

Medios de comunicación y Niñez en Perspectiva de Derechos

Referencias para funcionarios públicos en la elaboración de estrategias comunicacionales para la promoción de los derechos de niños, niñas y adolescentes.

CRÉDITOS

María de los Dolores Aguilar Marmolejo

Directora General del IIN

Paulina Fernández Fawaz

Directora de Áreas y Proyectos del IIN

Marco Moysén Zúñiga

Coordinador del Proyecto Protección y Promoción de los Derechos de los niños, niñas y adolescentes en el Sistema Interamericano”, desarrollado por el IIN con el apoyo de la Agencia Canadiense de Cooperación al Desarrollo – ACDI.

Este material ha sido elaborado con el apoyo de la Universidad Mariano Galvez de Guatemala por encargo del Instituto Interamericano del Niño, la Niña y Adolescentes (IIN).

www.iin.oea.org

Av. 8 de Octubre 2904, Montevideo (11600), Uruguay, Tel. +598 24872150 - Fax: +598 24873242

iin@iinoea.org

PRESENTACIÓN

El Instituto Interamericano del Niño, la Niña y Adolescentes (IIN), organismo especializado de la Organización de los Estados Americanos (OEA), ha elaborado con el apoyo del Programa de Gestión Pública de la Universidad Mariano Gálvez en Guatemala, un documento que facilita el abordaje de la perspectiva de derechos del niño en los medios de comunicación desde el marco de actuación de los funcionarios públicos. Este esfuerzo ha sido desarrollado como parte de las actividades del proyecto de Promoción y Protección de los Derechos de las Niñas, Niños y Adolescentes en el Sistema Interamericano, financiado por la Agencia Canadiense para el Desarrollo Internacional (ACDI) e implementado en los Estados de Colombia, Guatemala y Jamaica.

Medios de comunicación y Niñez en Perspectiva de Derechos: Referencias para funcionarios públicos en la elaboración de estrategias comunicacionales para la promoción de los derechos de niños, niñas y adolescentes ha sido pensado para profesionales que trabajan en la gestión gubernamental, especialmente los que se desempeñan como comunicadores y que tienen como misión central la promoción y defensa de los derechos de niños, niñas y adolescentes (NNA)¹, de forma tal que puedan ampliar y mejorar el diálogo con los medios de comunicación, siempre con la intención de posicionar adecuadamente los temas relacionados con la niñez y adolescencia y con capacidad de generar información en temas de la agenda pública, que permita dar visibilidad a las acciones de políticas públicas orientadas a los niños, niñas y adolescentes.

Ciertamente existen numerosas guías para periodistas que establecen parámetros sobre cómo tratar el tema de los derechos de los NNA. Sin embargo, se dispone de pocas pautas para que los profesionales y técnicos que trabajan para el gobierno, mejoren sus prácticas de elaboración de estrategias comunicacionales y su relacionamiento con los medios de comunicación y otros actores de la sociedad.

No obstante, puede ser una herramienta útil para periodistas dispuestos a profundizar en la temática de los derechos de NNA y actores de la sociedad civil con implicancia en los temas propuestos y para aquellas personas interesadas en ampliar sus habilidades para la promoción de los derechos de la niñez, independientemente de su rol.

La definición y puesta en marcha de una estrategia de comunicación dirigida a promover el respeto por los derechos del niño, en los términos planteados por la Convención sobre los Derechos del Niño (CDN)², permitirá que también en los medios periodísticos se instale una verdadera cultura de conocimiento, defensa y promoción de los mismos. Es fundamental el papel que los medios cumplen en el ejercicio de una democracia incluyente y participativa y su influencia en la construcción de un Estado de Derecho, por lo que resulta primordial incidir en el ámbito de las comunicaciones cuando se pone en contexto los derechos de las niñas, niños y adolescentes.

En un sentido específico, el presente documento de referencias busca ofrecer reflexiones y sugerencias para que estos profesionales puedan ampliar y mejorar el diálogo con los distintos medios con el fin de mejorar el tratamiento que se da a los temas de niñez y adolescencia en esos espacios y que estén en el marco de protección de los derechos. Asimismo, dar visibilidad a las acciones de políticas públicas.

¹ En el texto de la Guía se utiliza indistintamente la expresión “niños, niñas y adolescentes” o su abreviatura que es NNA. También la expresión “niños” que debe entenderse inclusiva y nunca limitante.

² Tratado Internacional de las Naciones Unidas por el cual los Estados firmantes reconocen y asumen formalmente a niños, niñas y adolescentes como sujetos de derecho. Adoptada el 20 de noviembre de 1989.

Sumariamente, este esfuerzo presenta los siguientes objetivos:

- Reflexionar respecto del diseño, la elaboración e implementación de políticas públicas que puedan posicionar temas y dar visibilidad a las acciones de promoción de la niñez y la adolescencia en la agenda pública.
- Ampliar y mejorar el diálogo con los medios de comunicación y posicionarse como referentes en la materia y en fuentes de información calificada sobre niñez y adolescencia.
- Promover el enfoque de derechos en las construcciones mediáticas desde el respeto y especial cuidado frente a las representaciones y referencias en aquello vinculado a niñez y adolescencia. Este aporte a la elaboración de las estrategias de comunicación está basado en fundamentos teóricos, especificaciones a nivel práctico y recomendaciones puntuales sobre el desarrollo de acciones o actividades con ese propósito.

¿A quiénes está dirigido el documento?

Fundamentalmente a funcionarios de gobierno que, en distintos niveles, trabajan en políticas, programas y proyectos orientados a la niñez y adolescencia, con determinado nivel de participación en la toma de decisiones. Es un documento de trabajo destinado a aquellos profesionales de la administración gubernamental que tengan como objetivo la promoción y defensa de los derechos de NNA.

Medios de comunicación y Niñez en Perspectiva tiene como objetivo aportar información, conocimiento y sugerencias para las fuentes de información gubernamentales y particularmente para los funcionarios públicos a cargo de procesar, producir y/o difundir información sobre niñez y adolescencia en el marco de las políticas públicas y de los temas de interés de la ciudadanía. Esto no excluye que éste sea un material recomendable también para representantes políticos, trabajadores de los medios de comunicación y de la sociedad civil interesados en comprender y mejorar las capacidades sobre esta temática.

RESUMEN EJECUTIVO

El documento de referencias coloca elementos de análisis sobre varios de los componentes que describen la relación entre los medios de comunicación y la gestión de información sobre los niños, niñas y adolescentes en el ámbito público y aplicación de la CDN.

Los actores gubernamentales y privados con injerencia en el campo de la niñez y la adolescencia, los técnicos en políticas públicas, los especialistas (jueces, médicos, profesores, analistas, académicos), los familiares y los propios niños y niñas deben conocer los alcances mediáticos que pueden generar sus acciones y el tratamiento de los contenidos (información, opiniones) que se hacen públicos a través de los medios de comunicación ya sea por demanda de los propios medios o cuando ellos proactivamente asumen un papel como fuente de información y/o protagonistas del relato mediático.

La primera sección del documento, **Marco Conceptual**, ubica la temática en el contexto de la Convención sobre los Derechos del Niño (1989), al establecer de manera específica los derechos humanos sobre niños, niñas y adolescentes, constituyéndose en el instrumento que orienta las acciones de los Estados y sobre el cual se hace seguimiento a los mismos para verificar su nivel de cumplimiento, a través del Comité de Derechos del Niño.

La Convención es un documento de riqueza conceptual, vinculante para los Estados, los gobiernos que los representan y las sociedades en general, lo cual exige apropiarse de un enfoque de derechos en las políticas relacionadas con la niñez y la adolescencia. Un enfoque que, como se argumenta a lo largo de este documento, debe extenderse a la comunicación social de tales políticas. Análogamente se menciona la Carta Democrática Interamericana de la Organización de Estados Americanos (OEA) como otro referente ineludible en la defensa y práctica de los derechos de los NNA como ciudadanos plenos.

Asumiendo que los medios de comunicación tienen gran influencia en la percepción de la realidad y en la realidad misma, se argumenta que los medios contribuyen de manera significativa en el proceso de aprendizaje de las sociedades (“aprendizaje social”) y en la capacidad de establecer la agenda pública.

En la sección II **Gobierno e Información** se expone que la información y la comunicación son derechos para los ciudadanos y oportunidades valiosas para los gobiernos. Es en este sentido que alcanza su dimensión el rol del comunicador gubernamental como puente o enlace entre la política pública y los públicos.

El documento apunta a enfatizar la importancia que tienen las fuentes gubernamentales y su diálogo con los medios insistiendo, como lo hace todo el documento, en que los NNA no sean considerados como objetos de las políticas públicas o de las notas periodísticas, sino sujetos revestidos de los derechos que la legislación y el sistema democrático les asignan.

Uno de los asuntos de mayor debate en nuestro medio es el balance entre libertad, responsabilidad y regulación. Precisamente la Sección III **Regulación y Ética** ofrece una discusión de la regulación, sus alcances, limitaciones y los modelos contemporáneos de las sociedades desarrolladas para encaminarse a patrones de auto regulación y responsabilidad social empresarial.

En la Sección III se propone una agenda para la regulación democrática que abarca, entre otros, los siguientes temas: la educación para los medios de comunicación, el estímulo a la producción de contenidos de calidad, la regulación de exhibición de imágenes e identificación de NNA y la promoción y protección de NNA en el uso de las nuevas tecnologías.

Con esos antecedentes y equipado en los principales conceptos, el lector es conducido en la Sección IV **Estrategias Comunicacionales** a un recuento de ciertos “*tips*” de carácter práctico que son fruto de la experiencia profesional de diversos comunicadores gubernamentales. Se insiste en que cualquier estrategia debe partir de formular adecuadamente las preguntas para planificar las bases de datos y las oportunidades que brindan la noticia en el momento preciso (“*timing*”), al cual en el documento se denomina “la onda”.

El apartado 4.5, **La participación de NNA en los medios**, culmina con una exposición de principios éticos y consideraciones técnicas sobre contenido, uso de medios y la voluntad del periodista. De esa manera se busca hacer primar en los comunicadores gubernamentales y en los periodistas el respeto a los derechos de NNA a su privacidad, libertad y consideración como seres humanos dignos.

Siendo la participación de NNA un principio y derecho establecido en la CDN, en la Sección V se recalca la importancia de construir el imaginario social rescatando directamente la voz de los niños, niñas y adolescentes. Los niños, niñas y adolescentes pueden y deben participar en los contenidos de las programaciones, ser consultados y tomados en cuenta por las noticias y, cuando sean entrevistados, deben guardarse las consideraciones a su edad y etapa de desarrollo.

En resumen y como se expresa en las recomendaciones del XX Congreso Panamericano del Niño, la Niña y Adolescentes (Perú, sept. 2009)³, “*los medios de comunicación – y los comunicadores gubernamentales- son indispensables en la difusión y ejercicio de los derechos de los niños, niñas y adolescentes*”.

“Dar Voz”

Los niños, niñas y adolescentes ya tienen voz

Los medios solo sirven de escenarios, plataforma o espacio de resonancia y visibilización de la presencia y voz de los niños, niñas y adolescentes.

“Dar voz” podría ser tan arbitrario y vulnerador como quitar la voz.

No se trata de defender o proteger en sentido estricto sino de dejar Ser.

Por tanto, proteger y garantizar el ejercicio de esos derechos resulta ser la primordial tarea de los funcionarios gubernamentales relacionados con la comunicación de las políticas y/o la información institucional. Una conducta indiferente o contraria a este principio demerita la profesionalidad del comunicador y lo que es más grave aún, traiciona la confianza pública depositada en el accionar de los funcionarios públicos.

³ Ver Lecturas Recomendadas de este documento.

CÓMO UTILIZAR ESTA HERRAMIENTA

Este es un documento de referencia básica cuya finalidad es dar una visión general del enfoque de derechos de NNA en el tratamiento de la información por parte de las entidades gubernamentales.

El documento se aparta de lo que comúnmente se conocería como un ensayo o una monografía sobre los temas enunciados. Esto tiene dos implicaciones. La primera es que se asume que el lector se encuentra familiarizado con la función pública y la práctica de la comunicación gubernamental. La segunda es que no se entra en detalle de ideas y conceptos relacionados con el nuevo paradigma de la protección integral de los niños y niñas, como fuera preceptuado por la CDN. De hecho se sugiere que lector se haga acompañar del texto completo de la Convención disponible en Internet⁴.

Puesto que este representa apenas una breve reseña de una temática ampliamente desarrollada en otras instancias se le recomienda al lector recurrir a otras fuentes que tratan estos asuntos con mayor profundidad.

Así, esta herramienta puede utilizarse de diferentes maneras: como guía rápida de consulta o como guía básica de aprendizaje. En ningún caso como un manual o una guía exhaustiva, ya que con este propósito existen libros o manuales que tratan de los derechos de los niños, los medios de comunicación, las fuentes gubernamentales y las estrategias de comunicación, entre otros.

Si se decide utilizar como guía rápida de consulta, es recomendable que el lector vaya directamente a la parte operativa del documento que es la Sección IV “**Estrategias Comunicacionales**” o a las Lecturas Recomendadas que se proporcionan en el último apartado.

Rápidamente el lector podrá encontrarse con que el tratamiento de estos conceptos se trata de una descripción del entorno de lo que es el centro de atención de la Guía: las estrategias comunicacionales con enfoque de derechos de NNA.

También debe advertirse que las recomendaciones prácticas y operativas de la Sección **IV Estrategias Comunicacionales** no tienen validez universal y que, en todo caso, se trata de proponer ideas y cursos de acción para que los comunicadores gubernamentales ejerzan sus propios juicios y su creatividad en los contextos particulares en los que les toca desenvolverse.

Ningún tratamiento a las políticas sociales – o a las ciencias sociales en su caso- es final o neutral. Por lo que, los temas aquí tratados son objeto de diferentes interpretaciones por varios autores y no deben hacer creer erróneamente al lector que se pretende sentar doctrina o comprometer en una opinión determinada.

Para quienes deseen profundizar en temas de amplia discusión se ha escrito la Sección III **Regulación y Ética** donde encontrarán algunas ideas y líneas generales de debate a nivel internacional. Estamos seguros que estos insumos probarán ser útiles a los comunicadores gubernamentales en su relación con los medios de comunicación, con los empresarios de la comunicación y con los líderes políticos y sociales.

Es importante tener siempre en cuenta que cualquier documento que desee incidir en la práctica siempre resulta ser incompleto. Por lo que invitamos a los usuarios y lectores de la Guía a aportar sus reacciones y comentarios al Instituto con el fin de enriquecer las futuras ediciones de la misma y cumplir la misión de un

⁴ Ver en <http://www2.ohchr.org/spanish/law/crc.htm>

comunicador gubernamental comprometido con la democracia, la libertad y la equidad pero sobre todo con los niños, niñas y adolescentes de nuestra América.

I. MARCO CONCEPTUAL

Enfoque de derechos de los niños, las niñas y los adolescentes (NNA).

La **Convención sobre los Derechos del Niño (CDN)**, aprobada en 1989 por la Asamblea General de Naciones Unidas, es un instrumento base en la doctrina de la Protección Integral y el quehacer del IIN. Concibe al niño y niña como sujeto de derechos, es decir como persona que, por ser tal, goza del atributo inherente de los derechos humanos; es sujeto social y es protagonista.

Desde esta visión, el Estado es responsable fundamental del respeto a los derechos de la niñez (junto con la familia y la sociedad), y del combate a situaciones que afecten estos derechos.

La perspectiva de derechos resalta que todos los niños y niñas tienen iguales derechos, cualquiera sea su condición; la legislación es la misma para todos, debiendo poseer integralidad, sustentabilidad y responsabilidad en su ejecución⁵. La organización internacional Save the children, hace la siguiente distinción para definir una perspectiva o enfoque de derechos:

Un enfoque de derechos para el desarrollo se define frecuentemente contrastándolo con un enfoque que se basa en necesidades. Ambos se fundamentan en el deseo de colaborar con la supervivencia de las personas y el desarrollo pleno de su potencial. [...]

Una de las diferencias clave entre estos dos enfoques es aquel que se fundamenta en las necesidades y no implica rendición de cuentas. No hay obligación moral o legal de parte del Estado y/o de otros cuerpos estatutarios para brindar protección y ayuda. Muchos derechos se han desarrollado sobre la base de las necesidades, pero un enfoque de derechos agrega obligaciones morales y legales además de responsabilidad. (Save the children 2002:22-23)

El respeto o la vulneración de los derechos de NNA, reconocidos en la Convención, pueden visualizarse en alguna medida a través de los contenidos de las notas periodísticas transmitidas por los medios masivos. En este sentido, es importante identificar temas que podrían estar aludiendo a esos derechos, a su respeto o vulneración. Los grupos de derechos defendidos por la Convención son los siguientes: Participación, Supervivencia, Protección y Desarrollo. A modo de ejemplo, cuando los medios aluden a la educación y la situación de la educación formal, están aludiendo a los derechos vinculados al desarrollo.

⁵ Para profundizar en materia de perspectiva de derechos se recomienda dos lecturas básicas accesibles en internet: CRIN: "Una programación basada en derechos con niños y niñas: introducción", [en línea], marzo 2005 [enero de 2012], <http://www.ucm.es/info/polinfan/2006/area-lectura/mod-3/crin-18.pdf>; y la siguiente de la que se extrae la próxima cita: Save the children: "Programación de los derechos del Niño. Cómo aplicar un Enfoque de Derechos del Niño en la Programación", [en línea], 2002 [enero de 2012] http://www.savethechildren.org.ar/index.php?option=com_content&task=view&id=53&Itemid=94

Existe un mandato específico de la Organización de los Estados Americanos (OEA) en el Artículo 27 de la **Carta Democrática Interamericana** de la Organización (OEA)⁶ en el cual los países acuerdan que:

Los programas y actividades se dirigirán a promover la gobernabilidad, la buena gestión, los valores democráticos y el fortalecimiento de la institucionalidad política y de las organizaciones de la sociedad civil. Se prestará atención especial al desarrollo de programas y actividades para la educación de la niñez y la juventud como forma de asegurarla permanencia de los valores democráticos, incluidas la libertad y la justicia social.

El cuerpo documental y de acuerdos internacionales consensuado por los Estados Miembros respecto a la importancia del abordaje de las cuestiones de niñez y adolescencia desde una perspectiva de derechos, hace ineludible la necesidad de ubicar en las lógicas diagnósticas, de análisis y de intervención a niños, niñas y adolescentes como sujetos de derecho.

Esta noción, en la práctica, implica un profundo y complejo desglose acerca de qué implicaciones tiene para las autoridades gubernamentales y otros actores, la ejecución de principios tales como los que son enunciados en la **Convención sobre los Derechos del Niño** (CDN).

Cuando la Convención establece que NNA son sujetos sociales y de derecho, para los profesionales de la comunicación implica reconocer los derechos de la niñez en su labor cotidiana. ¿Cómo?:

- Tratando de protegerlos de toda información, material y estímulo comunicacional que pueda ser perjudicial a su desarrollo y/o representar riesgos a su integridad física y moral;
- Promoviendo su bienestar físico, espiritual y moral;
- Fiscalizando el cumplimiento de los derechos por parte de la sociedad y del Estado;
- Considerándolos sujetos activos, creativos y participativos, con capacidad para aportar a su propio desarrollo y al de su comunidad.

Las sociedades que mejor protegen los derechos humanos, y particularmente los de niños, niñas y adolescentes, son también aquellas cuya calidad de vida tiende a ser mayor y de mejor nivel. A lo anterior debe agregársele que los derechos implican responsabilidades. En el caso de los derechos humanos, la responsabilidad primaria le corresponde a la familia, y en los casos en que ésta no exista, al Estado y, subsidiariamente, a la sociedad. Esa noción es importante, porque orienta los esfuerzos de los grupos sociales – incluso de los medios de comunicación – que apuntan a la promoción y defensa de esos derechos.

Respecto a los medios de comunicación, la Convención expresa en su artículo 17 lo siguiente:

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

- a) Alentarán** a los medios de comunicación a difundir información y materiales de interés social y cultural para el niño, de conformidad con el espíritu del artículo 29;
- b) Promoverán** la cooperación internacional en la producción, el intercambio y la difusión de esa información y esos materiales procedentes de diversas fuentes culturales, nacionales e internacionales;

6 Carta Democrática Interamericana: Declaración que suscriben los países miembros de la OEA donde se presentan los fundamentos democráticos del Sistema Interamericano, firmada en septiembre de 2001.

- c) **Alentarán** la producción y difusión de libros para niños;
- d) **Alentarán** a los medios de comunicación a que tengan particularmente en cuenta las necesidades lingüísticas del niño perteneciente a un grupo minoritario o que sea indígena;
- e) **Promoverán** la elaboración de directrices apropiadas para proteger al niño contra toda información y material perjudicial para su bienestar, teniendo en cuenta las disposiciones de los artículos 13 y 18.

Los artículos de la Convención sobre los Derechos del Niño que tratan específicamente sobre comunicación y libertad de expresión (artículos 12, 13, 17), son fundamentales porque reconocen la necesidad de dar voz a los niños – incluso en los medios de comunicación –, así como porque ratifican la importancia de que los Estados signatarios de la Convención pongan en práctica políticas capaces de garantizar medios de comunicación de calidad, en las formas previstas por el documento.

¿Por qué los medios y la comunicación?

Los medios masivos de comunicación reflejan la realidad, pero también la configuran. Son, ciertamente, un medio para conocer la realidad, pero para conocerla de cierta manera, desde determinado enfoque. En la temática de niñez y adolescencia, los medios muestran su situación (espejo), pero no ahondan en la totalidad ni en la complejidad de las mismas (filtro). Al mismo tiempo, plantean juicios, ideas, propuestas que orientan (señal) a quienes se constituyen en perceptores de sus mensajes. Todo ello conforma imágenes determinadas respecto a la realidad, representaciones de hechos o actores sociales que marcan la relación de las personas con estos hechos o actores.

Como agentes de socialización (junto con la familia, la escuela y los grupos de referencia), los medios tienen influencia innegable en nuestra manera de percibir el mundo. De ahí la importancia y responsabilidad en relación a los contenidos y la forma en que comunican. La acción de los medios no tiene un efecto instantáneo, pero tampoco es cándido. Su contribución a mostrar la complejidad de la realidad y de las realidades, es de vital importancia en la búsqueda de sociedades más justas y equitativas.

Los medios de comunicación tienen una gran influencia al ofrecer a la sociedad información confiable y contextualizada acerca de los temas de interés público, al ser pluralistas en la construcción de una agenda de asuntos prioritarios y al ejercer el seguimiento crítico de las instituciones. No en vano los medios son reconocidos como “el cuarto poder”.

En los países en desarrollo es indiscutible que los medios masivos de comunicación se han convertido también en actores clave en el desarrollo: pueden facilitar u obstaculizarlo. Para comprender la importancia que tienen los medios de comunicación es necesario reconocer y explicitar su enorme potencial de incidencia en el desarrollo individual y colectivo en cualquier sociedad. En las últimas décadas este efecto se ha incrementado más aún con la diversificación de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), por el nivel de penetración y apropiación que generan.

Mucho se ha escrito respecto al rol de los medios de comunicación en las sociedades democráticas. Una breve síntesis de esa normativa puede resumirse en tres apartados de lo que deben hacer los medios:

- a) Ofrecer a la sociedad información *confiable y contextualizada* – de manera tal que los ciudadanos y las ciudadanas puedan participar más activamente en la vida política, y exigiendo la promoción de sus derechos;
-

b) Ser *pluralista* en la construcción de una agenda de debates prioritarios, contribuyendo a que temas de alta relevancia para el desarrollo humano puedan alimentar la esfera pública de las discusiones desde el involucramiento (y desde la consecuente legitimación) de un mayor número de actores; y

c) Ejercer un *seguimiento de las instituciones públicas* con miras a colaborar para que los gobernantes sean responsables en la formulación, la ejecución, el monitoreo y la evaluación de dichas políticas, en coordinación y colaboración con el sector privado y la sociedad civil.

La importancia que tienen los medios puede considerarse desde dos perspectivas:

- La que está vinculada a la capacidad del periodismo en fomentar un debate público contextualizado y plural alrededor de las políticas que ofrecen apoyo a la promoción, garantía y defensa de tales derechos.
- La que se refiere al poder que tienen los contenidos mediáticos en influir en el proceso de socialización y aprendizaje de los niños y adolescentes, especialmente cuando son presentados bajo la forma de entretenimiento y de publicidad. Tal poder hoy sobrepasa, en muchas sociedades, aquello asociado a instancias tradicionalmente reconocidas como de gran potencial formativo, como la familia, la escuela, entre otros.

En ese contexto, la propuesta de comunicar en y para los derechos de los niños implica educar cívicamente en los valores de la democracia, la igualdad, la libertad, la solidaridad, la tolerancia y el pluralismo ideológico.

Sin embargo, no se trata de una actividad más de enseñanza-aprendizaje sino un proceso educativo continuo y permanente que se irá adaptando a los requerimientos sociales e individuales, según lo permitan, los procesos sociales.

II. GOBIERNO E INFORMACIÓN

Los medios de comunicación son actores importantes en la generación de la opinión pública de donde se deduce la importancia que tiene la generación de información para ellos. Recordemos que el gobierno es una fuente de información primordial y corresponsable del abordaje de los temas de niñez y adolescencia en los medios que a su vez inciden en la llamada opinión pública.

La opinión pública puede transformar muchos procesos sociales. Según Sartori (1998), la opinión pública es el conjunto de opiniones que se encuentran en el público o en los públicos, siendo una opinión simplemente de un parecer, algo para lo que no se requiere prueba, y siendo pública porque es del público e implica a la cosa pública, los intereses generales o el bien común.

La información y la comunicación de las acciones gubernamentales son derechos para los ciudadanos. Pero también son oportunidades para los Estados y los gobiernos que los representan.

Sin embargo, en la realidad la mayoría de ciudadanos no logra acceder a una información gubernamental

veraz que inspire confianza para generar conocimiento y, por tanto, desarrollo. Además, parecería que los gobiernos no siempre están conscientes ni dispuestos a utilizar plenamente las poderosas herramientas que poseen para comunicarse con la ciudadanía.

Los medios de comunicación que utiliza el Estado tienen una función concreta y determinada para la sociedad: deben promover el desarrollo y el cambio social. Al emitir mensajes deben producir un “*saber*” en los receptores que les capacite para una mejor forma de vida en lo personal y en el ámbito colectivo. Es decir, a partir de la información deben producir conocimiento. Pero no cualquier conocimiento sino el que tiene como resultado esperado el desarrollo.

Dicho de otra forma, los medios de comunicación del Estado deben regirse por políticas públicas de comunicación que tengan fines específicos coherentes con los mandatos legales, que sean sostenibles en el tiempo y que puedan ser evaluadas.

Las políticas de comunicación van a determinar el tipo de mensajes. Pero, ¿qué clase de mensajes transmiten los medios oficiales de comunicación?

Los mensajes, en forma individual o conjunta, pueden aportar al desarrollo del país si alcanzan, al menos uno, de los siguientes objetivos:

- Promover la vigencia, el respeto y la defensa de los derechos humanos.
- Mejorar las relaciones de las personas con los entornos sociales y naturales.
- Mejorar la calidad de vida de las personas en el ámbito cultural.
- Promover la participación de las personas en su propio desarrollo y el del país.
- Promover la educación, la salud y la conciencia ambiental.
- Incrementar la capacidad de organización participativa
- Atenuar o levantar restricciones que frenan el desarrollo.

Obviamente, la lista anterior es incompleta pero sirve para que el comunicador se auto examine y determine si los mensajes que produce se enfocan a estos objetivos o si por el contrario ignora el propósito de su tarea.

El comunicador gubernamental

El comunicador es el profesional técnico que entiende los procesos comunicacionales y las técnicas. Este agente es indispensable para el buen manejo de la información dentro de las dependencias del gobierno.

El comunicador gubernamental debe estar informado de todo lo que sucede en su institución para coordinar coherentemente la información que se genera. Además es necesario que pueda acceder a los mandos altos de las instituciones para asesorar pertinentemente en temas de comunicación.

Considerando al gobierno en su rol de generador de información, se debe dar el espacio necesario a un comunicador gubernamental. Tan importante como el diseño de una estrategia comunicacional, es el gestor de la misma. Aunque es ideal que la estrategia comunicacional de una institución sea desarrollada por un equipo de profesionales, es necesario que un comunicador esté al frente del proceso.

Parte de la responsabilidad de la información que se comunica reside también en quienes trabajan en el ámbito

de las políticas públicas para la promoción y garantía de los derechos de la niñez. Esto supone comprender cuál es la dinámica de funcionamiento de los medios de comunicación, qué información es valiosa, relevante, oportuna y “noticiable” para ellos.

Son recomendables las siguientes acciones para los comunicadores gubernamentales y en general para los funcionarios públicos vinculados a niñez y adolescencia:

- Capacitarse en el diseño, implementación y seguimiento de estrategias comunicacionales que permitan visualizar las iniciativas, avances, programas y acciones que sus entidades y afines realizan a favor del ejercicio de los derechos de niñas, niños y adolescentes.
- Mejorar el nivel de interlocución entre los distintos actores dedicados a niñez y adolescencia y los medios de comunicación de sus Estados.
- Generar las herramientas, mensajes y abordajes en función de las expectativas, diferencias y particularidades de cada público a quien va dirigido el mensaje: la familia, la comunidad, autoridades, medios de comunicación, organizaciones de la sociedad civil, entre otros.
- Comprender la incidencia de los medios de comunicación como elementos constitutivos en la formación de ciudadanos y ciudadanas y en las representaciones sociales que generan en el imaginario colectivo.
- Identificar las tendencias y tratamientos inadecuados de la niñez y adolescencia en los medios de comunicación masiva y establecer los mejores canales para revertirlas.
- Entender el papel formativo que juegan los medios de comunicación masivos y los contenidos que transmiten en la formación de niños, niñas y adolescentes, y las implicancias en la construcción de sus identidades.
- Brindar un panorama general de los aportes en la materia, producto de un enfoque multidisciplinario que vincule los conceptos base de las diversas ciencias sociales y humanas con las nuevas posibilidades de comunicación y tecnológicas que la sociedad de hoy provee.
- Identificar, valorar y replicar las experiencias de aprendizaje regionales en esta materia, adaptándolas a las particularidades y dinámicas de cada realidad.
- Propender por la formación interna de los voceros que son fuentes de información.
- Tener líneas y personas de contacto para trabajar con los periodistas.
- Tener mensajes estándar.
- Tener políticas de comunicación para las crisis.

Las fuentes gubernamentales y su diálogo con los medios

¿Cómo lograr que las instituciones de gobierno puedan ser consideradas como referentes y fuentes de información calificada para los medios de comunicación?

Los medios de comunicación buscan información relevante, oportuna, disponible, actualizada, con referencia a fuentes confiables, que den cuenta de estadísticas, cifras, comparaciones con otras realidades. En lo posible priorizarán aquellas formas efectivas de presentación de la información: videos, audio y multimedia. Razón por la cual se hace cada vez más importante el planteamiento para los organismos públicos productores o

referentes en información vinculada a infancia y adolescencia de estrategias comunicacionales a medida coherentes con la política institucional y el enfoque de derechos con niveles de calidad que logren cumplir los objetivos trazados.

Las *fuentes gubernamentales* tienen obligaciones constitucionales de dar información. La información es un bien común y en democracia es un derecho fundamental; por lo que informar no es optativo para el Gobierno.

Es importante que las fuentes gubernamentales entiendan que información “es aquello que debe ser socializado para que, con base en ella, los ciudadanos y la sociedad puedan tomar decisiones, movilizarse, crear condiciones de igualdad y realizar el derecho fundamental del ciudadano a estar suficientemente informado. La información es un bien público que empodera para actuar. Y acceder a ella es una necesidad para construir proyectos colectivos de sentido”. (J.C. Jaramillo)

Por ser servidores públicos, las fuentes gubernamentales deben ser fuentes proactivas: es su labor realizar esfuerzos para que a la ciudadanía llegue información relevante y aquellas reflexiones que el gobierno desea posicionar en el espacio público.

En su diálogo permanente, profesional y ético, las fuentes de información de gobierno y los profesionales del periodismo deben estar atentos al hecho de que los niños, niñas y adolescentes no sean considerados como objetos ni de las políticas públicas y/o proyectos de la sociedad civil, ni de las investigaciones periodísticas.

Se recomienda a las fuentes gubernamentales:

- Tener información transparente y accesible para la ciudadanía;
- Explicitar la interdependencia existente entre las políticas de distintas áreas del mismo gobierno o de distintos niveles de gobierno;
- Que los medios de comunicación tengan acceso a personas e instituciones cuyos testimonios puedan ser relevantes para la comprensión de los hechos sociales.
- Entregar información comparativa por años, en relación con otros países;
- Plantear lo que se hace desde el Gobierno para el abordaje de los problemas tratados.

Libertad de expresión

Parece no haber dudas en cuanto a la consolidación de un marco jurídico internacional ampliamente favorable a las libertades de expresión y de prensa.

Sin embargo, la presencia creciente de los medios de comunicación ha generado un escenario de desigualdad de la libertad de expresión.

El problema se acentúa porque las voces que están hoy presentes en los medios de comunicación son aquellas autorizadas por los guardianes de la agenda (“*gatekeepers*”), que son los actores que controlan lo que se vehiculará y lo que no se vehiculará.

⁷ Expresión en inglés que se utiliza para denominar a aquellas personas que poseen el control sobre la información de un medio y, en consecuencia, deciden qué se puede emitir/publicar y que no. En algunos medios estas personas son los directores o jefes de redacción.

Para ello, en diversas partes del mundo la solución ha pasado por medidas en los siguientes sentidos:

- Asegurar la pluralidad de voces en el ámbito de los medios de comunicación, lo que depende de la garantía de una propiedad no concentrada de los medios privados y del empoderamiento de los medios públicos de comunicación.
- Delinear de qué manera el derecho a la libertad de expresión se plantea ante otros derechos (por ejemplo, en nombre de la libertad de expresión ¿Un canal de televisión puede declarar su posicionamiento y comportarse de manera antisemita?). Preferentemente, los límites de la libertad de expresión deben ser definidos por tribunales superiores, como ha ocurrido en varios países.

En ese escenario, las restricciones a determinados contenidos suelen ser el foco de las mayores polémicas, movilizándolo a los actores contrarios a la regulación – especialmente a aquellos vinculados a las empresas de medios de comunicación – que para defender su punto de vista invocan el espectro de la censura.

Para avanzar en la discusión, es fundamental distinguir dos conceptos aparentemente semejantes: la libertad de expresión individual y la libertad de expresión que potencialmente habilitan los medios masivos de comunicación.

En una democracia se espera que se puedan plantear ideas diversas, sin embargo, la libertad de expresión también está asociada a la amplitud del discurso de quien la tiene. Tener libertad de expresión a las 20 horas, en red nacional de televisión, es muy diferente a tener libertad de expresión subiéndose a un banco de plaza. Por eso, en la era de la comunicación de masas, adoptar prácticas regulatorias con la finalidad de garantizar y asegurar la pluralidad de puntos de vista es legítimo en la medida en que son ellas la que democratizan el control y uso de los medios.

En contrapunto a ese *“control por pocos”*, un control democrático del sistema de radiodifusión incluiría, por ejemplo, mecanismos de protección y promoción de los derechos de minorías (incluso niños, niñas y adolescentes).

Tal diseño regulatorio traería desde acciones efectivas por parte del Estado (reglamentos, sanciones, aparatos institucionales) hasta la formación de grupos institucionalizados para actuar ante los vehículos de comunicación en iniciativas de cabildeo (*“advocacy”*⁸).

En ese contexto, el derecho de respuesta, si está bien reglamentado, puede ser un importante instrumento de ampliación de la libertad de expresión.

Según la Relatoría para la Libertad de Expresión (2002) de la OEA, el derecho de respuesta ofrece un recurso para reparar daños ocasionados por el ejercicio de la libertad de expresión, sin interferir, no obstante, en este derecho.

Otros dos mecanismos que podrían contribuir a mejorar la ingeniería institucional del Estado respecto de los medios de comunicación son: la existencia de un sistema público de medios de comunicación y el derecho de antena.

⁸ Acción o conjunto de acciones tendientes a colocar un tema en la agenda pública.

Un sistema público de medios de comunicación puede funcionar como un contrapunto importante, tanto al sistema estatal, cuanto al privado. Algunas propuestas de comunicación alternativa, como las radios comunitarias, se vienen planteando como un camino viable para la efectiva compaginación de un sistema público. De hecho, en la Asamblea General de la OEA⁹ se integran dos sólidas sugerencias al respecto:

Instar a los Estados Miembros a que promuevan un enfoque pluralista de la información y múltiples puntos de vista mediante el fomento del pleno ejercicio de la libertad de expresión y de pensamiento, el acceso a los medios de comunicación y la diversidad de propietarios de medios de comunicación y fuentes de información a través de, entre otros, sistemas transparentes de concesión de licencias y, según proceda, reglamentos eficaces que impidan la concentración indebida de la propiedad de los medios de comunicación. Instar a los Estados Miembros a que consideren la importancia de incluir, en el marco de sus respectivos ordenamientos jurídicos, normativa sobre la creación de medios de comunicación alternativos o comunitarios que asegure el funcionamiento independiente de los mismos, como una manera de ampliar la difusión de información y opiniones, fortaleciendo así la libertad de expresión.

Equilibrio entre la libertad de expresión y los derechos de la niñez y la adolescencia

La libertad de expresión y el derecho a la información permiten controlar los excesos del poder de quienes deciden los contenidos de los medios y son complementarios de otros derechos. En algunos casos los medios de comunicación pueden abusar de su libertad de expresión y difundir informaciones que afecten la integridad de niños, niñas y adolescentes y, por tanto, violen sus derechos.

Esto sucede, por ejemplo, en notas periodísticas en las que son tratados como objetos o como beneficiarios del asistencialismo por parte de los adultos, o en las que no se respeta su identidad en situaciones de maltrato o violencia, etc.

A veces, los NNA son presentados (y utilizados) como objetos en relatos periodísticos en los que figura su nombre y/o su imagen con fines de proselitismo político o religioso. Asimismo, si son víctimas de algún tipo de maltrato es fundamental omitir su identidad o cualquier referencia a su entorno que permita la identificación (evitar difundir nombres de familiares, datos del barrio, entre otros).

Con respecto a las imágenes o la voz, para evitar la identificación se pueden utilizar recursos técnicos como la distorsión. Un buen relato periodístico no es el que prescinde de imágenes de niños, niñas y adolescentes, sino el que busca los mejores recursos técnicos y artísticos para respetar sus derechos.

⁹ RES. 2237 (XXXVI-O/06) Derecho a la Libertad de pensamiento y expresión y la importancia de los medios de comunicación., AG celebrada el 6 de junio de 2006.

Cómo apoyar el equilibrio entre libertad y derechos:

1. Formación de periodistas.
2. Darle herramientas para que a través de los medios se enfatice la condición de sujeto de derechos de los niños, niñas y adolescentes.
3. Proveer a los medios con recursos gráficos: videos, fotografías, ilustraciones, entre otros.
4. Ayudar a los periodistas a incluir a la niñez y adolescencia – “tips” para su participación:
 - Entrevistas a los no vulnerados.
 - Preguntar sobre sus derechos, por ejemplo “¿A qué te gusta jugar?”.
 - Entréguele parte de la entrevista.

Aunque no sea la intención de los periodistas, determinado tratamiento de la información puede afectar social y psicológicamente a un niño, niña o adolescente. Es el caso de las noticias que los y las presentan como “carentes” o “necesitados/as” (a causa de la pobreza o de una enfermedad).

La información relacionada con NNA que se difunde a través de los medios de comunicación debe enfatizar en su condición de sujetos de derecho. De esta manera, se alcanzará el equilibrio necesario entre la ética periodística y los derechos de NNA, evitando que, en nombre de la libertad de expresión, éstos sean vulnerados.

III. REGULACIÓN Y ÉTICA

Marco general

El problema ético de los medios de comunicación se concretiza en el respeto a la dignidad de la persona con independencia de cualquier diferencia de edad o estatus social o económico.

No hay ley tan justa como la ética para regular un medio de comunicación. Es cierto que estos medios de difusión son constituidos como una fuente de ingresos económicos. Sin embargo, muchas veces a costa de esto se omiten ciertos principios éticos que trascienden hasta el punto de modificar la veracidad de la información o atropellar los derechos de las personas.

Infortunadamente algunos medios de información actuales obvian estos principios éticos, aún y cuando existen códigos de ética establecidos por la misma industria de la comunicación. Lo grave del caso es que estos medios se aferran a la Constitución y a los artículos donde hacen mención a la libertad de expresión, pero sus códigos de ética profesional son violados a la hora de decidir la línea editorial del medio masivo de comunicación. La ética profesional tiene la función de preservar el bien común. Así, siempre se encuentra orientada hacia la excelencia.

Con cierta regularidad se incurre en errores de percepción que hacen ver a los contenidos éticos de la prensa, la radio y la televisión de calidad como enemigos principales de la rentabilidad económica de estos medios. Al respecto habría que mencionar que ser éticos y rentables son atributos perfectamente compatibles. Más aún, los contenidos éticos no sólo generan rentabilidad económica sino también rentabilidad social, ese valor intangible que da sentido a la idea de humanidad.

La regulación de los medios de comunicación (escritos, radiales, televisivos y virtuales) se plantea como una cuestión central en una sociedad abierta y democrática. La comunicación de masas trajo consigo en la mayoría de los países, un proceso de concentración de las empresas del sector y su transferencia hacia la propiedad privada, instaurándose un desbalance en el ejercicio de la libertad de expresión. La concentración de la propiedad de los medios de comunicación de masas – fenómeno que se ha intensificado en todo el mundo desde los años 1990 – otorga hoy a estos conglomerados un gran poder, situación que se agrava por el hecho de que tales cambios no son acompañados por el necesario fortalecimiento de los marcos regulatorios.

Ahora bien, hay conceptos que poseen múltiples significados, según los contextos en que se empleen. Es lo que ocurre con los términos libertad de expresión y censura en los debates acerca del establecimiento o no de políticas públicas en el área de la comunicación.

La palabra “regulación” dice respecto al establecimiento de reglas, leyes, regímenes institucionales que, si se constituyen en la médula de un régimen democrático, no podrían ser vistos como autoritarios.

La censura, en contrapartida, es una actitud propia de los regímenes de excepción, con el fin de impedir la libre circulación de contenidos que puedan atentar contra los intereses del grupo dominante.

En relación a los medios de comunicación en sí mismos, la cuestión de la regulación se presenta de forma más compleja que en otros campos. Son diversos los actores involucrados en los diferentes procesos que integran el circuito que se origina en la producción y termina en la recepción de los contenidos difundidos por los medios de comunicación.

En algunas localidades hay un complejo sistema gubernamental dedicado a las diversas facetas de ese segmento, compuesto por entes estatales distintos y, muchas veces, independientes. Están, además, los empresarios del sector, los trabajadores y las diferentes asociaciones ligadas al área de actuación de los medios, entre otros agentes.

La sociedad misma no se configura como un cuerpo homogéneo y va más allá de electores y espectadores. De manera general está compuesta, por ejemplo, por organizaciones sociales e instituciones de estudio e investigación que también pueden interferir en la compleja red estatal-privada que constituye al sector de las comunicaciones.

Generalmente, la regulación tiende a darse primordialmente vía Estado, aunque en varias partes del mundo esté ganando espacio el debate en torno a regulaciones perpetradas directamente por la sociedad (organismos enfocados a la observación de los medios de comunicación, por ejemplo) o en procedimientos auto-regulatorios (como ocurre con los modelos de Responsabilidad Social Corporativa).

Justificaciones de la regulación gubernamental

Diversas son las razones que pueden explicar esa necesidad del Estado de regular determinados segmentos – en especial el de las comunicaciones.

Entre ellas, es importante destacar:

1. - Garantizar los derechos de propiedad – en el caso de las comunicaciones, por ejemplo, eso significa que un determinado actor no usará la misma banda del espectro electromagnético ya ocupada por otra empresa.

2. - Disminución de los costos de transacción – busca reducir los costos de operación de los negocios. En el caso de una empresa dueña de servicios de satélite, por ejemplo, el Estado puede determinar que ella no imponga costos restrictivos a las concesionarias que necesitan el servicio para transportar sus contenidos audiovisuales;

3. - Regulación de monopolios y oligopolios – en general, los servicios de utilidad pública acaban incurriendo en mercados monopólicos u oligopólicos. En el caso de las concesiones del espectro electromagnético, por ejemplo, eso ocurre debido al hecho de que este es un recurso finito y su operación puede demandar elevadas inversiones.

A los efectos de proteger los derechos del ciudadano y del consumidor (información plural a un costo menor, por ejemplo), el Estado debe regular la propiedad y puede, incluso, hacer demandas adicionales, como exigir la presencia de programación diversificada e independiente;

4. - Concesión de subsidios – con el objetivo de incentivar el avance de determinado sector, muchas veces el Estado echa mano de los subsidios (como los ofrecidos para la compra de papel para las industrias periodísticas);

5.- Regulación de la entrada de nuevos actores – a fin de proteger determinadas características del mercado, el Estado también puede impedir o incentivar la entrada de nuevos actores. En el caso de la radiodifusión, muchos países prohíben la entrada de empresas extranjeras en ese mercado o les determinan cuotas específicas, por ejemplo.

6.- Control de los precios cobrados a los ciudadanos – como es el caso de la regulación de tarifas de las conexiones telefónicas. A partir de la percepción de que el sector de comunicaciones ha sufrido profundos cambios en las últimas décadas, la mayoría de las democracias occidentales consolidadas – como los Estados Unidos, Francia, Alemania, Inglaterra y Canadá – han aprobado nuevas leyes generales de comunicación desde la década de los noventa. En todos los casos, se detallaron cuestiones de contenido y, sobre todo, en mayor o menor medida se reglamentaron los derechos de NNA.

Además, un número significativo de democracias occidentales cuenta, por ejemplo, con órganos reguladores con un elevado grado de independencia, responsables del otorgamiento de concesiones, de la fiscalización, la evaluación y el monitoreo del sector de las comunicaciones. En el caso de Inglaterra, toda la actividad regulatoria vinculada al sector fue puesta bajo la autoridad de un solo órgano independiente – el OFCOM¹⁰.

Ese debate, sin embargo, no es menos importante cuando pensamos en los derechos de niños y adolescentes. Las diversas formas de regulación de los medios de comunicación que traen interfaces con la infancia/

adolescencia sólo serán efectivas en la medida en que los países desarrollen un marco legal que garantice la diversidad y pluralidad de los puntos de vista, en un ambiente de fortalecimiento de la democracia.

Regulación y derechos de NNA

En general, la CDN preconiza una actuación del Estado en el sentido de hacer posible que los niños, niñas y adolescentes cuenten con canales por medio de los cuales puedan expresarse y que tengan acceso en los medios de comunicación, a contenidos de buena calidad, diversificados y que colaboren para su desarrollo integral. Reitera, por ello, la responsabilidad de los gobiernos de velar por la calidad de la producción mediática y de proteger a la población infantil de contenidos que puedan ser perjudiciales para ella.

Debe ponerse en claro, por lo tanto, que la regulación de contenidos mediáticos que puedan contrariar los derechos de los niños, adolescentes, mujeres, grupos religiosos, clases económicas menos favorecidas, personas con capacidades diferentes, entre otras minorías políticas, no se circunscribe en el sentido que se le atribuye más arriba a la palabra censura.

El paradigma de la niñez como prioridad y como sujeto de derechos – seguido por los Estados que suscribieron la Convención sobre los Derechos del Niño (CDN) – impone la necesidad de estimular el perfeccionamiento de los productos diseminados por esos medios, a los efectos de minimizar los riesgos y maximizar los beneficios de la relación que la infancia y adolescencia mantienen con ellos.

La autorregulación y la responsabilidad social

La autorregulación consiste en un modelo en el cual los propios actores del mercado definen los parámetros de su actuación. Paulatinamente, estas iniciativas ganan un cuerpo institucional y, al menos en el plano del discurso, se han tornado más orgánicas entre las corporaciones de los medios de comunicación, lo que puede ser atribuido, en gran parte, al relativamente reciente fenómeno de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

El marco conceptual de la RSE se inserta la discusión de la autorregulación en un contexto más sofisticado y, seguramente, con consecuencias más duraderas para las empresas y para la sociedad.

La empresa de medios de comunicación como cualquier empresa deberá tener suficiente madurez corporativa para sumir voluntariamente sus responsabilidades sociales más allá de las regulaciones oficiales. Entre sus muchos objetivos, la RSE de las empresas de comunicación deberá abarcar la promoción y defensa de los derechos de los NNA, tanto en la información relacionada con ellos como en la comunicación que tiene como público objetivo a los NNA. Las empresas y los profesionales deben cuidar a este público objetivo, ya que las campañas promocionales dirigidas al niño y adolescente tienen sus peculiaridades, sin olvidar la protección legal y ética que merece este sector de la población.

La política de la empresa que incluye entre su mercado a los niños, debe contener para asegurar su protección, la elaboración de códigos de conducta. Los códigos de conducta empresariales, junto con la legislación específica, y elaborados con la participación de todos los implicados, pueden aportar medidas determinadas que protejan a los niños como público objetivo de campañas promocionales.

La autorregulación con miras a la rendición de cuentas implica la transformación positiva de la cultura organizacional. Sin embargo, sus principales productos usados para informar, educar y entretener, merecen especial atención y deben ser el principal foco de las acciones de RSE y autorregulación. Es importante mencionar que la RSE no sólo involucra la población vulnerable e implica ir más allá de los mínimos legales establecidos por los Estados.

Sin embargo, un emprendimiento exclusivamente autorregulatorio trae riesgos. Los códigos de ética acompañados de fuerte desreglamentación estatal pueden llevar a los poderes constituidos a renunciar a su capacidad – y deber – de actuación, incluso cuando la autorregulación falle. La probabilidad de falla no es pequeña, pues a veces las empresas son puestas ante la encrucijada de tener que elegir entre seguir sus propios códigos de ética o atender intereses más inmediatos.

Una Agenda para una regulación democrática

A continuación se presentan algunos de los principales asuntos que los estudios internacionales, a lo largo de los últimos años, vienen identificando como fundamentales para la regulación democrática de los medios de comunicación enfocados en los derechos de NNA. Sin pretender agotar las diversas posibilidades de incidencia, esos elementos se despliegan en propuestas objetivas y se presentan como una invitación al debate y a la formulación de políticas públicas específicas para el sector.

Educación para los medios de comunicación

La educación para los medios de comunicación pretende desarrollar acciones de cuño pedagógico que suministran al individuo que labora en los medios, instrumentos para fortalecer su capacidad de evaluar críticamente los contenidos mediáticos. Este tipo de estrategia no es reciente, aunque en los últimos años esté ganando fuerza un movimiento de diversificación de las acciones de educación para los medios de comunicación en todo el mundo.

Un paso importante para la difusión de estas estrategias, sin embargo, es el establecimiento de una política de Estado integrada nacionalmente, que incluya ese tipo de abordaje en los currículos escolares. Para ello no basta la definición de líneas de trabajo o disciplinas; también es necesario un amplio proceso de capacitación de maestros y demás profesionales de las escuelas, además de inversiones en infraestructura.

Otra línea de acción puede ser el fortalecimiento de experiencias no formales de educación para los medios de comunicación – desarrolladas por universidades y organizaciones de la sociedad civil –, por medio de respaldo financiero a iniciativas y la integración de las mismas con la enseñanza formal.

Las experiencias de educación para los medios de comunicación no son recientes. En Gran Bretaña hay una larga tradición de enseñanza de medios de comunicación que se remonta al establecimiento del *“British Film Institute”* (BFI) en la década de 1930. En la escuela secundaria de Canadá, los cursos sobre cinematografía nacieron al final de los años 1960, y la ola inicial de educación para los medios de comunicación fue bautizada *“educación para la pantalla”*. Ya en Australia, los primeros cursos orientados a los medios de comunicación de masas fueron desarrollados a mediados de la década de los años setenta.

Guías para la Acción

1. Considerar limitantes de tiempo y de recursos de los periodistas.
2. Tener en cuenta la gran rotación de personal de las salas de redacción.
3. Los procesos deben ser sostenibles y repetitivos.
4. Deben tener personas dispuestas y capacitarlas para dar a los periodistas guías y acompañamiento permanente.

Estímulo a la producción de contenidos de calidad

En cualquier contexto, la calidad es una cuestión de perspectiva. Eso no es diferente en relación a los productos mediáticos destinados específicamente a niños y adolescentes. Pero es necesario tener en mente que aunque los criterios varíen de acuerdo con el observador (productores, empresarios, maestros, padres y, principalmente, niños y adolescentes), la definición de calidades públicamente reconocidas es siempre construida por el debate público e involucra valores propios de una determinada sociedad.

Respecto a los contenidos dirigidos a los niños y adolescentes, algunos parámetros recomendables son:

- a. Que sean validados por los niños, niñas y adolescentes.
- b. Que incorporen valores como la dignidad, el respeto, la honestidad, responsabilidad y estrategias de resolución de conflictos.
- c. Contenidos que se enfoquen en el desarrollo biopsicosocial de los NNA.
- d. Contenidos que valoricen el respeto a los derechos humanos, la diversidad, el incentivo a la cultura de paz, las habilidades sociales y emocionales.
- e. Productos que traigan opiniones/ informaciones divergentes y plurales.

Para que las producciones con tales características se multipliquen son necesarias políticas, tanto de incentivo a la creación de contenidos de calidad en el ámbito de cada país, como de fortalecimiento de los estímulos para su difusión por medios de comunicación privados, públicos y estatales.

Programación nacional y regional

En diversos países que se caracterizan por una gran diversidad cultural, es común la implementación de mecanismos de incentivo que permiten estimular una producción local y garantizar espacio para su exhibición/ difusión. En ese sentido, es recomendable que las políticas públicas promuevan la producción nacional de este tipo de contenidos.

En ese sentido, el intercambio de contenidos simbólicos entre las diversas regiones de un país se hace necesario para estimular la socialización de niños, niñas y adolescentes en un ambiente cultural, social y étnica. Se torna central, por tanto, la implementación de políticas públicas de estímulo a la exhibición de contenidos en donde los niños, niñas y adolescentes se vean retratados en su heterogeneidad.

Regulación de exhibición de imágenes e identificación de niños, niñas y adolescentes

En varias partes del mundo la regulación de la exhibición de imágenes de niños y adolescentes es recurrente en las leyes relacionadas a la reglamentación de los medios de comunicación – especialmente las que impiden la emisión de imágenes que registren niños y adolescentes en situaciones específicas (vergonzantes, estigmatizadoras o que presenten riesgos para su seguridad personal, por ejemplo).

Es recomendable desarrollar estrategias de cualificación de comunicadores – en asociación con universidades, centros de investigación, organizaciones de la sociedad civil y empresas de comunicación – con el objetivo de capacitar a esos profesionales para el manejo responsable y ético de imágenes y el respeto a la identidad de niños y adolescentes¹¹.

Evaluación de impacto de contenidos específicos

A lo largo de estas *Referencias* hemos insistido en la idea de que los medios de comunicación, en la actualidad, son actores de gran peso para las vidas de niños, niñas y adolescentes. Como hemos visto, es necesario pensar no sólo en reglas claras que moderen la exhibición de materiales potencialmente perjudiciales al desarrollo integral infantil, sino también el incentivo a los buenos contenidos destinados a ese público.

Financiar estudios en profundidad y de largo plazo es, seguramente, una acción imprescindible, para tener una mejor dimensión de los impactos positivos o negativos de la interacción de esos segmentos de la población con los contenidos mediáticos (ya sean ellos informativos, de entretenimiento o de publicidad).

Es de gran importancia estimular investigaciones multidisciplinarias, enfocadas en el contexto y en las particularidades de cada país. Ello se constituye como desafío central para formular e implementar políticas públicas de calidad en el área.

Establecimiento de franjas de horario/ franjas de edad

La *Clasificación Indicativa* es un instrumento que promueve el análisis de un conjunto de informaciones sobre las obras audiovisuales, con la finalidad de generar una recomendación a los padres o responsables en cuanto a los contenidos y a las franjas de edad indicadas para las cuales son adecuadas.

Por actuar tanto como un mecanismo de información como de orientación, debe lograr el estatus de una política pedagógica dirigida a los padres, especialmente en lo que se refiere a la programación de la televisión abierta. Sin embargo, debe enfatizarse que se trata de solamente una medida que no debe excluir otras acciones en defensa de los NNA.

Otra línea de actuación relevante es el fortalecimiento de campañas informativas permanentes que aclaren a la población respecto al funcionamiento de la clasificación, en todos los medios en que se da – como en la radiodifusión, el cine y los juegos electrónicos.

¹¹ Para una guía de análisis sobre imágenes en un contexto periodístico, puede consultarse: Save the children. "Medios de comunicación y protección de la infancia en contexto de crisis humanitarias", [en línea]. Marzo 2009 [enero 2012]. <http://www.savethechildren.es/docs/Ficheros/196/informeMediosComunicacion.pdf>

Regulación de la publicidad /Merchandising

El debate sobre la regulación de la publicidad dirigida a los segmentos más jóvenes de la población está permeado por un cuestionamiento de fondo: ¿Los niños que están en contacto permanente con la publicidad están listos para la interpretación crítica de los mensajes que se les dirigen?

Muchos especialistas consideran que los niños aún están en desarrollo biofísico y psíquico, lo que hace que no tengan, por completo, las habilidades necesarias para comprender el lenguaje de la publicidad y protegerse de sus estímulos.

Varios países con democracias consolidadas han implementado restricciones en ese campo: Canadá, Estados Unidos, Inglaterra, Alemania, Noruega, Irlanda, Bélgica, Austria, Grecia, entre otros, poseen legislaciones claras y restrictivas a la publicidad dirigida a la niñez y adolescencia. Otra referencia importante es la legislación de Suecia, que prohíbe cualquier tipo de publicidad en la televisión dirigida a personas con menos de 12 años antes de las 21 horas.

Promoción y protección de niños, niñas y adolescentes en el uso de las nuevas tecnologías de la comunicación

Los niños y adolescentes usan Internet para buscar informaciones, para el entretenimiento y para interactuar en redes sociales, entre una serie de otras actividades. De igual forma, los aparatos celulares también se están tornando herramientas multifuncionales. El uso de las nuevas tecnologías – incluso entre familias de bajos ingresos – es creciente.

Igualmente es importante ampliar el uso de las tecnologías de información y comunicación (TIC) en la educación formal y no formal de niños y adolescentes, vertiente que, además, potencia importantes interfaces con la necesidad de garantizar la accesibilidad a personas con capacidades diferentes y con las políticas de educación para los medios de comunicación.

Por otro lado, la importancia que las nuevas tecnologías de la comunicación han ido tomando en la vida cotidiana ha convertido a Internet en un nuevo espacio social al cual niños, niñas y adolescentes acceden y en el cual interactúan con escasa supervisión de los adultos.

Esto habilita un nuevo escenario para la realización de sus derechos, pero también un espacio en el que surgen nuevas versiones de las viejas formas de vulneración de esos derechos. Ejemplos de estas expresiones de violencia son los contenidos discriminatorios y las nuevas formas de producción y comercialización de imágenes de contenido sexual.

Por tanto, es necesario centrar esfuerzos en cohibir acciones delictivas y los riesgos que ese contacto con las nuevas tecnologías ofrece, formateando un marco legal que no imponga restricciones excesivas e indebidas a la libre expresión en la red.

En esta misma línea de pensamiento, el X Informe al Secretario General de la OEA sobre las medidas emprendidas por los Estados Miembros para prevenir y erradicar la Explotación Sexual Comercial de Niños, Niñas y Adolescentes (ESCNNA) elaborado por el IIN¹² está centrado en la relación de ésta con Internet. En él se menciona que una de las características de la ESCNNA es *“su capacidad de realizar permanentes y rápidas modificaciones que la llevan a adaptarse a los cambios del entorno, utilizar los recursos que este le ofrece, eludir las regulaciones y ampliar sus mercados”*¹³.

Frente a este panorama, los Estados han manifestado en diversas oportunidades su preocupación en relación con las nuevas modalidades de ESCNNA y su creciente presencia en la región. Esta nueva realidad implica la necesidad de incluir en el trabajo coordinado de instituciones que lideran las políticas contra la ESCNNA en los diferentes países a nuevos actores vinculados al control de la tecnología y las comunicaciones.

El marco regulatorio debe ser resultado, por lo tanto, de un debate que involucre a toda la sociedad, con la finalidad de combatir la violación de los derechos de los niños y adolescentes, como es el caso de la pornografía infantil, del racismo y de otros crímenes ya previstos en la legislación de la mayoría de los países.

No son pocos los desafíos relacionados con la promoción y a la protección de los derechos orientados al público usuario de los nuevos medios de comunicación. Agresiones, abusos, acoso (*“bullying”*) y violencias practicadas por medio de Internet, por ejemplo, generan graves consecuencias psicosociales a las víctimas, estando muy presente la violencia entre pares, no solo adulto – niño. Ésta es una realidad que complejiza la intervención gubernamental en este tema, por lo que es necesario ampliar la base de responsabilidad, y que no esté solo en manos del Estado, sino que debe involucrar a la familia, a la sociedad civil y a las propias empresas del área.

IV. ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES

La estrategia es un camino

“¿Me podría decir cuál es el camino que debo seguir?, pregunta Alicia.

Eso depende de dónde quieres, respondió el gato.

Es que no sé donde quiero ir.

Entonces da igual el camino que tomes.”

Lewis Carrol – Alicia en el País de las Maravillas

¹² En seguimiento a la Resolución de la Asamblea General de la OEA AG/RES. 1667 (XXIX-O/99), el IIN realiza anualmente un Informe al Secretario General de la OEA sobre medidas emprendidas por los Estados Miembros para combatir la explotación sexual comercial de niñas, niños y adolescentes (ESCNNA) en la Américas.

¹³ X Informe al Secretario General de la OEA sobre medidas emprendidas por los Estados Miembros para combatir la explotación sexual comercial de niñas, niños y adolescentes (ESCNNA) en la Américas, pág. 4

Las estrategias comunicacionales promueven el posicionamiento de una política, programa o plan realizado por diversos organismos e instituciones. Posicionamiento es el planteamiento de las características generales frente a la opinión pública que darán identidad a la política, al plan u organismo, que la diferencia del resto. Brinda elementos de credibilidad y legitimidad sobre la misma política.

El desarrollo de una estrategia comunicacional permitirá establecer un panorama de relacionamiento y mejor uso coordinado de las posibilidades que ofrecen los medios de comunicación, así como fomentar la construcción de una cultura mediática donde el respeto a los derechos de niños, niñas y adolescentes sea práctica común.

Para construir una estrategia comunicacional, quienes estén a cargo de iniciar este proceso deberán plantearse una serie de preguntas orientadoras, que permitirán delimitar los objetivos, los resultados esperados y definir los pasos a seguir.

El siguiente cuadro ilustra las preguntas generales, aunque pueden añadirse otras según el objetivo de la estrategia y el contexto:

Preguntas generales para la elaboración de una estrategia comunicacional¹⁴

- Describa al o los diferentes públicos a los que está dirigida la estrategia.
- ¿Cuáles son nuestros objetivos generales y específicos?
- ¿Cuáles son los mensajes principales y secundarios que se quieren transmitir?
- ¿Cuáles son los hechos y/o informaciones inéditas o impactantes que pretendemos presentar?
- ¿Quién habla junto a nosotros? (Es importante identificar qué otros actores sociales – personalidades y organizaciones – están alineadas y/o participan activamente de los intereses que motivan la acción comunicacional)
- ¿Quién habla por nosotros? (Es fundamental identificar un vocero o persona de referencia a quien la prensa pueda acudir)
- Tomando en cuenta nuestros intereses y nuestro público objetivo, ¿qué materiales o productos serán los más apropiados para comunicar lo que queremos? (Campañas comunicacionales, productos específicos como afiches, folletos, pautas televisivas o radiales, boletines informativos, etc.).
- ¿Cuál es el mejor medio para comunicar, según el mensaje y los públicos?
- ¿Qué medios podrían interesarse en mis mensajes?
- ¿Son relevantes las redes sociales como parte de la estrategia?
- Cómo medir resultados y saber si funcionó.

4.1. Estrategias en la relación con los medios

Una relación permanente y organizada con los medios de comunicación puede contribuir a trasladar a la opinión pública, un flujo permanente de información capaz de transformar conciencias y de crear una cultura de interés general y permanente por la causa elevando el estatus de aquel tema determinado en la agenda pública, en este caso, el ejercicio de los derechos de niños, niñas y adolescentes.

14 Para ejemplificar el desarrollo de una estrategia de comunicación, puede consultarse en los trabajos presentados durante el Taller Centroamericano de Promoción de los Derechos de las Niñas, Niños y Adolescentes en los Medios de Comunicación, la experiencia desarrollada en Guatemala por Unicef a través de la Iniciativa Te toca: http://proyectoiiinacdi.org/wp-content/uploads/2011/10/INICIATIVA_TE_TOCA_UNICEF.pdf

Un buen ejemplo son los informes periódicos sobre la situación de la niñez y adolescencia, sea a nivel nacional, regional o mundial, que se les puede enviar a los medios para compartir informaciones y conocimientos. Estos informes deben entregarse con un resumen de 2 a 5 páginas ya que los periodistas que no tengan el tiempo de estudiar los informes puedan publicarlos.

A continuación se presentan seis recomendaciones de tipo práctico para la elaboración de estrategias en la relación con los medios y que pueden ser adaptadas en diferentes contextos:

1. Mantenga una base de datos actualizada

Crear la base de datos de medios, puede ser relativamente fácil. Sin embargo, es necesario mantenerla, para ser asertivo en la relación con los medios. La base de datos debe contener la diversidad de medios que operan en el circuito de comunicación, identificando el tipo de medio, sus temas de interés, y especificando los periodistas que cubren determinado tipo de noticias y hechos referidos a la niñez y adolescencia.

Es oportuno también tener identificados los programas de televisión y radio, las secciones en los diarios, periódicos y revistas, los sitios de internet de interés para los objetivos que persigue la estrategia, así como contar con referentes identificados de cada medio con sus respectivos datos de contacto: correo electrónico, teléfono, celular, pin, fax, dirección postal, entre otros.

Del mismo modo, es oportuno tener el registro de las fechas de cierre de recepción de información de cada medio para las comunicaciones que requieren una vigencia específica. Cabe preguntarse si con el listado que se tiene ¿se alcanza a cubrir toda la población a la que se quiere llegar con la información? En caso que la respuesta sea negativa, se procurará seguir trabajando en el enriquecimiento de la base de datos.

2. Invierta en su identidad e imagen institucional

Mientras sea posible para el organismo estatal, es positivo contar con persona/s que se presenten frente a los medios como la referencia a la hora de comunicar información.

Además de facilitar la llegada de los medios, el conocimiento y vínculo mutuo, se construye desde esa referencia que se capitaliza en la capacidad de comunicación del organismo. Debe ser una persona con capacidad de diálogo, informada sobre lo que ocurre en el organismo y sobre todo que cuente con cierta disponibilidad para atender a los medios y promover acciones de llegada a los mismos.

En los casos que el organismo no cuente con un área técnica específica en comunicación, este rol puede ser cubierto por los niveles sectoriales y/o funcionarios calificados para dicha representación institucional. Se deben realizar capacitaciones específicas destinadas a aquellos que operan como voceros.

Dentro del mismo aspecto, es de vital importancia contar con soportes gráficos, impresos, audiovisuales, electrónicos, que puedan dar cuenta de lo que se quiere comunicar. Puede tratarse de información institucional, convocatorias a una actividad, presentación y/o devolución de resultados de una política pública o difusión de requisitos para acceder a determinado beneficio, entre otros.

En estos materiales se apoyarán los periodistas y comunicadores a la hora de elaborar la transmisión de esa información. Es sabido que cuanto más clara, precisa, completa y ordenada esté dispuesta la información,

mayores posibilidades existirán de ser tomadas por los medios. Se puede pensar también en formatos que busquen el trabajo en el tiempo con el medio como ser boletines periódicos o informes especiales, llamadas telefónicas una vez por mes, envío de informes, entre otros. La asiduidad de la comunicación o del envío de información colabora con la incorporación de la misma a la producción de los medios.

Vale la pena destacar la pertinencia del diseño de la imagen institucional (conceptual tanto para la gráfica y el entorno audiovisual) del organismo, desarrollada coherentemente a la política institucional y la estrategia de comunicación.

3. Planifique la oportunidad de la comunicación

Hay que saber leer los momentos que van marcando la agenda pública. Para poder incidir e incorporar nuevas temáticas o mayor atención a ciertos contextos (por ejemplo: lo relacionado a la infancia y la adolescencia desde el enfoque de derechos), es imprescindible tener un conocimiento de las dinámicas que rigen u orquestan el funcionamiento de los medios.

Lo anterior implica conocer los programas, los periodistas y productores, las temáticas, contenidos, la línea editorial del medio y los tiempos que manejan. Esta premisa es básica para diseñar estratégica e inteligentemente la comunicación con los medios.

Con el objetivo de estar siempre movilizando una voluntad calificada de los periodistas en pro de los derechos de la niñez, es esencial que las instituciones articulen proyectos y programas que beneficien al oficio mismo del periodismo. Por ejemplo:

- Enganchar “mi tema” con un hecho noticioso, como puede ser “una niña que se vuelve noticia ya que llega al hospital seriamente golpeada, ese es el momento de comunicar la situación de maltrato en el país, las acciones orientadas a educar en pautas de crianza e informar sobre líneas de denuncia”.
- Bancos actualizados de fuentes de información sobre el universo temático en el cual trabaja la institución.
- Banco de datos estadísticos.
- Estudios con análisis de medios de comunicación y observatorios de periodismo.
- Encuentros de profundización entre fuentes de información gubernamentales y periodistas.
- Premios para periodistas y medios de comunicación.

Si por desinterés de la prensa existe una baja calidad o cantidad de cobertura de determinado tema, la tarea de volver a posicionarlo ante las redacciones es ardua. La mayoría de las veces los actores sociales interesados – o sea, los “activistas” de aquella causa – deben crear movilizaciones que en sí mismas representen un hecho social relevante (“no alcanzan datos, se necesitan hechos; no alcanzan hechos, se necesitan datos”). De esa forma, cuestiones que son normalmente consideradas áridas para la cobertura periodística terminan por recibir notoriedad.

Cuando, no obstante, se reconoce que el problema es la *falta de tiempo* para el reportaje o la *carencia de recursos financieros* – eventualmente, dos o más de esos factores asociados - se puede entonces buscar maneras de realizar “alianzas” (colaboraciones) con profesionales y con los medios. Para ambas partes realizar alianzas éticas en este campo es una ciencia compleja, pero posible.

Los *premios de reconocimiento* por el compromiso y seguimiento (para reportajes publicados) son excelentes estímulos para que los medios y los periodistas superen los límites de la comprensión de la importancia del abordaje de los temas de niñez y adolescencia desde una perspectiva de derechos.

En otra vía, los *premios de investigación* – aquellos que son una especie de beca para la realización de viajes, encuestas y otras necesidades de la investigación – son efectivos en ofrecer condiciones adecuadas al oficio del periodismo y a la profundización del trabajo.

Ambas modalidades agregan estatus a la temática que se quiere ver permanentemente presente en los medios y contribuyen a una prensa de mejor calidad. Además de las acciones de rutina, los premios pueden ser una forma creativa y eficaz de diálogo: se posicionan los temas y se benefician institucionalmente todas las partes.

4. Recuerde que hay competencia por los espacios

Aquel que desea posicionar en la agenda pública el tema con el cual trabaja comete, normalmente, el error de pensar que “su tema” es el más importante de entre todos los demás temas políticos, sociales, ambientales, etc. Es necesario comprender que muchos sectores disputan la atención de los ciudadanos (por medio de los medios de comunicación) para sus “causas” específicas. Sin embargo si cree que su tema es el más importante, tiene que aprender a venderlo así y permear a los medios. Es decir “contagiarlos”.

La idea del *contra-agendamiento* es usada para explicar, por ejemplo, las estrategias de comunicación de los procesos de movilización social. Sería lo contrario de la teoría de la fijación de la agenda (“*agenda setting*”) en que los medios “agendan” el debate: sería la sociedad agendando a los medios de comunicación; en otras palabras, un contra-agendamiento.

Es en este escenario de disputa de espacio en el espectro de atención de los medios de comunicación donde la fuente de información proactiva habrá de saber promover su causa de tal forma que ésta produzca “mejores noticias”, más atractivas que cientos de otras.

5. Produzca noticias atractivas para los medios

La noticia es el relato objetivo de un hecho cuyo conocimiento importa hacer público oportunamente. Para que resulte atractiva a los medios, la información generada por los organismos o instituciones públicas debe resultar interesante a un número importante de personas. A su vez, sabemos que para que la información sea noticiable, es fundamental que posea actualidad y que se acaba de descubrir, anunciar o producir. Pero es necesario señalar que la situación de la niñez y adolescencia no necesariamente cumple con la información de actualidad. El trabajo infantil, la explotación sexual, la desnutrición, la violencia son hechos cotidianos, entonces el reto es ¿cómo hacer que la cotidianidad se vuelva noticiosa?

Los personajes son el “¿Quién?” de la noticia. Dan vida a las noticias, pero en el caso de los niños y adolescentes hay que observar con extremo cuidado para que no haya una manipulación de su participación. Si por un lado es alegremente impactante un testimonio sincero de un niño, es de un impacto inversamente proporcional, ver a un niño que parece haber ensayado para hablar o que haya sido estimulado a “hablar como un adulto”.

Pero no sólo de historias de vida vive el periodismo. Humanizan el noticiero, dan caras y nombres a la realidad, pero hay otros personajes que cuentan la vida social. Las autoridades públicas - *ministros, secretarios* – son

actores de gran relevancia; al fin de cuentas casi siempre estamos hablando de los éxitos, desafíos u omisiones de las políticas públicas y son ellos referentes impostergables para la provisión de información.

Por otro lado, mientras más alta la autoridad pública disponible y dispuesta a hablar sobre un tema, mayor es el estatus que se le está dando al tema. Este es un aspecto importante a ser observado por los servidores públicos y por los movimientos sociales: según sea la intensidad de una movilización o de la atención que se ha creado (o se pretende crear) en torno a un asunto, se debe buscar la implicación de los escalafones de gobierno más altos.

Finalmente, aquellos a quienes llamamos “expertos” también son actores importantes para la calidad de la información. Son profesionales de áreas técnicas o estudiosos académicos, que pueden traer al debate, tanto la visión de quien conoce el tema en el campo, como la de aquellos que de manera distanciada analizan la realidad.

La fuente de información gubernamental deberá proveer para el lanzamiento de sus programas o de sus relatos de evaluación una buena diversidad de actores/fuentes/personajes, dando cuenta del contexto.

6. Investigue la “onda”

Una de las maneras de ampliar el valor-noticia es la buena percepción de tiempo (*timing*)¹⁵– y a veces también de lugar – correcto para tornarla pública. Una manera de observar la cuestión del *timing* está en el esfuerzo de insertar una noticia/hecho/pauta en una “onda de atención preexistente”. Así, una nueva investigación sobre la calidad nutricional de la alimentación de los niños y niñas de las clases altas puede encontrar una mejor acogida si se la lanza en la época en que comienzan las clases, siempre y cuando los datos apunten a la cultura alimentaria que se construye día a día en las cantinas de las escuelas privadas.

Otro ejemplo relacionado a efemérides se puede imaginar para el lanzamiento de una política pública que busque, por ejemplo, enfrentar la evasión escolar de las niñas que se ven instadas a ingresar prematuramente al mercado de trabajo. El Día de la Mujer – que ha logrado posicionarse con una buena atención de los medios de comunicación –puede ser una buena fecha para afirmar la importancia de aumentar el tiempo de escolaridad de las mujeres, estimulando la permanencia de las niñas en la escuela.

Si no hay una “onda”...

Muchas acciones socialmente importantes no siempre atraen el interés de los medios. Gran parte de estos temas caen en la invisibilidad, no generan suficiente atención para ganar un espacio en los medios de comunicación. Es cuando le falta al periodista el “hecho novedoso” que justifique un reportaje.

Tomemos el ejemplo de las medidas socioeducativas cumplidas por los adolescentes en conflicto con la ley. Siendo difícil seguir casos a largo plazo y prohibido identificar sus rostros y nombres, el periodista se ve enfrentado a límites muy serios para la producción de la noticia. En estos casos es necesario crear un hecho.

En Brasil, este desafío se enfrentó por medio de un osado y bien articulado esfuerzo de las organizaciones sociales, la iniciativa privada y el poder público. Juntas, estas instituciones crearon el llamado Premio Socio-

¹⁵ “Timing” se puede comprender como la oportunidad o el momento preciso. No hay una traducción exacta al castellano. Aquí se traduce como “onda”.

Educando, por medio del cual se reconocen experiencias sobresalientes en los distintos niveles del sistema de atención de derechos. Con una selección rigurosa de casos, jurados de prestigio en los mundos jurídico, social y de la psicología, además de la solemnidad de la entrega de los premios en los salones del Supremo Tribunal Federal con sus jueces presentes, se encontraron razones suficientes para que los medios de comunicación quisieran tener, incluso antes del día de la entrega de los premios, información sobre las experiencias a reconocer.

4.2. Principios éticos y consideraciones técnicas

El periodismo debe, por lo tanto, relacionarse con los niños y adolescentes, según el texto y el espíritu de la Convención y, como ya mencionamos, como personas dotadas de opinión, información y conocimientos. Algunos de los principios de la CDN al considerar a los NNA como sujetos de derechos son los siguientes:

- Capacidad de formarse una opinión propia (resguardadas las condiciones específicas de edad y maduración, además de otras condiciones especiales);
- Derecho a expresar su opinión libremente y a ser oídos;
- Derecho a buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de todo tipo, desde cualquier lenguaje y cualesquiera medios de comunicación;
- Libertad de pensamiento, conciencia y religión;
- Derecho y libertad de asociación y de promover reuniones pacíficas;
- Derecho a ser protegidos legalmente contra injerencias arbitrarias o ilegales de su vida privada, familia, domicilio y correspondencia.

Los medios de comunicación no siempre asumen un enfoque de derechos en el tratamiento de la información sobre la niñez y adolescencia. Por ello es necesario que los funcionarios de gobierno orienten con determinadas pautas o guías a los periodistas y medios de comunicación en general para un mejor tratamiento de la temática. Existe una serie de recomendaciones técnicas y principios éticos que orientan la actividad sobre las temáticas relevantes a la promoción y defensa de los derechos de los niños, niñas y adolescentes.

Algunas de estas recomendaciones que se pueden formular son las siguientes:

- El principio de "interés superior del Niño". El interés particular del niño debe prevalecer siempre, por encima de la noticia, por encima de la voluntad del periodista de hacer una denuncia, por más relevante que le parezca.
 - Que consulten a los adultos del entorno del niño antes de publicar la noticia sobre eventuales consecuencias familiares, sociales, culturales o políticas del reportaje;
 - Que no publiquen textos o imágenes que puedan poner en riesgo su integridad, aunque se oculten los rostros, nombres y domicilios (ocultar aspectos que favorezcan la identificación de niños, niñas y adolescentes es siempre recomendable). El periodista y la familia sabrán percibir las excepciones, los casos en los que la integridad del niño y/o adolescente no estarán siendo puestos en situaciones que representen riesgo o humillación;
 - Que brinden una especial protección de la identidad, honor y dignidad cuando sean víctimas
-

de maltrato o explotación sexual, si se le imputa un delito o es condenado por el mismo, si está enfermo de Sida o es seropositivo;

- Que respeten su privacidad e intimidad;
- Que se respete el principio de la presunción de inocencia cuando un niño, niña o adolescente esté acusado de ser autor o partícipe de una infracción;
- Que no se los discrimine en razón de color; sexo; origen geográfico o cultural; condición familiar, social, económica, física y/o mental; opiniones y credos;
- Que no usen calificativos que refuercen estereotipos, estigmatizaciones, generalizaciones, presunciones erróneas o presentaciones sensacionalistas;
- Que se eviten abordajes sensacionalistas y melodramáticos;
- Que se tome en cuenta el pedido de niños, niñas y adolescentes de identificar su rostro y/o nombre en situaciones en las cuales ellos mismos buscan al periodista para ejercer su derecho de libertad de expresión y que su opinión sea oída, respetando siempre los demás aspectos mencionados;

Los funcionarios públicos y en especial los comunicadores, deben estar atentos a que estas recomendaciones sean cumplidas por los periodistas.

Referente legal

Las estrategias de comunicación deben valorar el uso de la legislación. Una ausencia del enfoque de los derechos aísla la posibilidad de darles una lectura a los hechos como circunscritos en un orden normativo (local, nacional o internacional). Sin esa perspectiva, el lector queda privado de un elemento básico de contextualización – el acuerdo social existente.

Es importante, sin embargo, que como fuente de información traduzcamos el lenguaje legal para que sea comprensible y comunicable. Por ejemplo, proteger al NNA contra todo maltrato físico = golpes, abusos; y moral = humillaciones, gritos, entre otros.

Una de las señales que permiten saber la manera como los periodistas contextualizan la información son las alusiones que se hacen a la legislación vigente. Son ellas, las leyes vigentes en los países las que proporcionan el marco para resguardar y defender los derechos humanos de los niños, niñas y adolescentes y las que viabilizan las exigencias de respeto en los casos de incumplimiento y violación de dichos derechos.

Los funcionarios de organismos vinculados al tratamiento de temáticas de infancia y adolescencia tienen una oportunidad de velar por estos derechos a través de la información actualizada, ordenamiento y preocupación por la difusión de marcos legislativos, herramientas jurídicas o cualquier contenido que de sustento a los derechos de niños, niñas y adolescentes.

Por otro lado, la existencia de este enfoque reafirma la condición de NNA como sujetos de derechos, el factor estratégico y no asistencialista de las políticas orientadas a ellos y las obligaciones de los poderes públicos y de la sociedad para con la infancia y la adolescencia.

4.3. Enfoque incluyente

La equidad de género debe ser observada y abordada en las estrategias de comunicación. De acuerdo con el *Estudio Mundial sobre la Violencia contra los Niños y Adolescentes*¹⁶, en América Latina y el Caribe las diferencias de género en las tasas de homicidios entre adolescentes, por ejemplo, sugieren que las relaciones sociales entre niños y sus reglas de masculinidad contribuyen para el cuadro de violencia.

El Índice de Desarrollo ajustado por Género (IDG), mide el progreso con las mismas variables básicas que el Índice de Desarrollo Humano, pero refleja las desigualdades en términos de progreso entre mujeres y hombres. La metodología utilizada penaliza la desigualdad, de manera tal que el IDG disminuye cuando descienden los niveles de progreso tanto de mujeres como de hombres a nivel nacional o cuando aumentan las disparidades en el progreso. Cuantas mayores son las diferencias entre las capacidades básicas, tanto menor es el IDG de un país en comparación con su IDH. El IDG es simplemente el IDH actualizado o ajustado para reflejar las desigualdades basadas en el género.¹⁷

El IDG mide los mismos aspectos, dimensiones e indicadores utilizados en la construcción del Índice de Desarrollo Humano (IDH), pero intenta captar las desigualdades existentes entre mujeres y hombres. En este caso, cuanto mayor es la disparidad entre los sexos en el desarrollo humano básico, menor es el IDG de un país en relación a su IDH.

En cuanto a la inclusión en el tema de etnias, culturas, condiciones físicas y mentales y económicas, diversidad no debe implicar desigualdad. La diversidad es deseable – e incluso inevitable – cuando consideramos que generalmente los países latinoamericanos están compuestos por poblaciones de muchas etnias y culturas. Sin embargo, la desigualdad no tiene nada de deseable, ni de inevitable.

Guía para la acción

Si un periodista le pregunta por los menores delincuentes o por las niñas prostitutas:

Es preciso que Ud. corrija y diga que para no estigmatizar a este sector de la población se ha consensado el término “adolescentes en conflicto con la ley”.

Que niñas prostitutas no es el término adecuado y explicar que son niñas explotadas sexualmente, pues hay un explotador y por lo tanto....

Lo mismo ocurre si consultan sobre los inválidos y mencionar que son niños y niñas con necesidades especiales.

4.4. Informar acerca de la infancia con ética.

Se recomienda que las estrategias comunicacionales tengan cuidado de no estimular los usos comerciales o sensacionalistas que se reflejan, por lo general, en el tratamiento que los adultos dan a la niñez en los medios de comunicación, sin ética ni enfoque de derechos.

¹⁶ ONU [en línea]. 2010 [enero 2012]. En <http://www2.ohchr.org/spanish/bodies/crc/study.htm>

¹⁷ PNUD: “Índices compuestos”. [en línea]. [enero 2012]. http://hdr.undp.org/es/estadisticas/indices/idg_ipg/

Algunos ejemplos de tales usos que se le pueden dar a la niñez y la adolescencia son:

- como engranaje de reproducción social; algo transitorio; *“el porvenir...”*;
- como consumidor de productos y programas;
- como instrumento y/o adorno de publicidad y eventos;
- como mercancía (artistas de espectáculos);
- como objeto de caridad y misericordia (beneficiario y no partícipe de la filantropía y/o de políticas); y,
- como si tuvieran alguna discapacidad cognitiva o retardo mental (tono de voz, tratamiento como “subdesarrollado”).

Lista de verificación de estrategias.

Una buena estrategia comunicacional buscará principalmente que el periodismo incorpore, por lo menos, los siguientes aspectos:

- mención a políticas públicas
- mención a legislaciones y estadísticas
- análisis del presupuesto público
- identificación y análisis de la relevancia de: franjas de edad, género y diversidad (etnia/raza; origen social, geográfico y cultural; condición física, mental y económica)
- localización geográfica de los hechos y determinantes culturales
- fuentes de información consultadas por el periodista
- ausencia de términos peyorativos para referirse a niños, niñas y adolescentes.
- equilibrio entre las ópticas de investigación (búsqueda de soluciones y denuncia)

4.5. La participación de NNA en los medios

Las estrategias de comunicación deben considerar y/o construir oportunidades de participación a los niños, niñas y adolescentes. La participación es inherente al ser humano, pese a que la humanidad tardó muchos siglos en reconocerla como un derecho de todos sin exclusión alguna.

La **Declaración Universal de los Derechos Humanos** proclamada por la Asamblea General de las Naciones Unidas en 1948 incluye a la participación entre sus principios rectores reconociendo el derecho de todas las personas a *“tomar parte de la vida política, económica, social y cultural del país.”*

Consagra, en su Artículo 19, los derechos a recibir información, investigar, y expresar sus opiniones sin ser molestado a causa de las mismas. A su vez en el Artículo 20 reconoce el derecho de reunión y asociación. Desde ese momento la participación constituye un derecho humano fundamental que alcanza a todos los seres humanos sin distinción de género, raza, religión, nacionalidad, clase social ni edad; por tanto es también un derecho de los niños, niñas y adolescentes.

Los artículos de la Convención sobre los Derechos del Niño que tratan específicamente sobre comunicación y libertad de expresión (artículos 12, 13, 17), son fundamentales porque reconocen la necesidad de dar voz a los

niños – incluso en los medios de comunicación –, así como porque ratifican la importancia de que los Estados signatarios de la Convención pongan en práctica políticas capaces de garantizar medios de comunicación de calidad, en las formas previstas por el documento.

Si bien no existe un artículo en la Convención sobre los Derechos de los niños (CDN) que se refiera o dé cuenta de la participación como derecho, en los artículos 12, 13, 15 y 17 se menciona el conjunto de habilidades que garantizan la posibilidad de emitir opinión, ser escuchados, incidir sobre las decisiones que les afecta, recibir y buscar información, y a organizarse. Estas habilidades transversalizan todos los derechos, convirtiéndose en el eje del nuevo paradigma de vigencia integral del ser sujeto activo en la sociedad y ciudadano responsable de su propio beneficio.

Asu vez, en el marco del Sistema Interamericano, la Asamblea General de la Organización de Estados Americanos (OEA) reunida en Lima-Perú el 11 de septiembre del 2001 aprobó la **Carta Democrática Interamericana**. En dicho documento se reafirma que “el carácter participativo de la democracia en nuestros países, en los diferentes ámbitos de la actividad pública contribuye a la consolidación de los valores democráticos, a la libertad y a la solidaridad en el Hemisferio.” En la misma línea, en otro pasaje se jerarquiza el papel de la educación como forma de “fomentar la conciencia de los ciudadanos y lograr su participación significativa en la toma de decisiones.”

En varios de sus artículos, la Carta Democrática pone especial énfasis en la relación entre participación y democracia:

- La democracia participativa se refuerza y profundiza con la participación ética y responsable de la ciudadanía (Art.2); y,
- La participación de la ciudadanía en las decisiones relativas a su propio desarrollo es un derecho y una responsabilidad. Es también una condición necesaria para el pleno y efectivo ejercicio de la democracia. Promover y fomentar diversas formas de participación favorece la democracia (Art. 6).

Por tanto, es imperativo la importancia que se atribuye a que los medios de comunicación ofrezcan espacios de participación para que NNA puedan expresarse e incorporarse y ser vistos de forma natural como actores esenciales de una sociedad. Las estrategias de comunicación deben considerar este objetivo.

El Instituto Interamericano del Niño, la Niña y Adolescentes ha impulsado fuertemente en los últimos años una cultura democrática desde la participación, haciendo posible el consenso de los Estados a través de foros regionales cuyos resultados favorecieron la generación de marcos de referencia, indicadores, informes país, así como diversos instrumentos técnicos que han ayudado a la incorporación de la participación de la niñez en el quehacer de los Estados¹⁸.

Con base en esta labor, la participación de NNA constituye un eje transversal del Plan de Acción del IIN para el período 2011 – 2015. En este marco, se ha desarrollado el sitio web “**Nuestra Voz a Colores**” (www.nuestravozacolors.org), con el objetivo de fomentar el intercambio de experiencias en este tema¹⁹.

¹⁸ Para consultar los materiales elaborados por el IIN respecto a la participación de las niñas, niños y adolescentes, puede consultarse el siguiente vínculo: <http://www.iin.oea.org/IIN2011/materiales-publicaciones.shtml>

¹⁹ Ver la Sección de Lecturas Recomendadas de esta GUIA

NNA con participación en la producción de contenidos

La participación de NNA en los diversos aspectos de la vida en la sociedad no sólo es deseable, sino que es un derecho garantizado por la Convención sobre los Derechos del Niño de Naciones Unidas. El derecho a acceder a la comunicación y a la información, el derecho a la libertad de expresión y el derecho de un individuo a expresar sus opiniones sobre las cuestiones que lo afectan deben, en la sociedad de hoy, también significar participación en los medios de comunicación.

Involucrarlos en el proceso productivo de los contenidos mediáticos – como, por ejemplo, la creación de consejos editoriales formados por niños – se constituye un importante instrumento para estimular una lectura crítica de los medios de comunicación y una participación ciudadana, lo que no se confunde con trabajo infantil en medios de comunicación.

Se multiplican experiencias en todo el mundo, en las cuales niños y adolescentes son los comunicadores y tienen en la práctica del periodismo (*y en otras formas de investigación*) una excelente manera de desarrollar su visión del mundo, expresar sus opiniones y respetar la opinión de los demás.

Hay, asimismo, experiencias llevadas a cabo por empresas de comunicación en las cuales ellos y ellas son parte de consejos especiales de redacción.

La inversión, sin embargo, debe priorizar la capacitación profesional de los educadores y productores de los medios de comunicación involucrados, la interfaz con el espacio de la escuela y el ofrecimiento de infraestructura adecuada al desarrollo pleno de ese tipo de estrategia.

Los NNA deben ser oídos y respetados; deben tener libertad de pensamiento, opinión, expresión, participación y acceso a la información. Merece especial atención por parte de las estrategias comunicacionales la necesidad del uso de técnicas específicas de entrevistas con NNA, para que se hagan desde un marco de respeto y protegiendo su integridad y su seguridad. Así como también, los funcionarios públicos encargados de velar por el cumplimiento y respeto de los derechos de NNA deben estar atentos a estos procedimientos para intervenir en caso que no se estén respetando.

Es de extrema importancia no hacer preguntas que puedan reavivar recuerdos traumáticos (revictimizar al niño o a la niña). El periodista debe percibir que el silencio es, a veces, una respuesta.

Protocolo de participación de los NNA en los medios²⁰:

En el *"Manual de Niñez y Periodismo. Un aporte para el trabajo periodístico comprometido"* (Paraguay – 2008), la Agencia Global de Noticias recomienda:

- Tener el consentimiento del niño y/o de la niña y de un adulto responsable (madre, padre o tutor) antes de entrevistarlos. Para mayor garantía del medio, es aconsejable obtener autorización por escrito;
- Hablar primero con un adulto responsable que pueda estar presente durante la entrevista, si el niño o niña así lo desea;
- Explicar claramente al niño o niña en qué consistirá su participación y cómo serán utilizadas su imagen o sus declaraciones;

¹⁹ También puede consultarse el trabajo de UNICEF y Andi en el siguiente enlace: www.unicef.org/argentina/.../2.Entrevistar_a_los_ninos_y_ninas.pdf

- Las preguntas deben ser dirigidas a los mismos niños y niñas, no al adulto;
 - El nombre o imagen del niño, niña o adolescente puede publicarse cuando éstos no sean víctimas, no se les ponga en peligro y se cuente con su autorización y la de sus padres;
 - No entrevistarlos ante situaciones que puedan afectar su bienestar y desarrollo (por ejemplo, víctimas de abuso o maltrato);
 - Respetar su opinión, sin ridiculizarla;
 - Considerarlos e incluirlos como fuentes de información en los diversos temas que hacen a su realidad y que les afectan, y no sólo en situaciones que pueden despertar el morbo o el sensacionalismo;
 - Evitar cerrar las notas con conclusiones que pretendan poner en un “lenguaje adulto” los aportes de niños y niñas, desvirtuándolos.
- Se sugiere también:
- Entrevistar a niños y niñas que no han sido vulnerados en sus derechos.
 - Entréguele testimonios.

ANEXO

1. Recomendaciones sobre los medios y los derechos de NNA

Recomendaciones emanadas del XX Congreso Panamericano del Niño, la Niña y Adolescentes realizado en Perú en 2009. Grupo de trabajo sobre los medios de comunicación y derechos de la niñez:

- a. Los medios de comunicación son indispensables en la difusión y ejercicio de los derechos de los niños, niñas y adolescentes. Sin embargo, es necesario contar con estándares de calidad en los ámbitos de la prensa escrita, televisión, radio, Internet, medios comunitarios y otros que surjan con las nuevas tecnologías de información y comunicación.
- b. Que los medios de comunicación no vulneren los derechos de los niños, niñas y adolescentes, tanto en el tratamiento de información sobre ellos como en cuanto a los contenidos a los que acceden. Para ello el Estado debe promover un diálogo permanente con la sociedad civil y con los propios medios de comunicación que permita la regulación democrática y autorregulación de contenidos de manera responsable y objetiva.
- c. Reconocer la importancia de generar mecanismos y modalidades que posibiliten a los Estados el intercambio de conocimiento y buenas prácticas en temas vinculados a los medios de comunicación y a los derechos de la niñez, que les permitan tanto a éstos como a los medios de comunicación proteger y promover los derechos de los niños, niñas y adolescentes.

2. Libertad de expresión y derechos de la niñez

La libre expresión – ya sea como un inalienable derecho individual, ya sea como un importante garantizador de la democracia como institución, viene siendo defendida y asegurada por tratados internacionales, decisiones de cortes internacionales y Constituciones nacionales.

La Corte Interamericana de Derechos Humanos (CIDH), presenta su visión acerca de la importancia de la libertad de expresión para la democracia: la libertad de expresión es una piedra angular de la propia existencia de una sociedad democrática. Es indispensable para la formación de la opinión pública. Es, en fin, condición para que la comunidad, en el momento de ejercer sus opciones, esté suficientemente informada. Finalmente, es posible afirmar que una sociedad que no está bien informada, no es plenamente libre.

La opinión de la Relatoría para la Libertad de Expresión (2002) de la Organización de los Estados Americanos (OEA) va más lejos y relaciona directamente la libertad de expresión con la protección de los derechos humanos y con el combate a la corrupción.

Entre los principales instrumentos internacionales de garantía de ese derecho está la Declaración Universal de los Derechos Humanos, de 1948, que afirma en su artículo 19 que:

“Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión, lo que implica el derecho a no ser molestado por sus opiniones y el de buscar, recibir y difundir, sin consideración de fronteras, informaciones e ideas por cualquier medio de expresión.”

Uno de los resultados más relevantes del amplio sustento del derecho a la libertad de expresión es la garantía de la libertad de prensa.

En la Declaración de Santiago²¹ se expresa:

- “Coincidimos en que una prensa libre desempeña un rol fundamental [en materia de derechos humanos] y reafirmamos la importancia de garantizar la Libertad de Expresión, de información y de opinión.
- Celebramos la reciente designación de un Relator Especial para la Libertad de Expresión, en el marco de la Organización de los Estados Americanos.”

3. Imagen de la infancia en los medios desde un enfoque de derechos²²

Los medios masivos no presentan una imagen única de niños, niñas y adolescentes. Se puede hablar, más bien, de imágenes que se pueden clasificar en categorías según sugiere una investigación realizada por UNICEF en Paraguay en el año 2005:

a. El niño/a víctima

A partir de determinadas características, cualidades, juicios emitidos desde los medios y temas abordados, una de las imágenes predominantes en el periodismo respecto a este sector es la del niño o niña víctima.

Ello está dado, por una parte, por la prioridad que se le ha otorgado en el tiempo de monitoreo a los temas relacionados al maltrato en todas sus formas, a la situación socioeconómica de pobreza (lo que lleva a situaciones límite en educación y salud) y al deceso de niños, niñas y adolescentes (que -independientemente incluso de las causas- es un aspecto siempre condenado). Así como en relación a los/as adolescentes en conflicto con la ley penal, cuando las autoridades pertinentes han abusado de su poder y han incurrido en graves situaciones que atentan contra los derechos de la infancia y adolescencia.

En relación a esta imagen, los juicios de valor asociados censuran a los responsables: familiares, sociedad civil, gobierno y Estado.

b. El niño/a infractor

Alude fundamentalmente a los niños en conflicto con la ley penal. Esta imagen muestra a la infancia y adolescencia en estrecha relación con la situación de inseguridad ciudadana. La mayor cantidad de adjetivaciones y gran parte de los juicios negativos se vincularon con esta representación de niñez.

²¹ Cumbre de las Américas de Jefes de Estado y de Gobierno, celebrada en Santiago de Chile el 18 y 19 de abril de 1998.

²² Tomado de “*Imagen de la Infancia en los Medios Masivos de Comunicación de Paraguay*” UNICEF/Paraguay Junio 2005. Págs: 43-45

A diferencia de la imagen anterior, cuando se habla de niños en conflicto con la ley penal no se hace alusión a las causas, al contexto. La mayoría de estas situaciones tienen una vinculación con la exclusión social y con la pobreza. Tampoco se interpela al Estado o a la sociedad en la búsqueda de respuestas y/o vías de solución recayendo, indirectamente o tácitamente, la responsabilidad única en los niños, niñas y adolescentes.

En esta categorización no se inscriben solo quienes están en situación irregular respecto a la ley, sino también aquellos adolescentes que protagonizan hechos vinculados a situaciones de agresión u otras que no llegan a ser delitos.

Es en este ámbito en el que ciertos medios (prensa escrita fundamentalmente) han sido más duros en el uso de calificaciones peyorativas.

Cabe mencionar, que en reiterados casos se da una estrecha vinculación entre los "menores" que protagonizan estas noticias y la pobreza. Como ya se dijo anteriormente, algunos estudiosos denominan esta tendencia como "criminalización de la pobreza".

c. El niño/a protagonista

Esta es una imagen interesante desde la perspectiva de este estudio pues puede reflejar la existencia de una concepción de infancia y adolescencia acorde con el reconocimiento del niño y la niña como ciudadanos y sujetos de derechos al mostrar el grado de protagonismo de este sector en la sociedad.

Este protagonismo, desde los datos analizados, se vincula fundamentalmente a la participación de la infancia en distintos ámbitos, organizaciones y movilizaciones.

Han sobresalido las actividades de organizaciones de niños, niñas y adolescentes e informaciones sobre las individualidades que se destacan en distintos campos, como deportes (con absoluta preeminencia) y arte.

Los medios han valorado positivamente la participación juvenil en proyectos educativos, realizados principalmente en el marco de actividades escolares.

No obstante dentro de esta imagen de protagonismo, aún no se visualiza una representación de niñez y adolescencia como ciudadanos protagonistas de su propio destino, con posibilidad de incidir en aquellos temas que les afectan y preocupan.

El protagonismo es aún limitado y muy vinculado a las iniciativas de los adultos.

En este sentido, es probable que los medios reflejen la realidad de la sociedad en la que intervienen, ya que aún son escasas las iniciativas y oportunidades de organización y movilización lideradas por adolescentes.

Una ruptura interesante se ha dado en el caso de la televisión, en la que la primera fuente de información (cuando hay una fuente distinta a la del/a periodista) han sido los propios niños y niñas.

d. El niño/a objeto

La palabra objeto se ha utilizado para denominar una imagen de niña y niño que aparece también en los medios y que es aquella de una persona "sin protagonismo", que aparece "en función de" y no como sujeto, ni como protagonista, tampoco como víctima, ni como victimario/a.

Es la infancia sin voz, de la que se habla porque se la vincula a un tema (educación, salud) pero como si no existiera en tanto sujeto, en tanto personas que sienten y piensan.

Por el contrario, son "objetos de" políticas, estudios, investigaciones, estadísticas; son números o colectivos sin especificidad, que no opinan, que no hablan, que no se dicen a sí mismos/as.

Es la imagen más vinculada con la indiferencia y con la insensibilidad que puede provocar la forma en como se los representa.

BIBLIOGRAFÍA

AGENCIA GLOBAL DE NOTICIAS. Manual de Niñez y Periodismo. Un aporte para el trabajo periodístico comprometido. Paraguay, 2008.

JARAMILLO J.C. Aporte de la comunicación a la construcción de políticas públicas. 2010.

OEA, Carta Democrática Interamericana [en línea] Septiembre 2001 [enero 2012]. En http://www.oas.org/charter/docs_es/resolucion1_es.htm

Inter – American Democratic Charter
http://www.oas.org/charter/docs/resolution1_en_p4.htm

Asamblea General. Derecho a la Libertad de pensamiento y expresión y la importancia de los medios de comunicación. 6 de junio de 2006.

ONU, Convención sobre los Derechos del Niño [en línea] Noviembre 1989[enero 2012]. En <http://www2.ohchr.org/spanish/law/crc.htm>

Convention of the child of the Right.
<http://www2.ohchr.org/english/law/crc.htm>

Declaración Universal de Derechos Humanos [en línea]. Diciembre 1948. [enero 2012]. En <http://www.un.org/es/documents/udhr/>

Estudio Mundial sobre la Violencia contra los Niños y Adolescentes [en línea]. 2010 [enero 2012]. En <http://www2.ohchr.org/spanish/bodies/crc/study.htm>

PNUD. Índices compuestos [en línea]. [enero 2012]. En http://hdr.undp.org/es/estadisticas/indices/idg_ipg/

UNDP. Composite índices [january 2012]. En http://hdr.undp.org/en/statistics/indices/gdi_gem/

SARTORI, Giovanni Sartori, Homo Videns. La sociedad teledirigida. Taurus. Madrid. 1998.

UNICEF . Comunicación, Desarrollo y Derechos Humanos. Cuadernillo No. 1 Oficina de Argentina, Ciudad de Buenos Aires, 2006. En www.unicef.org/argentina

LECTURAS RECOMENDADAS

Del IIN:

Sitio web especializado sobre Participación infantil y adolescente.
www.nuestravozacolors.org

XX Congreso Panamericano. Lima, Perú, septiembre 2009. Sitio

Pan American Child Congress

<http://www.xxcongresopanamericano.org/presentacion/espanol/>

Primer Foro Panamericano de de Niños, niñas y adolescentes

First Pan American Forum on Children web site

<http://www.xxcongresopanamericano.org/presentacionForo/foro/>

La participación de niños, niñas y adolescentes en las Américas (marco de referencia) a 20 años de la Convención sobre los Derechos del Niño. Mayo 2010. <http://www.iin.oea.org/IIN2011/documentos/librilloESPAnOL.pdf>

Child Participation in the Americas. 20 years after de adoption of the Convention on the Rights of the Child. May 2010

<http://www.iin.oea.org/IIN2011/english/documentos/publicibrilloEnglisg.pdf>

Menú de indicadores y sistema de monitoreo del derecho a la participación de niños, niñas y adolescentes. Octubre, 2010. http://www.iin.oea.org/IIN2011/documentos/Menu_Indicadores_y_sistema_monitoreo.pdf

Menu of indicators and monitoring system for children's right to participation. October, 2010.

<http://www.iin.oea.org/IIN2011/english/documentos/Menu-Indicators-and-Monitoring-System.pdf>

Memoria del Encuentro Regional Intergeneracional de participación infantil, 2010. <http://www.iin.oea.org/IIN2011/4Reunion/>

Regional Cross- Generation Meeting on Child Participation

<http://www.iin.oea.org/IIN2011/4Reunion/>

Taller Centroamericano de Promoción de los derechos de las Niñas, Niños y Adolescentes en los Medios de Comunicación

<http://proyectoiiinacdi.org/guatemala-comunicacion-iin-acdi/guatemala-comunicacion/taller-centroamericano-de-comunicacion/>

X Informe al Secretario General de la OEA sobre las medidas emprendidas por los Estados Miembros para prevenir y erradicar la Explotación Sexual Comercial de Niños, Niñas y Adolescentes (ESCNNA).

<http://www.annaobserva.org/2012/wp-content/uploads/2011/12/X-Informe-reducido-PARA-PUBLICAR.pdf>

Otros recursos:

ANDI y Red ANDI América Latina. Derechos, Infancia y Agenda Pública: Un análisis Comparativo de la Cobertura Periodística Latinoamericana, Brasilia, 2006.

AGENCIA GLOBAL DE NOTICIAS. Manual de comunicación para organizaciones sociales, Paraguay, 2010.

BERGER, Peter, y LUCKMANN, Thomas, La construcción social de la realidad. Amorrortu. Buenos Aires, 1979.

BERGER, Peter, y LUCKMANN, Thomas. The social construction of reality. Anchor Books. Buenos Aires - New York, 1966.

Eco Jóvenes ANNI. Guía para entrevistar a niñas, niños y adolescentes. Bolivia, 2009.

FERRÉ, Marcela. El noticiero como mundo posible. Estrategias ficcionales en la información audiovisual. La Crujía, Buenos Aires, 2004.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Los oficios del comunicador. Instituto Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Febrero, 2001.

MARTUCCI, Daniela. Cómo lograr un lenguaje periodístico que promueva los derechos de la niñez y la adolescencia. FIP. Venezuela, 2008.

UNICEF . Comunicación, Desarrollo y Derechos Humanos. Cuadernillo No. 1 Oficina de Argentina, Ciudad de Buenos Aires, 2006. En www.unicef.org/argentina

Las niñas, la educación y el desarrollo". Estado Mundial de la Infancia 2004. En www.unicef.org

VAN DIJK, Teun A., La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información. Paidós. Barcelona, 1990.

Enlaces de interés

Child Rights International Network – Red de Información sobre los Derechos del Niño

<http://www.crin.org/>

Red ANDI América Latina.

<http://www.redandi.org/>
