Organización de los
Estados Americanos

CLAVES PARA HABLAR DE LA PRIMERA INFANCIA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

PROYECTO OEA

EXPANSIÓN DEL COMPROMISO HEMISFÉRICO CON LA EDUCACIÓN TEMPRANA A TRAVÉS DE LA TECNOLOGÍA Y LAS REDES DE COMUNICACIÓN

CLAVES PARA HABLAR DE LA PRIMERA INFANCIA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Equipo a cargo:
Lenore Yaffee García (Directora, DEC/OEA)
Gaby Fujimoto (Coordinadora del Proyecto)

Elaborado por:
Diana Mireya Pedraza (Colombia)

Diciembre 2009

Claves para hablar de la primera infancia en los medios de comunicación

RESUMEN EJECUTIVO

Los medios de comunicación son el principal aliado con que cuentan los especialistas para poder difundir información que permita tener una mirada real de la situación de la primera infancia en los países de América latina y el caribe. Concebir que la lógica comercial de los medios de comunicación determina la publicación de las informaciones periodísticas sobre niñez, que la velocidad e inmediatez noticiosa no permiten la rigurosidad en la construcción y tratamiento informativo y que la lógica mediática se divorcia de la perspectiva de derechos de la niñez, es partir de una serie de premisas que no permitirían generar cambios en los escenarios sociales en donde la primera infancia es la preocupación prioritaria. Este manual propone recomendaciones para la elaboración de productos mediáticos que no le hagan eco a estas premisas pues los periodistas, comunicadores sociales y especialistas en primera infancia deben constituirse en grupos de trabajo que logren conocer las lógicas mediáticas, la jurisprudencia, los hallazgos científicos y teorías referidas a la primera infancia con el fin de lograr insumos para producir información desde una perspectiva diferente, rigurosa y argumentativa que tenga eco en los medios masivos de comunicación y que contribuyan a consolidar imágenes de niñez sujeto de derechos y no de niñez objeto informativo.

Este manual sobre transformación de la información periodista en primera infancia con perspectiva de derechos denominado '***Claves para hablar de la primera infancia en los medios de comunicación'*** parte de principios conceptuales de la comunicación, los medios de comunicación, las lógicas en el tratamiento informativo y el rol que juega la información en el proceso de transformación social que permiten abordar la temática desde un soporte teórico práctico que es determinante para poder elaborar una propuesta de transformación.

Se da inicio considerando que la producción periodística es el acto de construir la representación de la realidad misma, más que una imagen de esta. Por ello el ser humano, sus relaciones, la construcción de la realidad y la vida cotidiana en la dimensión de la cultura como horizonte de significación[1]; es lo que consolida una propuesta que concilia esas formas comerciales con las necesidades informativas sobre primera infancia con perspectiva de derechos; aquí se retoma la comunicación desde una dimensión cultural, se aborda la manera de cómo se puede ser efectivo en la comunicación, cómo ser comprendido, cómo ser claro, cómo usa la gente los medios, cómo pueden entenderse entre las naciones, cómo puede usar la sociedad los medios de comunicación con mayores ventajas y, en general, cómo trabaja el proceso básico de comunicación[2]. En otras palabras, se trata del reconocimiento de la hibridación como un modo de construcción cultural. Una concepción de cultura

[1] Ver Vincenzo Ferrari en donde se marca la importancia de la comunicación en las relaciones sociales. Vincenzo Ferrari. *Acción jurídica y sistema normativo, Introducción a la sociología del derecho*, Madrid, Dykinson, 2000, pp. 29 a 35.

[2] Ver Mariluz Restrepo. "Bases para la comprensión científica de la comunicación", en *Revista Signo y Pensamiento*, n.º 3, Bogotá, Universidad Javeriana, 1984, pp. 77 a 88.

como construcción social de la realidad, como formas a partir de las cuales la gente crea sentido e interactúa socialmente[3].

Para abordar los medios de comunicación se parte no sólo del instrumento en si mismo sino de los seres humanos (periodistas) que conocen las lógicas, los lenguajes, los tiempos y las dinámicas del oficio periodístico para construir información, y a la vez se hace énfasis en la responsabilidad social que tienen los periodistas frente a los receptores, pues las informaciones periodísticas que se observan hoy en día sobre primera infancia están marcadas por priorizar el hecho noticioso informativo y no por establecer la perspectiva de derechos.

La niñez vulnerada, victimizada, asistencialista, sin identificación y sin voz son algunas de las reiteraciones semánticas y semióticas que día a día se pueden apreciar en los medios de comunicación. Para lograr pasar a una niñez sujeto de derechos es necesario contar con periodistas y comunicadores sensibles, con intención de servicio en relación al mundo que los rodea, abarcando su bagaje cultural, contando con su capacidad de cambio como agente transformador de la sociedad

Este manual imprime especial interés a la importancia de la relación que se establece entre la fuente y el periodista como una relación complementaria. La mirada permanente referida al cómo y el qué de los hechos, en la vida cotidiana, en la representación noticiosa, en las actuaciones y relaciones que se establecen entre seres humanos, la relación con los productos mediáticos, el adentrarse en el sentir y las emociones del otro, es lo que este manual pretende resaltar pues la propuesta noticiosa surge de la vida cotidiana, se recrea en el tejido social y se entrelaza con el acervo cultural de cada individuo[4]. En este contexto la responsabilidad social informativa va más allá del simple cubrimiento periodístico: es toda la dimensión cultural y social puesta en evidencia a través de textos mediáticos.

[3] Ver Maria Inmacolata Vassallo en "A pesquisa de communicacao", *Quesotes epistemológicas, teóricas e metodológicas*, Lima, Felafacs, 1999, p. 13.

[4] Paul Jalbert. *Media Studies: Ethnomethodological Approaches*. Washington, University Press of América, International Institute for etnomethodology and conversation analysis, 1999.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

I. LA COMUNICACIÓN, UN CAMPO PARA PENSAR LA PRIMERA INFANCIA

1.1. LA ESENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN LOS MEDIOS EN RELACION CON LA PRIMERA INFANCIA

1.2. LOS MEDIOS EN RELACIÓN CON LA PRIMERA INFANCIA

II. FALSAS IDEAS VS REPRESENTACIÓN MEDIÁTICA

2.1. FALSAS IDEAS EN EL MARCO DE LA CONVENCIÓN DE LOS DERECHOS DE LOS NIÑOS Y LAS NIÑAS

2.2. LÓGICA MEDIÁTICA

2.3. GÉNEROS PERIODÍSTICOS

III. RECOMENDACIONES PARA LA TRANSFORMACIÓN DE INFORMACIÓN CIENTÍFICA EN INFORMACIÓN PERIODÍSTICA

3.1. LENGUAJE DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

3.1.1. EL LENGUAJE DE LA PRENSA

3.1.2. EL LENGUAJE AUDIOVISUAL

3.2. RECOMENDACIONES PARA LOS PERIODISTAS EN EL TRATAMIENTO NOTICIOSO CON PERSPECTIVA DE DERECHOS

3.3. EJEMPLOS DE BUENAS Y MALAS PRÁCTICAS

IV. GUÍA DE EVALUACIÓN DE PERSPECTIVA DE DERECHOS EN LAS INFORMACIONES PERIODÍSTICAS

V. CONCLUSIÓN

VI. BIBLIOGRAFÍA

INTRODUCCIÓN

La responsabilidad social de los medios de comunicación es un tema que admite inmensa gama de enfoques y miradas que pueden ir desde una reflexión filosófica compleja sobre el tratamiento ético de la primera infancia en el conjunto de los medios de comunicación, hasta la actividad cotidiana del periodista individual que cubre temas en apariencia intrascendentes. La forma de abordar las temáticas relacionadas con la primera infancia varía desde el discurso sociológico y antropológico hasta el tecnicismo fotográfico del reportero gráfico.

La Organización de Estados Americanos a través de su departamento de Educación y Cultura ha considerado ineludible desarrollar una propuesta que permita que los comunicadores sociales y periodistas puedan abordar las temáticas de primera infancia desde una reflexión permanente de lo esencial del oficio: informar a la comunidad adecuada, eficiente y oportunamente sobre la primera infancia como sujeto de derechos. Así mismo, la preocupación permanente por hacer legible a la opinión pública los hallazgos científicos, las recomendaciones de estudios sociológicos o de diferentes disciplinas, las novedades e interpretaciones legislativas, las vivencias escolares o familiares que involucran a la primera infancia, y las nuevas metodologías, han sido la motivación inicial para consolidar esta propuesta de orientación sobre manejo informativo.

Por esto la OEA crea una estrategia de comunicación que busca desde la difusión, el desarrollo de capacidades y la abogacía, consolidar propuestas informativas con perspectiva de derechos. En este sentido se crea este manual titulado ***"Claves para hablar de primera infancia en los medios de comunicación"*** que propone criterios básicos para el cubrimiento informativo de los temas de infancia para afianzar, modificar o innovar prácticas del oficio de informar que permitan hacer avances importantes en el desarrollo de la comunicación y un periodismo cada vez más consciente de su responsabilidad y de las condiciones concretas del entorno social, político y económico de cada país.

Lograr un equilibrio entre los principios que rigen la comunicación y la perspectiva de derechos que debe tener un producto que va a ser difundido a un público determinado, es la premisa que debe fundamentar la responsabilidad social en el tratamiento informativo de la primera infancia; por esta razón se aborda este manual en tres partes:

- En un primer momento usted encontrará el contexto de la comunicación y los medios masivos en su lógica de producción
- En segundo término, hallará pautas de manejo informativo en los medios de comunicación aplicable a las diversas expresiones comunicativas que existen. En este punto se hace referencia a los lenguajes, formatos y lógicas de producción
- En el apartado final, usted podrá utilizar una guía que le facilitará realizar un seguimiento y evaluación a las diferentes notas que usted ha producido para lograr así, reflexionar sobre la primera infancia y el tratamiento periodístico

En este sentido, si usted es un científico, político, padre de familia, estudiante de cualquier disciplina o maestro, este manual le dará una guía para elaborar textos sobre primera infancia que puedan ser publicados en medios masivos de comunicación con perspectiva de derechos, o textos de fácil comprensión para un público general. Si usted es comunicador social o periodista, aquí encontrará claves para realizar un tratamiento periodístico con perspectiva de derechos.

I. La comunicación, un campo para pensar la primera infancia

En este manual, la comunicación se aborda como un campo para pensar la complejidad de la vida asociada desde el sujeto que produce, el sujeto que recibe y el horizonte de la cultura que permite la negociación de sentidos, tomando distancia de las concepciones simplistas. La comunicación en cuanto campo de análisis se nutre de los estudios culturales ingleses los estudios culturales norteamericanos y, por supuesto, de la incidencia de tales estudios en América Latina[5].

En estos últimos 20 años en América Latina, los procesos de interacción, transmisión, mediación y significación se han estudiado desde los problemas y operaciones del intercambio social, esto es, desde las matrices de identidad y los conflictos que articula la cultura. En tal sentido, la relación comunicación-sociedad se da en la manera en que una sociedad amplía o recorta los intercambios, las formas de expresión, la significación de sus habitantes, la libertad de expresión y de información de diversos actores sociales. En este contexto, no solo se plantea la comunicación social sino que se contemplan los medios masivos de comunicación como una institución que juega un papel predominante al lado de la familia y la escuela.

Comunicar significa intercambiar significados, expresarse, interactuar, gozar, proyectarse, afirmarse en el propio ser, abrirse al mundo, sentirse, sentir a los demás y ejercer la calidad de ser humano. Es sin lugar a dudas compartir significados en la vida cotidiana; por allí pasan los conflictos, las múltiples miradas del mundo, los enigmas, los secretos, la polisemia y las ambigüedades de las que está repleta la experiencia humana.

La comunicación no se reduce a la transmisión lineal de mensajes y a la efectividad de la recepción, sino que se refiere a la interlocución de dos fuerzas encontradas con puntos de vista diferentes. Esto significa tener en cuenta las concepciones de lo social y los modelos de comunicación que permiten pensar los procesos de transformación de la cultura y reorganización de la política sin caer en el "comunicacionismo", esa tendencia a hacer de la comunicación el lugar donde la humanidad revelaría su más secreta esencia.

Desde la perspectiva anteriormente descrita, el hombre busca sin cesar medios para poder comunicarse. Por razones de pertinencia en este manual, el término "medios" se restringirá a los medios tecnológicos (radio, prensa, televisión) y a la relación que se establece entre la sociedad y los productos mediáticos, pues los medios, además de mostrar cómo se van dando los cambios sociales, los acompañan y contribuyen a determinarlos.

1.1 La esencia de los medios de comunicación

Denis McQuail, en su texto clásico sobre la sociología de los medios masivos de comunicación, plantea que estos comprenden las instituciones y técnicas mediante las cuales grupos especializados emplean recursos tecnológicos (prensa, radio, televisión, cine) para difundir contenidos simbólicos

[5] Ver Diana Mireya Pedraza. *Representación mediática y perspectiva de los derechos de la niñez en Colombia*. Universidad Externado de Colombia, 2008.

en el seno de un público numeroso, heterogéneo y disperso[6] que busca conectarse con el medio que produce la información. De ahí que los medios masivos requieran organizaciones formales para poder cumplir con los propósitos de informar, educar y divertir, en su afán por lograr una gran cobertura simultánea en diferentes lugares, momentos y espacios por la vía de establecer una relación impersonal entre el emisor y el público; sin embargo, los medios masivos de comunicación inciden en todas las esferas del ser, son cambiantes, constituyéndose en uno de los sistemas sociales más dinámicos, significativos e innovadores de la humanidad. De manera transversal los medios implican diferentes dimensiones del saber y de las prácticas humanas, no solo alterando la velocidad y el volumen de información que circula en sistemas de tecnología avanzada[7], sino impactando y controlando las asimetrías socioeconómicas, políticas y culturales de las sociedades contemporáneas.

En la actualidad los medios masivos de comunicación se encuentran en un momento de transformación importante; por ejemplo, se está pasando de una visualidad fundamentalmente icónica a nuevas maneras de entender y procesar la imagen, donde el carácter mimético se mezcla con la creación de nuevos mundos y modelos de conocimiento. La realidad virtual, la animación en tercera dimensión, el tratamiento digital, la multimedia gestan nuevas maneras de enfrentar la experiencia mediática, probablemente de una forma tan radicalmente nueva como aquella que implicó el desarrollo de la imprenta para la transformación de la experiencia textual.

Los medios masivos de comunicación son vehículos de múltiples lecturas en los que circulan las decisiones y la agenda de las instancias de poder, a la vez que hacen visibles los problemas y necesidades de la población, son vía de acceso al conocimiento producido mundial y localmente, socializan los sentidos políticos, culturales y económicos que cohesionan un país, y hacen circular las propuestas sobre nuevos escenarios de desarrollo[8].

1.2. Los medios en relación con la primera infancia

Los medios de comunicación construyen permanentemente nuevas formas de relación, afianzan ideas y reproducen situaciones cotidianas en marcos de difusión masivos; el objetivo fundamental es generar opinión pública, agendar temas de interés y posicionar temas que movilicen a una gran masa consumidora. En medio de esta dimensión mediática se encuentra inmersa la primera infancia como protagonista de las dinámicas sociales, sin embargo, la falta de conocimiento sobre la niñez hace que sus apariciones en los medios se limiten a hechos escuetos de vulneración sin que el texto periodístico contemple aspectos importantes que dan al respecto la psicología, las neurociencias, los estudios económicos, culturales, sociológicos y jurídicos.

---

[6] Denis McQuail caracteriza la comunicación masiva según siete aspectos que para efectos de esta investigación son pertinentes. Ver Denis McQuail. *Sociología de los medios masivos de comunicación*, Buenos Aires, Paidos, 1969, pp. 20 a 23.

[7] Ver Consuelo Ramos y Diana Mireya Pedraza. *Guía de orientación sobre cómo explorar y navegar en sitios Web*. s.p., OEA, 2009.

[8] Ver McQuail. *Sociología de los medios masivos de comunicación*, cit., pp. 14 a 54.

Neurocientíficos como Fraser Mustard; economistas como Amartya Sen y James Heckman; educadoras como María Victoria Peralta y Maribel Córmack, pediatras como Mary Eming Young, entre otros; han reiterado que la atención integral a la primera infancia desde muy temprana edad produce resultados potencialmente más rentables, entre los que se cuentan la reducción de los porcentajes de repetición y deserción, agresión y violencia; y la preparación del capital humano y social que se requiere para participar en el desarrollo, la producción y economía en cada país.

En términos sociales, todas las condiciones desfavorables que acarrea la pobreza, y que dan pie a la inequidad social y económica, están estrechamente relacionadas con las desigualdades en las primeras etapas de desarrollo y aprendizaje de niños y niñas. No lograr romper con el círculo vicioso de la pobreza, es mantener a los niños más pobres a la zaga de los más favorecidos.

Desde el ámbito de la economía también existen evidencias que justifican que la inversión en la infancia es rentable y una gran apuesta de futuro. Así lo que afirmó el Premio Nóbel de Economía 1998, Amartya Sen, cuando señaló que "en efecto, la calidad de la niñez tiene importancia no sólo para lo que pase en los niños sino también para la vida futura. Las inversiones para la infancia son importantes por su propio derecho debido a que ellas abren el camino para toda una vida de mejor salud, desempeño mental y físico, y productividad"[9].

Bajo esta misma premisa, el investigador estadounidense James Heckman, Premio Nóbel de Economía 2000, ha concluido que por cada dólar invertido en educación inicial, hay un retorno de ocho dólares cuando el individuo es adulto (8 a 1), retorno mucho mayor que el de cada dólar invertido en programas escolares de la educación media y superior (3 a 1) [10].

Si además de todas las evidencias científicas que existen se tuvieran presente los tratados internacionales y las leyes particulares de cada nación que buscan el desarrollo integral de la niñez y la garantía de sus derechos, las informaciones que emitirían los medios generarían una respuesta masiva de protección, garantía y prevalencia de la niñez; pero por el contrario, el desconocimiento hace que en los medios los mensajes que se difunden hagan eco de todas las ideas que no conducen a la garantía y goce de los derechos sino al registro de hechos noticiosos sin contexto que cierran la puerta a la educación. Así, la responsabilidad de los medios frente a la primera infancia aún está lejos de poder ser consolidada como una propuesta de agenda nacional.

[9] Myers, Robert. "*The twelve who survive*". YPSILANTI, MI: High/Scope Press, 1992, 1995. Tomado de: Sen, Amartya y Brundtland, Gro Harlem. "Romper el ciclo de la pobreza. Invertir en la infancia". Banco Interamericano de Desarrollo, Departamento de Desarrollo Sostenible, División Desarrollo Social. Conferencias Magistrales. París 14 de marzo de 1999.

[10] Ver Pedraza Diana Mireya, Ramos Consuelo, Leyva Claudia. *Estrategia de comunicación OEA*. s.p., 2009.

II. Falsas ideas vs. representación mediática

En investigaciones que se han realizado en América Latina se refleja que muchas de las falsas ideas sobre niñez marcan el ámbito mediático; estas ideas que se construyen socialmente y que apuntan a desvirtuar las relaciones que se establecen con los niños y las niñas, se hacen cada vez más frecuentes en los medios de comunicación y en este sentido no se plantea una niñez sujeto de derechos sino una niñez objeto informativo.

Por ello resulta útil examinar los niveles de acuerdo o desacuerdo con tales creencias e interpretaciones:

> *Dinámica: Lea la afirmación y califique de 1 a 5 las afirmaciones expuestas en cada casilla. El numero 1 corresponde a total acuerdo y el numero 5 a extremo desacuerdo.*

N°	AFIRMACIONES	CALIFICACIÓN
1	Los niños y las niñas son copia exacta del comportamiento de sus padres	
2	El tiempo lo cura todo, lo vivido y lo experimentado en los primeros años tiende a desaparecer del todo de la memoria	
3	Las niñas y los niños siempre dicen la verdad	
4	Los niños y las niñas son abusados y agredidos porque se lo buscan	
5	Los niños y las niñas son ingeniosos por naturaleza	
6	Los niños y las niñas no tienen sexualidad	
7	Un golpe a tiempo educa a los niños y las niñas	
8	Los niños son más agresivos y tienen tendencia a la violencia, las niñas son mas éticas que los niños	
9	Cada padre educa a sus hijos e hijas como quiere. Para eso son sus hijos	
10	Cuando los adultos hablan los niños y las niñas deben callar	
11	Los niños y las niñas son personitas chiquiticas	
12	Las niñas son más juiciosas que los niños	

> *Revise sus respuestas. Si su calificación está en el rango de 1 a 4, usted se identifica con las falsas ideas propuestas en el cuadro. Si su calificación está en el rango de 5, usted concibe la niñez desde una perspectiva de derechos. Este es solo un ejemplo de el sin número de falsas ideas que los medios legitiman.*

Las falsas ideas del cuadro surgen de hacer reiterativas las vulneraciones hacia la niñez en el cotidiano que terminan convirtiéndose en prácticas sociales legítimas y aceptadas.

2.1. Falsas ideas en el marco de la Convención de los derechos de los niños y las niñas

A manera de ejemplo, revisemos algunos artículos de la Convención de los derechos de los niños y las niñas en relación con la representación mediática; si nos damos cuenta, el elemento recurrente es la falsa idea y la concepción de la Convención se pierde en el ámbito mediático, por tanto en la

vida cotidiana esa construcción cultural que realizamos conjuntamente con los medios de comunicación, enfatiza en una niñez objeto informativo.

La niñez sin identificación

Artículo 7 de la Convención sobre los Derechos de los Niños y las Niñas.

La asimilación del niño y la niña a adultos pequeños; la carencia de un propósito fundamental para identificarlos, reconocerlos y distinguir niños y niñas; términos como “chicos”, “angelitos”, “pequeños”, “menores”, “niñitos”, “pelaitos”, “chinitos”, son usualmente utilizados por los periodistas para nombrar la niñez, con lo que se tiende a dar un trato de inferioridad a una persona o miembro de una comunidad, son, todos, elementos de un desconocimiento de la especificidad de la niñez. Identificar a un niño o a una niña es el primer paso para reconocer que los niños y niñas existen en la información periodística y que se hace necesario explicar porqué están allí, qué hacen, cómo los afecta el hecho noticioso como lo que son: niños y niñas.

En los medios de comunicación existe un preocupante y angustioso problema que se refiere a la identificación de los niños y niñas, especialmente en relación al material fotográfico. En efecto, no se identifica con sus nombres a niños y niñas que están realizando tareas propias de la niñez y pueden servir de ejemplo y modelo. Por el contrario, en las informaciones periodísticas aparecen fotos de niños y niñas en casos en los que se debería evitar la exhibición de sus rostros; así por ejemplo, cuando algunos realizan acciones como entregar sus armas dada su condición de milicianos y pandilleros en proceso de desmovilización, al mostrarlos se les expone a ser reconocidos y sometidos a represalias por sus antiguos compañeros o sus enemigos.

Con respecto a la identificación de los niños y niñas en el tratamiento periodístico, los medios suelen inclinarse por no revelar su nombre ni rostro. El caso se torna ejemplarmente crítico cuando las fotografías muestran a niños o niñas comprometidos en conflictos armados o hechos ilícitos, cuando son fotos de archivo usadas como ‘ilustración’ de la información, o cuando se realizan montajes para visualizar un hecho y se deja al descubierto, expuesto a ser identificado, el rostro del niño o la niña.

La niñez como adorno

Artículo 8 de la Convención sobre los Derechos de los Niños y las Niñas.

El niño y la niña tienen derecho a que se le reconozca su identidad. Desafortunadamente en muchas ocasiones el despliegue noticioso, sobre todo fotográfico y de televisión, utiliza al niño y la niña como adornos de la foto o la toma, escenografías para ambientar la acción del político o el militar, la primera dama o el alcalde. También ocurre que en las fotos sociales la pareja aparece identificada y, a su lado, cumpliendo el decorativo papel de un florero, figuran los pajecitos: uno, dos, tres niños y niñas, sin identidad alguna.

La niñez no opina

Artículo 12 de la Convención sobre los Derechos de los Niños y las Niñas.

Casi nunca se consulta la opinión de los niños y niñas en el tratamiento de temas que los afectan directamente. Esta carencia alcanza su condición más crítica y frecuente en las informaciones relacionadas con la educación (cuando casi siempre son los más damnificados por el cierre de establecimientos o la falta de cupos). Siempre se privilegia la opinión de rectores, maestros y funcionarios, sin atender el concepto de los niños y las niñas.

El desconocimiento de género es total

Artículo 2º de la Convención sobre los Derechos de los Niños y las Niñas.

La pluralización en masculino ha terminado por "desaparecer" a las niñas. Incluso en fotos y en escenas televisivas de niñas en grupo, sin la presencia de un solo varón, son denominadas "pequeños". Los medios tienden a unificar el género de las niñas y los niños con el género masculino.

La niñez judicializada, festiva, deportiva

Artículo 38 de la Convención sobre los Derechos de los Niños y las Niñas.

Artículo 31 de la Convención sobre los Derechos de los Niños y las Niñas.

Se tiene la impresión de que además de no existir criterios para el tratamiento de la información sobre primera infancia, no existe un plan de trabajo ordenado y metódico y una política editorial dirigida a destacar actividades de niños y niñas que se aparten de visiones judiciales, festivas y deportivas.

Periodísticamente la radio, la prensa y la televisión al considerar un hecho, no examinan si este afecta en primer lugar, la vida y la supervivencia de la niñez. En casos típicos, como las desgracias naturales o su más frecuente consecuencia, las epidemias, los periodistas se preocupan por destacar elementos diferentes a la situación de la niñez. El niño y niña es pensado como objeto de compasión y no como un sujeto de derechos exigibles. Se desconocen las normas constitucionales y legales que favorecen a toda la infancia, no sólo a los niños y niñas que se encuentran en situaciones difíciles.

2.2. Lógica mediática

Estos aspectos dejan al descubierto la necesidad de generar manuales que orienten sobre el cubrimiento y tratamiento periodístico de la primera infancia. Todo relato del acontecer diario que producen los medios masivos de comunicación le propone al receptor una determinada representación. La representación es el proceso a través del cual se traspone en formas concretas (es decir, diferentes significantes) un concepto ideológico abstracto. Es el proceso social de significar en cualquiera de los sistemas de significación

disponibles: habla, escritura, prensa, radio, televisión, cine. Esta noción es útil en la medida en que unifica lo que a simple vista puede parecer un conjunto inconexo de piezas y fragmentos conceptuales.

Cabe anotar que la representación opera en el receptor en función de sus expectativas e intereses. Es allí que la representación del acontecer ofrece una orientación para la conducta del receptor, y de acuerdo a la incidencia que esta situación tenga en él, su respuesta o reacción dependerá de sus propios intereses; ahora bien, estos no tienen que coincidir con los intereses del medio, pero los de este último influirán en cualquier caso en las acciones que el receptor decida realizar después de escuchar, ver o leer la información.

El periodismo, para lograr esta presencia permanente en la vida cotidiana, desarrolla acciones que caracterizan su producción mediática. En primer lugar, hace uso de la actualidad (los últimos hechos noticiosos que ocurran en la sociedad) esto es, de la posibilidad que tiene un medio de transmitir de manera simultánea los últimos acontecimientos que están afectando una región, comunidad, y que muestran la novedad de la situación. Recurre así mismo a la periodicidad de la información (de acuerdo con periodos cortos y regulares), lo que significa que la regularidad debe responder al ritmo vital de la sociedad en un momento y una situación histórica determinada. La repetición que acompaña normalmente a la periodicidad, refuerza el mensaje subsanando las debilidades propias del medio. Y como última característica se tiene la difusión que hace referencia a la circulación o distribución de los mensajes, y consiste en la proyección que el medio tenga en la sociedad.

Para que estas características cumplan con su función primordial de llegar a un público deseoso de conocer los hechos que están ocurriendo en la actualidad, los medios adaptan su estilo al ritmo acelerado de la vida cotidiana de sus lectores, radioescuchas y televidentes, y para esto contratan a hombres y mujeres -a quienes llamaremos periodistas- que se especializan en la elaboración y construcción de informaciones periodísticas que surgen del contacto directo de aquellos con la sociedad y de los hechos que ocurren en la vida diaria de los seres humanos.

Los periodistas establecen relaciones con las fuentes u origen que les suministran la información, realizan recorridos por las ciudades o regiones en donde consideran que van a encontrar los hechos de interés, investigan a nivel documental y de campo el contexto del hecho que están explorando, y desarrollan el olfato periodístico, que consiste en poder elaborar una información que tenga repercusión en la sociedad.

Además de los procesos ya descritos, el periodista cuenta con la posibilidad de matizar sus informaciones al enmarcarlas dentro de géneros periodísticos que le dan determinado corte a su nota. Si se tiene en cuenta que los géneros periodísticos son las diferentes modalidades de creación lingüística destinadas a ser canalizadas a través de cualquier medio de difusión colectiva, cabe recordar que los principales de dichos géneros periodísticos son los siguientes: noticia, reportaje, entrevista, informe especial, análisis noticioso, crónica, biografía, necrología, perfil, crítica, guía y breves, los cuales tienen características propias en cuanto a formato y contenido se refiere. Es importante destacar que no existe una frontera infranqueable entre varios de

estos géneros, y que hay informaciones cuya presentación puede requerir elementos de dos o más géneros afines.

Para que la información periodística llegue al público debe ser clara, precisa y concisa; para esto se debe tener en consideración elementos propios de cada género que hacen que este se distinga de otros. La información periodística se diferencia de los géneros periodísticos y es necesario tener claro que elementos constituyen cada propuesta informativa. En este sentido, es fundamental tener en cuenta que la información periodística hace referencia a artículos creativos designados fundamentalmente a entretener e informar al público acerca de un hecho, una situación o un aspecto de la vida, en donde estos artículos no son efímeros, no tienen límites de extensión establecidos, admiten técnicas descriptivas y estilísticas variadas. Por su parte los géneros periodísticos, con la noticia a la cabeza, se basan en un hecho verdadero, inédito o actual, de interés general, que se comunica a un público que puede considerarse masivo, ello una vez que el hecho ha sido recogido, interpretado y valorado por los sujetos promotores que controlan el medio utilizado para la difusión[11].

2.3. Géneros periodísticos

Noticia es la reconstrucción minuciosa y verídica de un hecho, tal como sucedió en la realidad, para que el lector lo conozca. Esta definición excluye cualquier opinión del periodista, quién debe permanecer totalmente al margen de lo narrado, lo que significa evitar la utilización de la primera persona del singular y del plural. Es un género muy exigente, por cuanto requiere claridad, profusión de datos y de fuentes de información, para ser manejados en breve tiempo y dentro de una extensión usualmente reducida. En su redacción se debe aplicar, primordialmente, la técnica de la pirámide invertida[12], tanto en la sucesión de párrafos como en el interior de cada párrafo. El hecho noticioso debe ser novedoso, improbable, causar interés general, empatía, atractivo y debe tener proximidad términos de tiempo y espacio con el lector y debe responder las 6 preguntas básicas de cualquier texto periodístico: ¿qué?, ¿cómo?, ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿por qué? y ¿para qué?

---

[11] Ver Umberto Eco. "Para una indagación semiológica sobre el mensaje televisivo", vol. Colectivo, *Los efectos de la comunicación de masas*, Buenos Aires, Jorge Álvarez, 1969, pp. 133 a 136.

[12] "La pirámide invertida nació en la práctica periodística de Estados Unidos, concretamente de la agencia Associated Press, como consecuencia de la Guerra de Secesión (1861-1865). Hasta entonces los periodistas norteamericanos utilizaban para sus despachos el relato estructurado sobre el orden cronológico de los hechos, tal como ellos lo habían aprendido de los periodistas británicos. Pero durante la Guerra Civil no podían confiarse demasiado del telégrafo, dada la incertidumbre de los acontecimientos bélicos. Y en cuanto se hacían con uno de estos aparatos de transmisión, los reporteros de guerra empezaban haciendo un breve sumario de los acontecimientos -quién, qué, cuándo, dónde, por qué- antes de arriesgarse a telegrafiar una versión detallada. Si la conexión se mantenía en línea, el periodista podía explayarse a sus anchas. Pero en aquellas circunstancias nadie podía asegurar la continuidad del enlace telegráfico entre el frente de batalla y las redacciones de los periódicos de la Costa Este. Surgió así lo que inicialmente se llamó formato de doble final, que se convirtió poco después, una vez comprobada su utilidad, en el formato de la pirámide invertida (entre 1870 y 1879). La agencia A.P. la introdujo como norma obligatoria de estilo para todos sus reporteros y desde este núcleo original se expandió a todo el mundo occidental". José Luís Martínez Albertos. *Curso general de redacción periodística*, Madrid, Paraninfo, 1993, p. 197.

La extensión de las noticias en los medios de comunicación depende de su importancia intrínseca, pero debe tenerse en consideración que el lector rechaza textos largos; así por ejemplo, en los periódicos, por importante que sea una noticia, esta no debe ocupar más de 60 centímetros; por tanto cuando todos los datos no pueden quedar incluidos de manera equilibrada en esa extensión, se toman por separado aspectos claramente diferenciables del mismo acontecimiento y de cada uno de ellos se hace una nota aparte.

Cada noticia en su estructura se compone de un titular, una entrada o lead, un cuerpo o desarrollo y un final. El titular está integrado por el antetítulo, el título y el sumario; tales elementos no tienen concatenación gramatical, ni dependen el uno del otro; lo único imprescindible es el titular, y este no hace parte de la información, no remplaza al lead ni cualquier otro dato que aparezca en el texto. Por eso todo lo planteado en el título, el antetítulo y el sumario debe estar desarrollado en el texto.

El lead (tomado de la palabra inglesa que significa liderar o conducir) es el párrafo inicial que conduce tanto al periodista para desarrollar enseguida la información, como al lector en el conocimiento del hecho. Así se constituye en la puerta de entrada de la noticia. Esta debe tener máximo cinco líneas que describan lo fundamental que se desee transmitir.

El cuerpo de la información consiste en el desarrollo coherente y metódico de lo que se propone en el lead, generalmente siguiendo el orden de importancia de los datos: primero lo más relevante y luego lo de menor interés. Este método de redacción es lo que se conoce, en el lenguaje periodístico, como la pirámide invertida.

El reportaje es una información redactada en estilo *sui generis*, basada en testimonios y vivencias, que suministra elementos al lector para contextualizar los hechos de un tema de actualidad. El reportaje abarca noticias latentes, que se prestan para una investigación; además debe tener todos los elementos de la noticia, y también debe contestar las seis preguntas reglamentarias del periodismo; su redacción puede apartarse del estilo noticioso propiamente dicho. En lugar de valerse de la pirámide invertida, en él es válido alternar distintos estilos narrativos para despertar el interés del lector, radioescucha o televidente.

Aunque el reportaje admite cierto grado de interpretación y la exposición de antecedentes y perspectivas, debe procurarse que dicha interpretación tienda más a un análisis de los hechos que a la expresión de opiniones personales del periodista. El reportaje debe responder a la consulta de más de una fuente. Este género es muy exigente, a tal punto que el texto no admite ediciones de último momento.

La entrevista consiste en mostrar, a través de un escrito narrativo y ágil, el retrato de un ser humano que habla, vive, tiene emociones, comparte dificultades y que es reflejo de la sociedad en la cual está inmerso. La entrevista se considera como técnica de reportería y como género periodístico, por eso, las declaraciones obtenidas mediante el diálogo con una persona pueden construir una noticia, un reportaje o una crónica, como también convertirse en una entrevista. La finalidad de la entrevista es dar a conocer las ideas u opiniones del personaje escogido, nunca las del periodista. Por esta

razón al entrevistado hay que dejarlo hablar, aunque las respuestas demasiado largas se pueden condensar, siempre que con ello la idea no resulte mutilada.

En este género tampoco interviene la opinión del periodista; sin embargo se debe incluir detalles que permitan caracterizar al entrevistado: con este fin son importantes sus gestos, ademanes, su manera de hablar y cualquier peculiaridad del entorno que le dé al público datos sobre su manera de ser y su ambiente y le dé color a la entrevista. Es importante destacar que un entrevistado usualmente se expresa en lenguaje cotidiano sin tener en cuenta la forma gramatical y la sintaxis, y por ello el periodista está en la obligación de corregir los errores idiomáticos, exceptuando los casos en que estos errores sean emblemáticos del entrevistado.

El informe especial es el trabajo que resulta de una investigación en profundidad, y presenta diversos enfoques sobre las causas y consecuencias de un hecho que afecta a la comunidad; se basa en la consulta de muchas fuentes. Es especialmente exigente en cuanto a la obtención de datos y antecedentes que permitan entender la dimensión cabal de un hecho. Es un punto intermedio entre la noticia escueta y el análisis, porque si bien aquí el periodista no opina, sí busca presentar el hecho con distintos matices para que el lector, radioescucha o televidente saque conclusiones. Por las mismas razones, la verificación de los datos y la confrontación de todas las fuentes posibles deben cumplirse con el máximo rigor.

El análisis noticioso es la explicación lógica y rigurosa de los elementos de una noticia. Suministra información adicional para conocer a fondo las causas y probables consecuencias de esa noticia. En el análisis noticioso los hechos contextuales o de entorno explican los hechos principales. El periodista no es un comentarista, sino el vehículo que enlaza sucesos y opiniones de terceros. En el análisis noticioso se debe entrevistar a todas las personas que han estado involucradas en el hecho, y la opinión del periodista no debe estar presente; la hipótesis se debe plasmar en los tres primeros párrafos, y los argumentos han de resaltar poniendo de manifiesto las contradicciones, utilizando analogías; también se pueden utilizar cuadros estadísticos o apoyos de otra naturaleza para lograr mayor credibilidad. Para que el texto tenga éxito debe llegar a una conclusión original.

La crónica es un relato descriptivo, sin especulaciones ni fantasías, que con estilo propio y manejo original del lenguaje refiere un hecho que ya ha sido objeto de tratamiento noticioso, y en donde este se humaniza, se hace lo más vivencial posible, y se involucra al público como protagonista. En razón de su incursión en el laberinto del por qué relativo a la noticia, la crónica bordea los terrenos de la opinión casi tanto como el reportaje. La crónica admite los juicios de valor del periodista, pero el texto es analítico, narrativo o descriptivo, y no de opinión. Toda hipótesis debe ser razonada y confrontada con una o más alternativas.

La biografía y la necrología son el recuento cronológico de los hechos más importantes en la vida de una persona. No caracterizan al personaje, cuentan simplemente lo que ha hecho en la vida. En este género es relevante tener en cuenta las fechas, los nombres propios y los cargos desempeñados.

El perfil es un retrato escrito que contiene datos biográficos, pero se adentra especialmente en detalles de caracterización. Es la presentación del

protagonista de la noticia. El perfil no solo es de personas, también puede ser de personajes ficticios.

La crítica es un comentario de un libro, una obra de arte, un programa de televisión, una película de cine, una pieza teatral, una canción, en el que se destacan valoraciones del tema objeto del análisis. Estos textos por lo general son especializados. Criticar es enjuiciar algo para calificarlo de bueno, malo, regular y explicar el porqué. Si se omite el porqué, el comentario crítico no pasa de ser una simple opinión. Es de destacar que este género sí admite la opinión del periodista, y en esa medida existe libertad de estilo pues la crítica no se sujeta a normas predeterminadas como lo hacen otros géneros.

La guía es una lista de recomendaciones y sugerencias para que el lector, radioescucha o televidente se oriente sobre un tema de su interés; es una cápsula informativa escrita con mucha exactitud y ahorro de palabras, que no tiene fines comerciales.

Las breves son noticias cortas sobre acontecimientos que debe registrar el medio (radio, prensa, televisión), en secciones específicas, pero que en muchos casos no ameritan despliegue y en otros no se pueden extender por falta de espacio. Las breves equivalen al lead de una noticia, por eso deben contener los datos más útiles e importantes para el lector, radioescucha o televidente, pues en este género no caben los detalles.

III. Recomendaciones para la transformación de información científica a información periodística

Si usted es un científico, político, maestro interesado en difundir información sobre la primera infancia con perspectiva de derechos y desea transformarla en un artículo periodístico, se sugiere:

- Leer todo el texto y realizar un resumen resaltando las ideas más importantes
- De esas ideas importantes es necesario determinar las ideas más impactantes
- Definir el público al que va dirigido el mensaje
- Definir el medio por el cual se va a transmitir
- Definir el espacio o el segmento (tiempo al aire) que tiene para difundir la información

Una vez tenga las ideas más importantes e impactantes del texto científico, es necesario comenzar a redactar teniendo en consideración las siguientes recomendaciones:

En términos de representación mediática

- Verificar que la información que va a transmitir contemple al niño o la niña como sujeto de derechos
- Que el interés superior de la niñez prevalezca sobre la información
- Que la niñez no le haga juego al andamiaje mediático
- Que la niñez esté pensada como sujeto de derechos exigibles y no como objeto de compasión y protección
- Que la primera infancia esta protegida por las normas legales desde el momento de la concepción
- Que el termino “menor” se debe erradicar de la información noticiosa y periodística por sus implicaciones peyorativas

En términos de formato periodístico:

- Consolidar todas las ideas impactantes e importantes en un párrafo de 3 líneas y dar un titular tentativo al texto
- Generar 3 párrafos de 5 líneas cada uno en donde desarrolle las ideas impactantes e importantes que enunció anteriormente en el párrafo de 3 líneas.
- Tomar la idea del título tentativo y desarrollarla en un párrafo de 4 líneas a manera de conclusión y elaborar una última línea de este mismo párrafo a manera de recomendación sobre el tema
- Luego de este ejercicio, el resultado será un texto periodístico de 23 líneas que equivale aproximadamente a 1780 caracteres; en este punto el texto le sirve como base para convertirse en si mismo en

una nota periodística que debe elaborarse en alguno de los géneros anteriormente descritos, o podrá ser el esqueleto de un artículo periodístico de más de 3 páginas (para el caso de publicarlo en una revista)

- Periodísticamente los contextos teóricos deben ser reelaborados en lenguajes ágiles para no perder el sustento teórico
- Para que su texto periodístico tenga anclaje en lo social, es necesario recurrir a algunos testimonios o ejemplos concretos de la vida cotidiana
- Siempre es conveniente incluir mínimo 3 fuentes de información en cualquier nota periodística
- Como recomendación final, se debe seguir la forma escritural de la pirámide invertida que significa que la redacción se establece de lo más importante e impactante en los primeros párrafos a lo menos importante en los párrafos subsiguientes

En términos de imágenes

Periodísticamente se utilizan fotografías, gráficos, ilustraciones e infografías que son todos aquellos recursos visuales que complementan el texto escrito. Aquí debe tener en cuenta:

- Si la imagen que se utiliza es de un niño o niña, estos deberán aparecer en condiciones dignas
- La imagen del niño o la niña no deberá ser posada sino espontánea y que muestre contextos sobre la primera infancia
- La imagen debe mostrar al niño o niña como sujeto principal, dejando en un segundo plano a las demás personas u objetos que lo acompañen porque así su representación refuerza la idea de ser sujeto
- Si la nota hace referencia a acontecimientos en donde la primera infancia está expuesta a hechos de vulneración que se constituyen en sí mismos en una denuncia, se debe recurrir a cualquier recurso gráfico diferente a una imagen fotográfica de un menor de edad
- Por ningún motivo utilice las imágenes de los niños y niñas para ilustrar temas en donde los protagonistas no sean los mismos niños y niñas fotografiados

Como ejemplo de la aplicación de estas recomendaciones, se toma como guía el capítulo II *'Igualdad en el hogar'* del Estado Mundial de la Infancia 2007 de UNICEF[13]:

INFORME ESTADO MUNDIAL DE LA INFANCIA
EJEMPLO: IGUALDAD EN EL HOGAR

[13] Ver anexo 1: Estado Mundial de la Infancia 2007 *'La mujer y la infancia'*. UNICEF, 2007, p6.

Aspectos relevantes del informe:

1. Las decisiones que toman los dirigentes del mundo y los jefes de gobierno, entre ellas decisiones relativas a políticas nacionales sobre temas cruciales como: inversión social, empleo, impuestos repercuten en la vida de millones de niños y niñas.
2. Las decisiones que toman los padres en el hogar sobre asignación de recursos, alimentación, salud, educación son fundamentales en los derechos de las niñas y los niños.
3. La desigualdad entre hombres y mujeres en el hogar trae consecuencias perjudiciales a los niños y las niñas. Desigualdad que se manifiesta en el aporte económico (quien trae el dinero al hogar toma las decisiones) la diferencia de edad (las mujeres son menores que los hombres). Y la disparidad en los niveles educativos (la mujer tiene nivel educativo menor que los hombres) refuerzan la diferencia de género.
4. La violencia doméstica es la consecuencia más trágica de desigualdad entre géneros. Mueren 80.000 niños y niñas en la región como resultado de la violencia y aproximadamente 6 millones de niños y niñas son sometidos a actos violentos. Los niños y niñas que sobreviven a actos violentos sufren por lo general daños físicos y psicológicos a largo plazo.
5. La violencia doméstica se convierte en un hecho tan cotidiano que los niños y niñas lo asumen como un hecho legítimo en las relaciones domésticas y esta situación se repite generación por generación.
6. Un estudio realizado por el Instituto Internacional de Investigación sobre política alimentaría encontró que cuando las mujeres toman las decisiones en el hogar, priorizan sobre el bienestar y la alimentación; así mismo otros estudios realizados en América Latina dan cuenta de la importancia que las mujeres le dan a la salud infantil y la educación de sus hijos.
7. Los intereses de los niños y las niñas se benefician cuando la dinámica entre el hombre y la mujer dentro del hogar se basa en el respeto mutuo y en las responsabilidades compartidas y tanto la madre como el padre participan en el cuidado, la crianza y el apoyo de su progenie.
8. Otros factores que afectan a los niños y las niñas en América Latina son la fragilidad de las relaciones, el divorcio y las migraciones.
9. En América Latina existe un cambo social frente a la discriminación de género, pues las diferentes organizaciones que luchan por la democracia en varios países animan a las mujeres a que denuncien públicamente la injusticia de la discriminación, las motivan para que reclamen sus derechos sociales, económicos y políticos.

Alternativas de solución para evitar la desigualdad de género:

1. Incluir a las mujeres en la toma de decisiones implica ampliar la participación e influencia en las decisiones que se toman en el

hogar y la comunidad es fundamental para complementar sus derechos y los derechos de la infancia. Aunque existen esfuerzos de las organizaciones internacionales, los gobiernos, las organizaciones de la sociedad civil, y las propias mujeres han logrado progresos considerables en la promoción de una dinámica más igualitaria, todavía queda mucho por hacer.
2. Aumentar las oportunidades de empleo y obtención de ingresos de las mujeres, pues en el hogar esto permite la toma de decisiones.
3. Sensibilizar a hombres y a niños sobre la igualdad de género a través de estrategias y campañas.
4. Promover la autoría de la mujer a través del apoyo a las organizaciones femeninas.

Aspectos relevantes que deben conocer los ciudadanos:

1. La discriminación de género se produce diariamente en el hogar, los hombres superponen sus intereses y decisiones a los de la mujer. Los niños y niñas se ven afectados por estos hechos aparentemente insignificantes.
2. Los divorcios y las relaciones frágiles afectan y vulneran los derechos de los niños y las niñas.
3. Aún cuando existen políticas públicas y leyes que buscan garantizar la igualdad de género, en la realidad la discriminación que se le da a la mujer hace que los derechos de los niños y niñas no se garanticen
4. Si en el hogar la mujer participa activamente de las decisiones económicas, de educación y salud; se da bienestar a los niños y niñas y se genera una situación de igualdad.
5. En manos de cada hombre y de cada mujer esta la posibilidad de garantizar los derechos de las niñas y los niños. Esta garantía comienza en el hogar en el respeto por la igualdad, en la no violencia doméstica y en el respeto del otro como sujeto de derechos.

Aspectos de interés periodístico:

1. Todos los años del 25 de noviembre al 10 de diciembre la campaña “16 días de Activismo contra la Violencia de Género” procura aumentar la visibilidad de la violencia contra la mujer. (Pagina 11 del informe)
2. Así como los gobiernos y Estados procuran políticas y leyes para garantizar la igualdad de género en las regiones, el hombre y la mujer deben evitar la violencia doméstica, el predominio económico del hombre y la falta de educación de la mujer como elementos que impiden un desarrollo armónico para los niños y las niñas en el hogar
3. En América Latina y el Caribe, la tasa de divorcio entre las mujeres de 40 a 49 años que han estado casadas por lo menos una vez oscilan entre el 25% y cerca del 50% lo que representa que la taza de divorcio se ha duplicado desde mediados de los 1980 hasta finales de los 90. (Ver pagina 13 del Informe)

Hechos de interés periodístico importantes para los ciudadanos.

1. La desigualdad de género propicia situaciones de vulneración de derechos de los niñas y niñas en los hogares de América Latina
2. La convención de los derechos de los niños y las niñas se debe respetar en cada hogar.

Una vez definidos esto elementos, es fundamental establecer también los lenguajes propios de cada medio para que su producto inicial tenga cabida en el medio seleccionado.

3.1. El lenguaje de los medios de comunicación

La radio, la televisión y la prensa tienen su propio sistema de signos, sus códigos de señales para expresar ideas, para dar forma inteligible a los contenidos. Por consiguiente, hablar de un lenguaje propio de los medios de comunicación de masas, es partir de la significación como punto central de la reflexión sobre el lenguaje, y esta significación no puede entenderse sino en el conjunto social en el que se inscribe. Ferdinand de Saussure definió la significación como la relación del signo con su realidad referencial[14].

3.1.1 El lenguaje de la Prensa

Históricamente la prensa escrita ha sido el único canal válido para la transmisión de mensajes periodísticos. Nace de este hecho la equivalencia terminológica entre periódico y periodismo. F. Fraser Bond caracteriza el surgimiento del periodismo y del periódico como una necesidad del hombre para poder comunicarse y plantea que el hombre es el único animal que ha podido traducir los sonidos a símbolos escritos. Al principio, el hombre se comunicó con sus semejantes por medio de gestos. Después aprendió a hablar, a emplear palabras. Más tarde, descubrió cómo convertir esas palabras en símbolos escritos, que otros pudiesen ver y comprender. Los arañó primero en cuevas y después los cinceló profundamente en columnas de piedra y en monumentos, y posteriormente los escribió en materiales ligeros y portátiles, tales como hojas –papiro, que podían ser manejadas y enviadas de un lugar a otro. Transcurrieron muchos siglos en el perfeccionamiento de este logro singular, que ha beneficiado más al género humano que ningún otro. El periodismo comenzó cuando el hombre aprendió a escribir. El periódico apareció cuando el hombre aprendió a escribir a intervalos regulares. Este elemento de periodicidad es la característica sobresaliente del diario, que lo pone en un lugar diferente de simples escritos esporádicos, aunque algunos de ellos se refieran a asuntos del momento[15]. Es indispensable tener en cuenta que el formato de la prensa es en texto escrito y no trasciende el plano de lo

[14] Ver Barbero y Silva en su texto *Proyectar la comunicación* plantean que Ferdinand de Saussure en su obra *Cours de linguistique générale* (1916) postula la base del estudio del signo. Barbero y Silva. *Proyectar la comunicación*, Bogotá, Tercer Mundo, 1997, pp. 191 y 192.

[15] Ver F. Fraser Bond. *Introducción al periodismo*, México, Limusa, 1986, pp. 48 y 49.

lingüístico, por esto es necesario ser preciso cuando de escribir en prensa se trata. Los periódicos, las revistas, los folletos, los plegables son diversas formas escritas que permiten que los textos periodísticos tengan un lugar visible para transmitir información. Los diseños de cada uno de estos formatos escritos tienen lineamientos de diseño particulares de acuerdo al objetivo del producto comunicativo. En prensa escrita el juego entre el signo lingüístico (palabras e imágenes) es lo que determina lo virtuoso de la publicación, aquí la combinación perfecta hace que un producto comunicativo tenga el impacto deseado.

3.1.2 El lenguaje audiovisual

El lenguaje audiovisual basa su producción de sentido en la imagen y el sonido. Es polisémico y glamoroso, se objetiva más adecuadamente en la ficción narrativa y en el espectáculo lúdico, se rige por lo dramático. En este contexto, el productor chileno Valerio Fuenzalida caracteriza el lenguaje audiovisual como "el lenguaje lúdico-afectivo", diferenciándolo del "lenguaje lecto-escrito" que requiere de una lógica formal que lo hace ser analítico, diferenciador, abstracto, racionalizador y lineal[16]. Las imágenes son polisémicas porque no tienen un significado único ni estable, ya que su sentido depende de quien las construya, las lea e interprete, del medio utilizado para comunicarlas y del ambiente cultural en el que se produzca dicha comunicación.

La lógica de producción audiovisual utiliza el lenguaje lúdico-afectivo porque juega con las palabras y los sentimientos de los personajes que intervienen en la historia, dentro del marco de una expresión libre y espontánea. En el caso específico de la nota periodística, las historias que se cuentan deben tener impacto afectivo, promoviendo un diálogo entre la imagen y el sonido, para lograr generar expectativa en el relato.

La televisión investiga, documenta las temáticas, los contextos, los personajes y cuenta las historias a través de unidades básicas audiovisuales denominadas planos; allí se expresa aquello que se encuentra dentro del encuadre, y supone una doble elección: lo que se va a mostrar, el espacio y su duración temporal. El plano es un encuadre que representa las tres dimensiones del espacio (altura, ancho y perspectiva), tiene una duración (cuánto se graba), y su significación se da en diferentes niveles: tanto por lo que hay en su interior, como por lo que no muestra. Su sentido no está en sí mismo sino en relación con otros planos, pues nunca se encuentra aislado, ello con el fin de consolidar una secuencia que es la que permite lograr una unidad narrativa con sentido completo.

La lógica audiovisual, como lenguaje propio de **la televisión**, tiene los siguientes criterios para la representación de la acción:

- Afecto: La fugacidad de la palabra se une a la fugacidad de la imagen visual; esta riqueza informacional concreta de la

[16] Ver Valerio Fuenzalida. "Producción de televisión desde las motivaciones de la audiencia", en *Cátedra UNESCO*, Bogotá, Universidad Javeriana, 1999, p. 7.

imagen provoca recuerdos, asociaciones, sentimientos y emociones

- Lúdica: La construcción de un guión audiovisual tiene como ingrediente básico el juego permanente de la unión de conflictos con personajes, lugares, tiempos y escenarios
- Creatividad: En el texto escrito se puede analizar la coherencia interna del discurso lineal, pero en la producción audiovisual es necesario realizar asociaciones simultáneas
- Dinámica: Los signos audiovisuales no son estáticos sino dinámicos: aparecen en una secuencia temporal que se concretiza en una narración visual. Este dinamismo temporal es diferente al de una fotografía o una escultura. Por lo tanto los tiempos, las escenas, los capítulos son determinantes en la producción audiovisual

La televisión se concreta en una narración a través de prácticas dramático-afectivas y de acciones concretas llevadas a cabo por personajes. Se cuentan historias según los géneros, lo que significa explorar estilos, formas narrativas novedosas, creativas, originales, pues la televisión es leída por el televidente más desde los géneros que desde las temáticas. Es importante destacar que la televisión es de movimiento, flujo, hibridación de géneros, experimentación de formas expresivas, y en ella las historias se construyen en función del televidente de acuerdo a las competencias que él tiene para recibir los mensajes.

El medio audiovisual posibilita el encuentro con un mundo creativo, de goce, de juego, pues es allí donde lo sensible surge como una forma de comunicar, sentir y entender que lo emotivo facilita la comunicación de relaciones cargadas de significación. Expresa en cada mensaje el estilo, la forma de pensar y sentir del productor, los realizadores, el guionista o el director[17].

Recomendaciones para realizar una nota periodística para televisión

- El texto periodístico televisivo se elabora en formato de guión, esto significa que una hoja tamaño carta se divide en 3 columnas que una a una definen cada acción: la primera columna se utiliza para establecer el audio, la segunda el video o imágenes y la tercera para los tiempos
- En televisión se sigue el mismo principio de la prensa pero se debe pensar en contenidos visuales, lo que significa que las frases deben ser pensadas 50% en texto y 50% en imágenes para posteriormente hacer una edición en donde el texto y las imágenes sean complemento y no repetición
- Recuerde que una nota periodística para televisión no puede tener una duración de emisión mayor a dos minutos

[17] Ver sobre los efectos de la televisión en la niñez, Dorothy G Singer y Jerome Singer. *Handbook of Children and the Media,* Thousand Oaks, Sage Publications, 2001.

- Recuerde que si en la grabación se utilizan niños y niñas estos deben actuar de forma espontánea

En radio[18] el lead es la introducción de la información periodística y debe ser claro, preciso y sencillo con el fin de cautivar al radioescucha. El lead se puede construir de diferentes formas: lead simple, a través de una frase contundente se da a conocer el hecho; lead doble, se enuncian dos hechos importantes de la noticia; lead explicativo, se destaca la explicación del hecho que determinó la noticia; lead justificativo, se justifica la razón del hecho. En radio, por las características del medio, también se puede utilizar la titulación radial para atraer al receptor.

Dentro de la titulación se destacan: título de compendio, que es un resumen de los principales hechos que muestran todas las variantes de la información periodística; título circunstancial, en donde lo que sobresale son las circunstancias que rodearon el hecho; título testimonial, en el que se encabeza la información con un testimonio o la parte más importante del mismo; título de suspenso, tipo de encabezado en el cual se utiliza un estilo sensacionalista, y en donde el riesgo que se corre es que la información se quede corta ante la expectativa e interés generados por el titular. Es importante destacar que en radio se deben seleccionar los hechos más significativos que ilustren la realidad, pues ello contribuye a la conexión que el radioescucha establece con el medio y la información que este emite diariamente.

El lenguaje radial cuenta con tres elementos fundamentales para poder llegar a los radioescuchas: la música, las palabras y los efectos especiales.

La música es definitiva y trascendental en la radio, pues determina situaciones de tiempo, espacio y ambiente. Una música de situación es aquella que describe e identifica, es eminentemente representativa y común. La música ambiental es un complemento de la información periodística, sirve de decoración o adorno, es un telón de fondo casi imperceptible que crea un ambiente descriptivo que da fuerza al hecho. La música descriptiva es la que aparece en el momento más importante de la información, en esa medida realza y enfatiza el hecho que se transmite, y aparece en el remate o culminación de la información. La música emocional es la antesala de los acontecimientos, predispone al oyente para esperar algo significativo y actúa como señal de alerta o expectativa. El remate musical es la música que cierra un determinado momento. La música de transición sirve de puente entre una información y otra, en el lenguaje periodístico es lo que normalmente se denomina cortina musical. La música argumental es la base sobre la que se construye una información, sobre ella giran los acontecimientos. El tema musical es la banda sonora que identifica un programa.

[18] Ver Jimmy García Camargo. *La radio por dentro y por fuera*, Quito, Ciespal, 1980.

Los efectos sonoros especiales también contribuyen a que la información radial impacte y cautive al oyente; dentro de estos se encuentran: la ráfaga o golpe musical, que sirve para marcar y dar énfasis a una determinada información, la fanfarria, que es la emisión simultánea de varios sonidos, y sirve para puntualizar un hecho o despertar inquietud; el arpegio, que es la sucesión de varios acordes que predisponen la continuidad de la acción, es una pausa que sin sacar al oyente de la información, le da un respiro; el glisado, que se logra corriendo los dedos sobre el teclado de un piano o sobre el encordado de un instrumento, y sirve para establecer un paréntesis; la mezcla, esto es, la fusión de la voz con la música, consiste en que la voz aparece en primer plano y la música, de fondo; y la disolvencia, que es la disminución lenta del sonido.

Las palabras se constituyen en el texto escrito periodístico para radio y son el eje central de la información en la medida en que llegan al oyente a través de la voz de un locutor.

Recomendaciones para realizar una nota periodística para radio

- Es necesario tener en cuenta que el formato periodístico para radio es el libreto, este está conformado por dos elementos: locutor y control. El primero hace referencia a los textos que se van a locutor y el segundo a toda la parte técnica y musical que acompaña la nota
- Una nota periodística para radio no debe exceder los 3 minutos
- Si usted utiliza la radio como medio para elaborar un programa, es necesario utilizar una metodología de planeación para estructurar temas, tiempo y contenidos con periodicidad e incidencia en el horario de emisión
- En radio se deben utilizar frases cortas que no superen los 15 o 20 segundos. No se deben utilizar cortinas vocalizadas. Deben utilizarse locutores profesionales y siempre se debe hacer una edición profesional para empalmar los audios

Periodísticamente la construcción audiovisual (radio y televisión) exige del periodista dominio del tema y del lenguaje, pues las imágenes, los sonidos, los silencios, el sonido ambiente y las palabras refuerzan el relato y no son solo ilustraciones de texto.

A fin de lograr cumplir con una propuesta informativa, los medios de comunicación (radio, prensa y televisión) tienen tres momentos clave para su comprensión, los cuales se articulan en todo el proceso de producción periodística: el diseño, la producción y la realización son la base para poder crear una información que circula y se comercializa en función de los lectores, radioescuchas o televidentes. Los medios, además de tener lenguajes propios, utilizan formatos que permiten que en el momento de la producción se cumpla con los objetivos propuestos. En prensa se utilizan los periódicos, en radio el libreto y en televisión el guión. En cada uno de ellos se consigna lo que se quiere transmitir, y allí se dan todos los elementos que realzan, dan vida y refuerzan el mensaje que ha construido.

3.2 Recomendaciones para los periodistas en el tratamiento noticioso con perspectiva de derechos

Si usted es periodista y en su ejercicio profesional debe cubrir y redactar temas en donde la primera infancia es la protagonista, vale la pena que revise el suceso pues la información periodística surge del hecho presente y determina el tipo de información que se va a producir. Se sugiere reflexionar y analizar los siguientes aspectos:

- Si el suceso afecta de manera explícita (por ejemplo, el cierre de un colegio) o implícita (por ejemplo, el corte de un servicio público) a la primera infancia
- Si pone en peligro o garantiza la vida de los niños y las niñas
- Si afecta su salud o la preserva
- Si impide un nivel adecuado de nutrición o lo garantiza
- Si viola o garantiza su derecho a la seguridad social
- Si disminuye, mantiene o eleva su nivel de vida
- Si afecta positiva o negativamente la relación con sus padres
- Si deteriora o enriquece su entorno familiar
- Si impide o facilita su acceso a la educación
- Si impide o facilita su acceso al descanso
- Si impide o garantiza la preservación de su propio idioma, religión o vida cultural
- Si constituye o no una forma de explotación (económica) o abuso sexual
- Si atenta contra su vida privada o la garantiza

Del análisis de los aspectos anteriores, usted podrá:

- Determinar el rol del niño y la niña
- Verificar que se escuche la voz de la niñez
- Determinar la reacción de la opinión pública a través de cartas, llamadas, o que otros medios hablen
- Establecer como mínimo la utilización de tres fuentes
- Verificar que la palabra niño y niña siempre esté presente
- Verificar que todo quede bien ‘empaquetado’

Cuando el periodista ha interiorizado una mirada con perspectiva de derechos desde su ejercicio periodístico, la valoración del suceso se determina con la misma lógica y por tanto en el tratamiento noticioso está llamado a prevalecer el interés superior de la niñez; en consecuencia, se preocupará por:

- No discriminar a la niñez (no tratarla con un sentido de inferioridad por ejemplo, con el uso de términos como ‘menor’, ‘pequeño’, ‘chiquito’)
- No hacer una discriminación de género (los niños son niños y las niñas son niñas)
- Identificar a los niños y niñas (derecho a un nombre) -especialmente cuando aparecen en fotos-, salvo en caso de que corra peligro su vida, hayan infringido la ley, se atente contra su

vida privada o ellos o sus padres pidan expresamente que no se les identifique y se mantenga su nombre en secreto- en este último caso, el medio debe informar esto a los lectores, televidentes y oyentes (identificar es indicar su nombre o mostrar su rostro)

- Respetar su vida privada
- Establecer y divulgar la garantía que deben dar las autoridades a los menores de edad que han infringido la ley
- Buscar versiones destinadas a establecer si se ha protegido a los niños y las niñas cuando se les priva de su ambiente familiar, se les explota, se abusa de ellos y ellas o son víctimas de conflictos armados
- Consultar la opinión de los niños y las niñas cuando el asunto los afecta
- Verificar que internamente la nota se 'venda' en la reunión de editores

En el momento de la redacción, este manual propone evidenciar a lo largo del género periodístico seleccionado:

- **Si el hecho es de denuncia** (abuso sexual, explotación sexual, conflicto armado, asesinato, homicidio, secuestro, desplazamiento, muerte). En este caso es imprescindible enunciar el marco legal que penaliza al victimario e incluir testimonios de expertos que puedan legitimar la trascendencia de la vulneración desde el campo psicológico, jurídico, educativo, social y económico

- **Si el hecho es una expresión de niñez** (participación deportiva, juego, educación, niño líder, representaciones infantiles, niñez en logros académicos, deportivos, sociales). En este caso es importante escuchar la voz del niño o la niña más que la de los adultos que lo acompañan y el recurso gráfico debe mostrar al niño o niña protagonista del hecho con su respectiva identificación

- **El enfoque** hace que la información tenga interés pero al mismo tiempo que la niñez prevalezca sobre la información periodística; en esa medida la sugerencia está en enunciar siempre el derecho vulnerado, la responsabilidad jurídica del infractor y la penalización de esta vulneración; estableciendo la corresponsabilidad del Estado, la familia y la sociedad, haciendo énfasis en el interés superior de la niñez

- Es necesario **contextualizar los hechos** en términos de tiempos, acciones, circunstancias, personajes, grupos sociales, medio ambiente, historias y antecedentes

- Con respecto a las **fuentes de información** se sugiere tener en cuenta a las instituciones de control, fuerzas armadas, policía, organismos de seguridad, ONG, organizaciones de la sociedad civil, extranjeros, niños y niñas víctimas, ciudadanos externos, periodistas, otros medios, gremios, empresarios, sindicatos, partidos políticos, gobierno, expertos, Iglesia, universidades y fuentes no identificadas

- **El lenguaje** utilizado debe garantizar los derechos de la primera infancia. Se recomienda usar los términos: 'menores de edad', 'niños' o 'niñas', 'niñez', 'primera infancia', 'seres humanos', 'seres con derechos', 'niños o niñas sujetos de derechos', y se deben evitar términos como 'angelitos', 'pequeñitos', 'enanos', 'chiquitos', 'niñitos', 'menores'

- **La propuesta informativa no debe** victimizar a la primera infancia, no se deben generar propuestas asistencialistas. No utilizar la niñez como elemento decorativo o ilustrativo, no puerilizar a la niñez, no presentar a la niñez como símbolo, no legitimar acciones propias de los adultos en la niñez. Se debe propender por generar informaciones en donde el rol infantil y el contexto de derechos predomine

3.3 Ejemplos de buenas y malas prácticas

Una niña se fue al cielo por el totazo que le dio un bus

Un menor de apenas cuatro años de edad murió bajo las ruedas de un bus en Carepa, Antioquia.

El hecho sucedió en la noche del martes pasado, en el barrio Chalet, cuando la niña se encontraba fuera de su casa. A las 10:30 de la noche, un bus conducido por un hombre de 40 años de edad embistió a la joven. Los vecinos la llevaron a un centro asistencial, donde murió.

La voz del análisis: este es un ejemplo que se consolida como una mala práctica periodística porque aun cuando se inscribe en el género de breve, no tiene en consideración los elementos constitutivos del género periodístico y la perspectiva de derechos de la niñez:

- El titular: no se asume a la niñez como sujeto de derechos sino como objeto informativo. En esta información la niña muere por la acción irresponsable de un conductor.
- El contenido: esta nota carece de investigación rigurosa, no se establece la responsabilidad de los padres en el hecho, no se establece el delito que comete el conductor ni se contextualiza jurídicamente el hecho.
- El lenguaje: la utilización lingüística de términos como menor, totazo, cielo, embistió, joven en el contexto de una noticia sobre primera infancia enfatiza en un desconocimiento total de la perspectiva de derechos. Por ejemplo el término joven no se debe utilizar pues se trata de una niña menor de edad de 4 años.
- La imagen: la foto no contribuye a complementar la información; se convierte en un elemento que resta espacio al texto que podría tener más centímetros que le dieran mayor contenido y profundidad a la información.

La voz del análisis:

- En la portada: se hace referencia al abuso sexual. La utilización de cifras estadísticas y la enunciación del desarrollo de la información en páginas siguientes, da cuenta de una investigación rigurosa.
- La imagen: la ilustración utilizada muestra un acto de vulneración que da relevancia al tema sin usar fotografías de niños y niñas.

Disparadas denuncias por abuso sexual

Las víctimas sufren paranoia

- El contenido: en esta página se contextualiza el abuso sexual en términos estadísticos, sociales, psicológicos y de investigación jurídica; esto permite caracterizar al abusador sexual y a las víctimas y configurar el delito en si mismo.
- Las imágenes: la fotografía de la psicóloga legitima el discurso pues es la voz del especialista, los cuadros estadísticos resaltan la problemática social y la ilustración muestra visualmente la agresión sin recurrir a fotografías de niños y niñas menores de edad.

Así actuaron 6 violadores de niños

- El contenido: la utilización de ejemplos evidencia una investigación previa que muestra la gravedad del delito y de la problemática social haciendo referencia a las investigaciones judiciales, a las condenas y a las medidas estrictas para contrarrestar estos hechos de vulneración.
- Los titulares marcan la trascendencia de los hechos que van a ser abordados.

IV. Guía de evaluación de perspectiva de derechos en las informaciones periodísticas

El cubrimiento y tratamiento de la información sobre primera infancia debe ser garantista en términos de sus derechos ciudadanos y debe ser exento de juicios de valor y conclusiones a priori sobre el hecho noticioso registrado. Se trata de construir información que registre a los niños y niñas como ciudadanos capaces de pensar, opinar, reír y amar.

En este sentido, si usted elabora una información periodística con perspectiva de derechos, valdría la pena que sometiera su producto comunicativo a la siguiente guía de evaluación, la cual tiene como único objetivo poder verificar de forma rápida la perspectiva de derechos hasta hacer de este proceso algo rutinario.

Para poder autoevaluar su producto es necesario utilizar el cuadro de respuestas abajo establecido; si no cumple con los parámetros, la información tendrá tendencia a legitimar falsas ideas distanciándose de la perspectiva de derechos. Si su auto evaluación coincide con el cuadro de respuestas, usted genera informaciones con perspectiva de derechos.

Entonces evaluemos:

ITEM	SI	NO
ENFOQUE		
Enuncia el derecho vulnerado		
Enuncia el derecho en el que está inscrita la información		
Si el hecho es vulneratorio, se enuncia la responsabilidad jurídica del victimario		
Enuncia la pena que determina la ley		
Establece la responsabilidad de la familia		
Establece la responsabilidad del Estado		
Establece la responsabilidad de la sociedad		
CONTEXTO DE LOS HECHOS		
Enuncia tiempos		
Enuncia circunstancias		
Enuncia acciones		
Determina grupos sociales		
Enuncia antecedentes		
FUENTES DE INFORMACIÓN		
Oficiales		
No oficiales		
Institucionales		
Ong´s		
Científicos		
Profesores		
Padres de familia		
Niños, niñas		
Organismos de control		
LENGUAJE		
Utiliza el término menores de edad		
Utiliza el término primera infancia		

Utiliza términos como pequeñitos, chiquitos, niñitos, menores		
Utiliza el término niños y niñas		
Identifica con nombre propio a los niños y niñas		
PROPUESTA INFORMATIVA		
Victimiza		
Es asistencialista		
Pueriliza		
Simboliza		
Legitima acciones de adultos		
Ubica a la niñez como una decoración		
RECURSO GRÁFICO		
Muestra al niño o niña en situación indigna		
Utiliza imágenes de niños y niñas para ilustrar otras temáticas		
Aparece la imagen del niño o niña pero no se identifica con su nombre		
Aparece la imagen del niño o niña en un hecho en donde no es protagonista		

Resultados de la evaluación

ITEM	SI	NO
ENFOQUE		
Enuncia el derecho vulnerado	X	
Enuncia el derecho en el que está inscrita la información	X	
Si el hecho es vulneratorio, se enuncia la responsabilidad jurídica del victimario	X	
Enuncia la pena que determina la ley	X	
Establece la responsabilidad de la familia	X	
Establece la responsabilidad del Estado	X	
Establece la responsabilidad de la sociedad	X	
CONTEXTO DE LOS HECHOS		
Enuncia tiempos	X	
Enuncia circunstancias	X	
Enuncia acciones	X	
Determina grupos sociales	X	
Enuncia antecedentes	X	
FUENTES DE INFORMACIÓN		
Oficiales	X	
No oficiales	X	
Institucionales	X	
Ong´s	X	
Científicos	X	
Profesores	X	
Padres de familia	X	
Niños, niñas	X	
Organismos de control	X	
LENGUAJE		
Utiliza el término menores de edad	X	
Utiliza el término primera infancia	X	
Utiliza términos como pequeñitos, chiquitos, niñitos, menores		X
Utiliza el término niños y niñas	X	
Identifica con nombre propio a los niños y niñas	X	
PROPUESTA INFORMATIVA		
Victimiza		X

Es asistencialista		X
Pueriliza		X
Simboliza		X
Legitima acciones de adultos		X
Ubica a la niñez como una decoración		
RECURSO GRÁFICO		
Muestra al niño o niña en situación indigna		X
Utiliza imágenes de niños y niñas para ilustrar otras temáticas		X
Aparece la imagen del niño o niña pero no se identifica con su nombre		X
Aparece la imagen del niño o niña en un hecho en donde no es protagonista		X

Enfoque: debe tener mínimo 4 afirmaciones de 7 posibles.
Contexto de los hechos: debe tener mínimo 3 afirmaciones de 5 posibles.
Fuentes de información: debe tener mínimo 3 afirmaciones de 9 posibles.
Lenguaje: debe tener 4 afirmaciones y 1 negación.
Propuesta informativa: debe tener 6 negaciones.
Recurso gráfico: debe tener 4 negaciones.

Esta auto evaluación permite que usted pueda, en forma rápida, reflexionar sobre la publicación sobre primera infancia que elaboró; le da los elementos para medir la tendencia informativa que usted promueve y lo invita a generar nuevas elaboraciones desde la perspectiva de derechos. Cuando usted en forma rutinaria efectúe esta auto evaluación, su preocupación por la primera infancia será el primer paso en el largo camino de transformación informativa que deben dar los medios de comunicación, los periodistas, comunicadores y todo ciudadano que desee, desde su quehacer, realizar publicaciones que muestren a los niños y las niñas como sujetos de derechos.

El reto es realizar elaboraciones con sentido crítico en donde se agencien nuevas miradas y propuestas de información para la primera infancia que apunten a generar transformaciones en la sociedad.

V. Conclusión

La función de los medios de comunicación es sumamente delicada y sus alcances y consecuencias en el manejo de la información, pueden propiciar un cambio positivo en la opinión y respuesta de la sociedad, o generar indiferencia. Por ello, fomentar el rol educativo en los medios de comunicación es urgente y obligatorio.

Los contenidos de radio, prensa y televisión, reinventan la realidad, tejen nuevos estilos de vida e imponen nuevas miradas del mundo, por eso, cuando los medios hablan a través de sus periodistas la responsabilidad social va más allá de promocionar eventos en donde la niñez es protagonista, denunciar hechos o hacer referencia a sucesos cotidianos; es indispensable transformar las informaciones sobre primera infancia con contenidos que muestren nuevas perspectivas y enfoques informativos en donde la rigurosidad en la investigación y la promulgación y perspectiva de los derechos de los niños, niñas sea su eje central porque la recurrencia de estos aspectos hace que los imaginarios sociales de niñez objeto cambien a niñez sujeto y al final, la opinión pública será crítica y exigirá informaciones con perspectiva de derechos.

Una información periodística responsable debe eludir las fisuras del afán noticioso: publicar informaciones de primera mano sin ser corroboradas, la autocensura por temor a los embates jurídicos y la exageración de un hecho que en apariencia es irrelevante para tratar de llenar ese hueco periodístico que deja la publicidad, son acciones que limitan el panorama mediático, pues las informaciones escuetas, sin mayor elaboración, escasas de investigación y sin fuentes, es un mal que generalizado conlleva a legitimar falsas ideas que en la acción de intercambio social se convierte en vulneración. En este sentido, el reto que nos corresponde a los adultos es comenzar por transformar nuestros discursos en textos ágiles, de fácil comprensión, alejados de las falsas ideas y alineados con la garantía de derechos de la primera infancia.

Este manual, como se planteo en las primeras páginas, busca servir de guía para transformar información científica en textos ágiles y de fácil compresión, además proporciona algunas claves para que los periodistas encuentren elementos que les sirva de pauta sobre la primera infancia. Lo importante es tener en cuenta que la posibilidad de transformación en los lenguajes depende de uno mismo, del interés que le ponga a sus propósitos informativos y a la posibilidad de utilizar todos los medios posibles para compartir aquellas ideas y escritos que presentan enfoques novedosos y creativos.

Los mejores aliados para educar sobre primera infancia son los medios de comunicación pero en cada uno de nosotros está el reto de poder nutrir de información las páginas de los periódicos, los espacios radiales y televisivos con propuestas informativas sobre primera infancia.

VI. BIBLIOGRAFÍA

BARBERO, JESÚS MARTÍN Y ARMANDO SILVA. *Proyectar la comunicación*, Bogotá, Tercer Mundo,1997.

BARBERO, JESÚS MARTÍN Y GERMÁN REY. *Los ejercicios del ver, hegemonía audiovisual y ficción televisiva*, Barcelona, Gedisa, 1999.

BARBERO, JESÚS MARTÍN. *Comunicación masiva, discurso y poder*, Quito, Época, 1978.

BARBERO, JESÚS MARTÍN. *De los medios a las mediaciones, comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona, Gustavo Gili, 1987.

BARBERO, JESÚS MARTÍN. *Procesos de comunicación y matrices de cultura: itinerario para salir de la razón dualista*, México, Gustavo Gili, 1987.

BOND, F. FRASER. *Introducción al periodismo*, México, Limusa, 1986.

CORTINA, ADELA. *Ciudadanos del mundo, hacia una teoría de la ciudadanía*, Madrid, Alianza, 1999.

ECO, UMBERTO. "Para una indagación semiológica sobre el mensaje televisivo", vol. colectivo, *Los efectos de la comunicación de masas*, Buenos Aires, Jorge Álvarez, 1969.

ECO, UMBERTO. *Tratado de semiótica general*, México, Nueva Imagen, 1978.

FERRARI, VINCENZO. *Acción jurídica y sistema normativo,* Introducción a la sociología del derecho, Madrid, Dykinson, 2000.

FUENZALIDA, VALERIO. "Producción de televisión desde las motivaciones de la audiencia*"* en *Cátedra UNESCO*, Bogotá, Universidad Javeriana, 1999.

FUENZALIDA, VALERIO. *Televisión y cultura cotidiana*, Santiago de Chile, CPU, 1997.

GARCÍA CAMARGO, JIMMY. *La radio por dentro y por fuera*, Quito, Ciespal, 1980.

JALBER, PAUL L. T. *Media Studies: Ethnomethodological Approaches*, Washington, University Press of América, International Institute for etnomethodology and conversation analysis, 1999.

KAPUSCINSKI, RYSZARD. *Los cinco sentidos del periodista*, México,

Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano, Fundación Proa, 2003.

MARTÍNEZ ALBERTOS, JOSÉ LUIS. *Curso general de redacción periodística*, Madrid, Paraninfo, 1993.

MARTÍNEZ MÍGUELES, MIGUEL. *El método hermenéutico-dialéctico en la ciencias de la conducta*, Caracas, Antrophos, 1989.

MATTELART, ARMAND Y MICHELE MATTELART. *Historia de las teorías de la comunicación*, Barcelona, Paidos, 1997.

MCQUAIL, DENIS. *La acción de los medios, Los medios de comunicación y el interés público*, Buenos Aires, Amorrortu, 1998.

MCQUAIL, DENIS. *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*, Barcelona, Paidos, 1985.

MCQUAIL, DENIS. *Sociología de los medios masivos de comunicación*, Buenos Aires, Paidos, 1969.

PEDRAZA, DIANA MIREYA. *Representación meiática y prspectiva de los derechos de la niñez en Colombia,* Bogotá, Universidad Externado de Colombia, 2008.

RESTREPO, MARILUZ. "Bases para la comprensión científica de la comunicación", en *Revista Signo y Pensamiento*, n.º 3, Bogotá, Universidad Javeriana, 1984.

TUCHMAN, GATE. *La producción de la noticia*, Barcelona, Gustavo Gili, 1983.

VASSALLO, MARIA INMACOLATA. "A pesquisa de communicacao", *Quesotes epistemológicas, teóricas e metodológicas*, Lima, Felafacs, 1999.

Organization of American Staten

17th Street & Constitution Ave., N.W.

Washington, D.C. 20006 USA

PH. (202) 458-3000

www.oas.org