y adolescentes en los medios de comunicación es el tema del debate del quinto capítulo. Pese a que la inmensa mayoría de los países latinoamericanos posee restricciones relacionadas con este aspecto (como la ocultación de los rostros de niños y niñas involucrados en actos infractores o que son víctimas de violencia), todavía se pueden encontrar abusos y exposiciones vejatorias —especialmente en programas y medios de índole pseudopolicial—. Además, el tratamiento que se da a muchachos y muchachas de diferentes clases sociales continúa siendo desigual: los más pobres, muchas veces, cargan con representaciones negativas.

No obstante, no basta con el perfeccionamiento de la legislación. Además, cabe el estímulo de las buenas prácticas de los profesionales de la comunicación, así como su capacitación, aparte de dotar a entidades y grupos organizados con los instrumentos para la fiscalización del cumplimiento de las leyes por parte de los medios de comunicación.

6. EVALUACIÓN DEL IMPACTO DE CONTENIDOS ESPECÍFICOS

El sexto capítulo enfoca una pieza insustituible en la construcción de unos medios de comunicación de calidad: la investigación. Sin ella, el regulador, cuando persigue la mejora de la legislación sobre comunicación e infancia, camina por un terreno inestable. Partiendo de esta perspectiva, se pone de manifiesto la necesidad de crear centros de estudio en el área, así como de fortalecer el trabajo ya elaborado por instituciones de enseñanza y organizaciones de la sociedad civil a través de la asignación de más recursos.

La investigación no puede limitarse a una medición de los posibles efectos provocados por los medios de comunicación en los niños, niñas y adolescentes, sino que también debe procurar entender cómo ellos interactúan con los medios: cuáles son los intercambios que realizan, en qué contextos se producen, cómo reelaboran los contenidos con los que están en contacto y qué herramientas necesitan para desarrollar una mayor autonomía en dicha relación.

7. ESTABLECIMIENTO DE FRANJAS HORARIAS Y FRANJAS DE EDAD

La clasificación indicativa de productos audiovisuales, con la respectiva recomendación del horario de exhibición (en el caso de las televisiones), es el objeto del Capítulo 7. El tema ya fue objeto de anteriores estudios de ANDI y sus colaboradores, y de manera especial, de la publicación *Clasificación de obras audiovisuales: Construyendo la ciudadanía en la pequeña pantalla*, del 2006, que tenía el objetivo de servir de ayuda al debate sobre la implementación de este tipo de regulación de contenidos.

La experiencia de esta política pública de comunicación en Brasil, así como sus avances, es una referencia para el perfeccionamiento de estos instrumentos y para el mapeo de las mejoras que aún deben ser perseguidas —como es el caso del establecimiento de colaboraciones entre instituciones del gobierno y de la sociedad civil organizada para que se realice un mejor seguimiento de la programación—.

8. REGULACIÓN DE LA PUBLICIDAD

La preocupación con la exposición de niños y niñas a contenidos que estimulen el consumismo viene ganando fuerza en innumerables países, como una prioridad de la agenda para la regulación de los medios de comunicación. El capítulo discute la necesidad de instrumentos de correulación (estado, empresas y sociedad civil) para el establecimiento de límites claros para el *marketing* dirigido a niños, niñas y adolescentes.

El presente trabajo pone de manifiesto que los niños y niñas más pequeños todavía no poseen habilidades plenamente desarrolladas para valorar de una manera crítica los contenidos publicitarios a los que se ven expuestos. Esta vulnerabilidad reclama que las acciones de *marketing* de productos perjudiciales para niños y niñas, como las de alimentos altamente calóricos, cigarrillos o bebidas alcohólicas, se mantengan a distancia de ellos. La solución puede estar en la total prohibición en determinadas franjas horarias o en el establecimiento de reglas más rígidas que las adoptadas en la actualidad por algunas naciones latinoamericanas.

9. TRABAJO INFANTIL EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Los niños y niñas artistas que cantan, actúan o presentan programas de televisión, generalmente, no son vistos como trabajadores, sino como prodigios. Con este planteamiento, acaba por esconderse el hecho de que estos niños y niñas pueden tener comprometidos varios de sus derechos debido al exceso de trabajo y exposición. No en pocas ocasiones, para estos pequeños artistas, el tiempo dedicado a la escuela, a divertirse y a la privacidad se queda en un segundo plano.

Dado que en América Latina se condena y se combate el trabajo infantil de una forma intensa y considerando el todavía perverso contexto de pobreza y desigualdad, el trabajo de muchachos y muchachas en el campo de los medios de comunicación es bastante controvertido, con algunos sectores que defienden su prohibición y otros que argumentan la necesidad de autorizaciones judiciales específicas para este tipo de actividad. Este capítulo investiga la posibilidad de adoptar regulaciones equilibradas y perennes, que den una mayor seguridad a estos niños, niñas y adolescentes, sin entorpecer su derecho a la expresión artística.

10. NUEVAS TECNOLOGÍAS. INCLUSIÓN Y PROTECCIÓN

Los nuevos dispositivos tecnológicos multiplican las posibilidades tanto de creación como de aprendizaje de los niños, niñas y adolescentes. Por otro lado, estos mismos instrumentos digitales aumentan el riesgo de que los niños y las niñas sean víctimas de redes de pornografía o pedofilia o de que sufran acoso, como por ejemplo, el *bullying* —y también de practicarlo, sin valorar las consecuencias de este acto *online*—. Por lo tanto, este nuevo paisaje social demanda un entorno regulatorio adecuado que garantice y proteja los derechos de niños, niñas y adolescentes, aunque sin limitar su libertad de expresión.

El pleno acceso a la cultura digital debe ser una premisa de la discusión sobre internet. En suma, es necesario garantizar que los niños y las niñas de todas las clases sociales puedan beneficiarse en un entorno seguro, de las tecnologías de la información y comunicación como protagonistas de esta actividad. De nuevo, se trata de un trabajo en colaboración: Estado, familia, escuela y empresarios buscando juntos, respuestas a los problemas y trayectos para el desarrollo.

ANDI — Comunicación y Derechos

SDS - Ed. Miguel Badya, Bloco L, sala 318
70.394-901 - Brasília - DF
Teléfono: (+55 61) 2102.6508
e-mail: andi@andi.org.br
Twitter: [@andicomunicacao](https://twitter.com/andicomunicacao)
www.andi.org.br

Secretaría Ejecutiva de la Red

Global Infancia
Av. Defensores del Chaco, 268 / esquina Soriano González
Edificio Balpar, Planta Alta
Asunción – Paraguay
Tel.: (595-21)510-624
e-mail: mariasilviacalvo@globalinfancia.org.py
www.redandi.org