

# **Criterios básicos para la formulación de políticas públicas de TV infantil y juvenil en Colombia.**

Germán Muñoz.

Cita:

Germán Muñoz (2007). *Criterios básicos para la formulación de políticas públicas de TV infantil y juvenil en Colombia. XXVI Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. Asociación Latinoamericana de Sociología, Guadalajara.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-066/201>

## XXVI CONGRESO ALAS - 2007

### PONENCIA GRUPO CLACSO “CONSUMOS CULTURALES”

#### *CRITERIOS BÁSICOS PARA UNA POLÍTICA DE TELEVISIÓN PARA NIÑOS Y JÓVENES EN COLOMBIA*

*Germán Muñoz González*

#### **1. ¿Qué características tienen los niños y jóvenes en Colombia, hoy?**

- No debemos considerar a niños y jóvenes como parte de un mismo segmento poblacional; en consecuencia, no es conveniente plantear políticas universales ni indiscriminadas
- Ni los niños ni los jóvenes se pueden definir desde el punto de vista etario (aunque este es un punto de referencia obligado)
- En igual forma, las demás variables sociodemográficas (género, etnia, territorio...) los diferencian notablemente y permiten afirmar que existen muchas formas de ser niño y/o joven
- Considerando que ‘niñez’ y ‘juventud’ son construcciones discursivas socialmente compartidas, destacamos las siguientes por su impacto en los imaginarios colectivos:
  - a) una lectura derivada de la biología que pone el acento en la edad y el ciclo de vida (la transición),
  - b) una lectura desde la pedagogía, donde tienen sus orígenes las categorías niño/joven con una fuerte centralidad de la dependencia (familiar y escolar) y la ‘moratoria’ (periodo de formación, lo cual les excusa de ser productivos),
  - c) una lectura desde la sociología y/o las ciencias sociales, que enfatiza la visión en las ‘desviaciones’ (sujetos en riesgo),
  - d) una lectura desde los estudios culturales, inicialmente neo-marxistas y luego más centrados en la diversidad y especificidad de sus estilos,
  - e) una lectura desde la perspectiva del mercado juvenil y los consumos
- En el caso de los niños, la lectura adulta predominante los ve como ‘objeto de protección’
- En el caso de los jóvenes, la lectura adulta predominante los ve como ‘futuros ciudadanos’
- A niños y jóvenes se les entiende como simples ‘beneficiarios de servicios públicos’

- Desde el punto de vista de las políticas se pueden reconocer algunos paradigmas básicos de la niñez y la juventud, que superan los enfoques sectoriales y asistencialistas: 1) actores estratégicos del desarrollo; 2) ciudadanos y sujetos de derechos en el marco del estado social y democrático de derecho; 3) sujetos de políticas afirmativas (concibiéndolos como etapa plena y autónoma de la vida).

## **2. El servicio de Televisión en Colombia: transformación y estructura del sector.**

### **¿Existe una TV para niños y jóvenes?**

La televisión en Colombia, así como los demás servicios públicos, fueron objeto en los años noventa (incluso hasta hoy) de profundas transformaciones en el contexto de la reforma del Estado, que estuvo inspirada en una visión según la cual el Estado debía disminuir su función como proveedor directo de servicios y centrarse en un papel regulador de las empresas privadas que prestarían los servicios. Esta reforma ha estado fundamentada en la crisis fiscal del Estado de los ochentas y en los presupuestos ideológicos que desde esta época presentan al mercado como el mejor mecanismo de asignación de recursos.

Es importante señalar que la aparición de nuevos operadores en los segmentos ha cambiado las preferencias de los televidentes y por ende la focalización del gasto publicitario en televisión de las empresas colombianas. De esta manera mientras los canales privados, a nivel nacional y local y los operadores privados de televisión cerrada (por suscripción o satelital) han logrado consolidarse en una dinámica de crecimiento en términos comerciales, de calidad del servicio y de audiencia captada, la televisión pública, por su naturaleza, definida como se indica a continuación<sup>1</sup>, opera con otros criterios:

*“Es aquel servicio público de televisión abierta, de carácter educativo y cultural, programada y administrada por el Estado, con miras a la satisfacción del interés público y su preeminencia sobre el privado, bajo criterios de plena independencia del gobierno y de las fuerzas políticas y económicas, para ser emitida a través de Señal Colombia y los canales regionales, y dirigida a garantizar en forma idónea, eficaz e imparcial, el pluralismo informativo, cultural y social, el fortalecimiento de la identidad nacional y regional, la*

---

<sup>1</sup> Cfr. Acuerdo 001 de 2002

*formación democrática y participativa de los ciudadanos, y el acceso al conocimiento.”*

En este sentido, los canales de televisión pública reconocidos por esta definición son: Señal Colombia Educativa y cultural, Canal Institucional y los ocho canales regionales. El canal UNO por ser de carácter mixto no es considerado público. Tampoco lo son los canales locales.

A continuación se presentan cada uno de los servicios de televisión que hoy existen en Colombia, en función de su característica técnica, es decir, del medio utilizado para distribuir la señal de televisión al usuario del servicio, y que fueron creados en el contexto de las reformas estructurales de los años noventa.

## **2.1. Televisión radiodifundida o abierta**

### **- La televisión nacional abierta de operación pública**

Tres canales operan en este segmento son: el Canal Uno, Canal Institucional y Señal Colombia.

### **- La televisión nacional abierta de operación privada**

Dentro de este segmento existen dos canales operados por particulares: Canal RCN y Canal Caracol.

### **- La televisión regional**

Dentro de este segmento se encuentran ocho canales, con el siguiente cubrimiento:

\*Teleantioquia (Antioquia)

\*Telecaribe (Costa Atlántica)

\*Telecafé (Eje Cafetero)

\*Teleislas (San Andrés y Providencia)

\*Telepacífico (Valle del Cauca)

\*Teveandina-Canal 13 (se adjudicó para cubrir 14 departamentos de la zona central y sur oriente del país)

\*Televisión Regional de Oriente -TRO- (está ubicado en Bucaramanga y su área de cubrimiento es Santander y Norte de Santander)

\*Canal Capital (Bogotá)

### **- La televisión abierta local con ánimo de lucro**

En este segmento a 11 de diciembre de 2006 el directorio de operadores de la CNTV solo lista a City TV<sup>2</sup> que opera en Bogotá.

#### **- La televisión abierta local sin ánimo de lucro**

En este segmento existen 41 canales locales (a agosto de 2006), de los cuales ocho operan en Bogotá. Este servicio es prestado por comunidades organizadas, instituciones educativas, fundaciones y corporaciones o asociaciones sin ánimo de lucro.

## **2.2. Televisión cableada, cerrada y satelital**

#### **- La televisión por suscripción y satelital**

En la actualidad existen 69 concesionarios (a febrero del 2006) entre los que están, Cable unión de Occidente, Cablecentro, EPM Televisión, TV Cable, Costa Visión, Cable Andino, TV Cable Pacífico, Cable visión, entre otras. La CNTV otorga las concesiones por 10 años para la operación de estas empresas que tienen fines lucrativos. (Reina, M., et al., 2006: 83-129)

En lo que respecta a la televisión satelital, la señal tiene cubrimiento nacional, a diferencia del segmento anterior, y es transmitida, emitida, difundida y programada desde el extranjero, a través de satélites de difusión directa y hasta equipos terminales de recepción individual. A septiembre del 2004 existían dos operadores: Sky Colombia y Directv Galaxy de Colombia Ltda., los cuales tienen fines lucrativos.

#### **- La televisión comunitaria e incidental**

Existen 106 operadores autorizados de televisión comunitaria a nivel nacional (Agosto del 2006). El servicio es prestado por organizaciones comunitarias, es decir, asociaciones de derecho integradas por personas naturales residentes en un mismo municipio o distrito o en parte de ellos, en las cuales sus miembros estén unidos por lazos de vecindad o colaboración mutuos. Estos operadores no deben tener ánimo de lucro y además sus fines deben ser educativos, recreativos y culturales. Estos canales pueden contratar la producción de la programación y comercializar una parte de su programación propia.

El servicio de distribución de señales incidentales es prestado por las empresas de televisión satelital nombradas anteriormente y también por organizaciones comunitarias sin ánimo de lucro. En referencia a estas últimas, a diferencia de la televisión

---

<sup>2</sup> <http://www.cntv.gov.co/dop.html> (Directorio de Operadores de la CNTV)

comunitaria, solo reciben y distribuyen esas señales, no prestan el servicio de producción propia y por lo tanto no pueden emitir pauta publicitaria.

Además, en 2006 se creó el **Canal Universitario Nacional** que en octubre realizó sus primeras emisiones de prueba. Este canal que utiliza el sistema de transmisión satelital, es un proyecto de televisión de interés público, educativo, científico, social y cultural para la formación ciudadana, que apunta a permitir al sistema universitario público y privado y al Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología acceder el servicio público de televisión.

Por último, recientemente está definiéndose cómo va a ser prestado en servicio de **televisión digital**<sup>3</sup>. La televisión digital opera a través de un sistema que transmite datos digitales, el mismo tipo de información que manejan los computadores. Entre sus ventajas están las siguientes: imágenes de mayor definición que las de la TV actual (analógica), sonido envolvente tipo sala de cine, nuevas opciones para el televidente (por ejemplo, cambio de idioma o información adicional en la pantalla), compatibilidad con dispositivos digitales (como los computadores) e interactividad que permite la participación del televidente en programas mediante votaciones, encuestas y concursos en línea. Además contiene guías electrónicas de programación y prevé la personalización de los contenidos.

### **3. La política pública de televisión. ¿Cómo se entiende la política pública de televisión para niños y jóvenes?**

Una política pública es un conjunto de actos (prácticas y/o normas) y de “no actos comprometidos” de una autoridad pública “frente a un problema o en un sector relevante de su competencia” (Meny, Thoenig, 1992).

De esta manera, una política pública puede presentarse bajo la forma de un programa de acción gubernamental de una autoridad pública en un sector de la sociedad o en un espacio geográfico, o bien puede presentarse como no-programas, cuando la autoridad pública decide colocarse fuera de la acción. Frente a esto Muller (2002) anota que “esa abstención debe considerarse generalmente como premeditada”.

Muller (2002: 56-57), Meny y Thoenig (1992: 90-91) plantean que puede identificarse una política pública según los siguientes 5 elementos:

---

<sup>3</sup> [www.cntv.org.co/tvdig.html](http://www.cntv.org.co/tvdig.html)

1. Una política pública, define metas u objetivos a lograr, en función de unos valores o normas. Así, los actos (o no actos) de toda política pública traducen orientaciones: intencionalmente o no, satisfacen intereses, *son portadores de ciertos valores*. De esta manera, una política pública se fundamenta en unos determinados principios ético-políticos que orientan los objetivos, las medidas y toda la institucionalidad.
2. Una política pública puede *apoyarse en textos legales*. Recurrir a textos con valor jurídico es una de las formas de las que dispone una autoridad pública para actuar. La normatividad establece las reglas del juego para los actores a los cuales va dirigida la política o a los que intervienen en su formulación o implementación.
3. Una política pública *requiere para ser implementada de un aparato organizado*, es decir, de una institucionalidad compuesta por organismos, entidades, profesionales y funcionarios que asuman las tareas de facilitar, estimular y poner en práctica los principios y la normatividad *a través de los proyectos o programas concretos*.
4. Una política pública está constituida por un conjunto de *medidas concretas*. Es decir consta de unos *productos* (formulación de planes y programas de acción y su implementación) que son resultado de la movilización de recursos (humanos, materiales, económicos y políticos) por parte de la autoridad pública.
5. Aunque la autoridad gubernamental es el actor central de una política pública (el conjunto de políticos y funcionarios públicos que hacen parte de una organización pública), en el proceso de inclusión de problemas en la agenda pública, como en los procesos de diseño e implementación de una política pública, también *están involucrados un conjunto de actores*, es decir, unos individuos, grupos u organizaciones cuya situación está afectada por esa política (grupos de intereses sociales o económicos, asociaciones, movimientos sociales). Algunos serán pasivos y otros se organizarán para influir en la elaboración o la puesta en marcha de la política.

En el sector de la televisión en Colombia es claro que la mayor cantidad de problemas en la agenda de intervención pública y que constituyen el fundamento de la política pública son los que tienen que ver con la utilidad económica de los canales del segmento de la televisión abierta privada y de las empresas programadoras del segmento de televisión pública. En relación a la televisión para niños y jóvenes, dichas empresas tienen muchos más recursos (políticos y económicos), para movilizar en beneficio de sus objetivos de modo que la autoridad pública incorpore sus intereses en la agenda pública. De esta manera, como se verá más adelante, aunque se observan algunas acciones públicas para ampliar la oferta televisiva y su calidad para niños y jóvenes por

parte de la CNTV, de algunos ministerios como el de Educación y Comunicaciones o de otras instituciones como el ICBF, estas son muy escasas, y presentan una serie de problemas de concepción e implementación.

Ante esta realidad, es importante una reflexión acerca de la legitimidad del Estado y de los gobiernos, ligada a una reflexión acerca de la posibilidad del ejercicio de la ciudadanía mediante el involucramiento de los actores en las decisiones sobre lo que ha de considerarse un problema, sobre los objetivos y sobre la implementación de políticas públicas.

En general, los niños y los jóvenes han sido considerados como actores pasivos, como simples receptores de las políticas públicas en general y de la política pública de televisión para niños y jóvenes. Los niños y jóvenes son “agentes activos en la producción y manejo del sentido en su propia vida social”. Por lo tanto, una política pública para niños y jóvenes debe contemplar la creación de mecanismos para su participación efectiva tanto en la decisión de los problemas como en la definición de objetivos e implementación de las políticas públicas porque son ellos quienes pueden fijar el mejor curso de acción para la solución de los graves problemas en los que hoy están involucrados.

Apuntamos, entonces, a establecer unos criterios básicos para conformar una política pública que tome en cuenta los intereses y necesidades de los niños y jóvenes colombianos. Por lo tanto, como veremos más adelante, la política pública actual y las recomendaciones para el diseño e implementación de una política pública de televisión para niños y jóvenes parten de problemas distintos. Por lo tanto, los objetivos y los mecanismos de implementación también varían sustancialmente. De modo que, aunque no se afirmará que no existe política pública de televisión para niños y jóvenes, se considera que ésta no parte de un análisis de los principales problemas contemporáneos de los niños y jóvenes y, por lo tanto, no tiene en cuenta los mecanismos que desde la perspectiva cultural se han pensado e implementado en otras latitudes.

Sin embargo, uno de los principales problemas de la política pública de televisión para niños y jóvenes es que no hace parte de una política de Estado integral para niños y jóvenes. Ha sido una constante en Colombia que los gobiernos definan en forma sectorial los problemas públicos, así como los objetivos de la política y sus mecanismos de implementación: problemas y políticas en el sector educación, salud, televisión, etc. De esta manera, las políticas públicas no apuntan hoy en Colombia a manejar de forma integral los problemas de los grupos poblacionales. Y esto lo vemos reflejado en el



análisis de la política pública de infancia de la última década, la cual existe como un conjunto de acciones dispersas realizadas de forma descoordinada por diversas entidades estatales y cuyos resultados en el mejoramiento de la calidad de vida de niños son bastante deficientes. En cuanto a la política de juventud, se ha dado un intento por tratar de forma integral sus problemas mediante la formulación de la Ley de Juventud y la creación de entidades como el Viceministerio de la Juventud y el programa presidencial Colombia Joven. Los problemas para su implementación y los resultados en cuanto al mejoramiento de las condiciones de vida de los jóvenes no son alentadores. En Colombia no existe una entidad del Estado que coordine o articule los esfuerzos dispersos de las diferentes instituciones que son responsables de acciones dirigidas a los niños.

El 30 de Agosto de 2005 se firmó por parte de la mayoría de los distintos actores involucrados en el sector de la televisión en Colombia, entre ellos, la Comisión Nacional de Televisión, el “Compromiso por una televisión de calidad”, “después de una serie de iniciativas y actividades en las que participaron muchos firmantes, a través de un proceso de diálogo e interlocución, de acuerdo con sus propias capacidades, intereses y expectativas sobre el tema”.

Los cuatro ejes del compromiso son: programación y producción; políticas, regulación y fomento; participación ciudadana e investigación. De forma resumida, los objetivos del compromiso en este momento son los siguientes<sup>4</sup>:

- “Fomentar la producción nacional de televisión infantil, incluyendo los incentivos necesarios”
- “Fomentar la capacitación formal y no formal para el desarrollo de competencias relacionadas con la producción y programación de televisión infantil”
- “Promover la regulación y la co-regulación”
- “Fomentar los procesos de participación y veeduría ciudadana alrededor del tema de la televisión infantil.”
- “Fortalecer y ampliar el debate público sobre televisión, infancia y adolescencia en Colombia, a través de diferentes sistemas de medios, incluyendo evaluaciones permanentes de la TV infantil que sale al aire.”

---

<sup>4</sup> LÓPEZ DE LA ROCHE, M., (ed.) (2006) Compromiso por una televisión de Calidad, síntesis del proceso. Documento electrónico en el que se encuentran los propósitos, las tareas cumplidas y las propuestas para cada uno de los ejes. Puede leerse en página Web de la Iniciativa de Comunicación: <http://www.comminit.com/la/>

- “Crear estrategias para fortalecer la investigación, y la divulgación de resultados de estudios sobre televisión-infancia y adolescencia.”
- “Crear y/o fortalecer procesos de cooperación entre la academia y los productores, y entre la academia y otros sectores relacionados con la televisión infantil.”
- “Establecer alianzas con entidades internacionales para el intercambio de información, la adaptación de estrategias y/o metodologías de investigación, y la co-financiación de proyectos conjuntos.”

#### **4. Enfoques contemporáneos de las políticas culturales y sociales desde la perspectiva de agencia**

A lo largo del estudio, hemos querido insistir en que no es posible desvincular los criterios básicos para una política televisiva sobre infancia y juventud tanto de las políticas públicas generales de infancia y juventud como de las demás políticas culturales y sociales ni de los contextos en los que unas y otras se construyen. También hemos insistido en que las políticas públicas no se construyen desde arriba sino con la participación de los diversos actores sociales, cada uno de los cuales posee ‘agencia’.

Entendemos, con base en planteamientos que datan del Centro de Estudios Culturales Contemporáneos de Birmingham (1975), que los niños y jóvenes poseen ‘agencia’, particularmente en el ámbito de sus interacciones con las mediaciones informacionales, entre las cuales se cuentan todas aquellas que están vehiculadas por las pantallas múltiples que hacen parte de su cotidianidad.

El concepto de agencia se entiende “asociado a categorías tales como libertad, libre albedrío, creatividad, originalidad y capacidad real de cambio mediante la acción de agentes libres” (Barker, 2000). Entendemos la agencia en el sentido de ‘poder actuar diferentemente’, tomando decisiones contingentes, fijando el mejor curso posible de acción, pero determinados por ‘narrativas psíquicas y emocionales que no manejamos conscientemente en su totalidad’, con frecuencia rutinarias y/o sin pleno conocimiento objetivo.

La agencia es entonces “una vía culturalmente inteligible de comprender nuestras acciones; cada uno tiene la experiencia existencial de tomar y asumir decisiones. Actuamos, aún si esas decisiones y actos estuvieran determinados por fuerzas sociales, en particular por el lenguaje, el cual está por encima de cada uno de nosotros como sujetos individuales.” (Barker, 2000)

También la organización y participación de los niños y jóvenes adquieren otra forma a la luz de sus expresiones cotidianas (música, autogestión, lenguajes...), estrategias con las cuales negocian o resisten el orden estructural. En consecuencia, la ciudadanía “deja de ser un principio socio-político y se convierte en formas de acción, puestas en escena (artísticas, corporizadas). Hacer política desde la cultura, con otros lenguajes, cambia la política. Las prácticas de ciudadanía de los niños y jóvenes tienen que ver con hacer cosas (performatividad), involucrarse en causas, expresarse libremente, juntarse en redes más que en organizaciones, experimentar el cuerpo como territorio autónomo”. (Reguillo, 2003) Esto implica hacer otra lectura de sus expresiones culturales en el espacio público, empoderarlos en sus propios espacios, acercarse a la comprensión de sus lógicas de vida cotidiana, trascendiendo la concepción de sujetos apáticos o a los que solo interesa el partidismo electoral.

Siendo la ciudadanía moderna (civil, política, social) insuficiente, hace falta una concepción abierta, una ciudadanía “policéntrica” (Reguillo, 2003) que permita movilizar su agencia (capacidad de transformar la realidad mediante recursos materiales y simbólicos) en la complejidad de las sociedades contemporáneas. Es decir, superar la visión de receptores de derechos definidos a priori y desde arriba, al mismo tiempo que se les niegan las oportunidades al espacio público por miedo a su apariencia, pobreza, edad, raza, expulsándoles de la vida colectiva. En contraposición, la ciudadanía cultural se define desde el género, la etnia, la religión, las opciones sexuales, las identidades, las formas de expresión, los juegos mediáticos. Estas ciudadanías no se pueden pensar desde la organización tradicional ni desde la participación electoral o la democracia formal. Ni desde la condición de víctimas o victimarios. Estas situaciones nos llevan a mirar atentamente las prácticas culturales ciudadanas, los usos y alcances de esta categoría llenada de otros contenidos: en las maras y pandillas, que satisfacen necesidades mínimas y otorgan una ‘para-ciudadanía’; en espacios que gestionan la esperanza, como las iglesias; en el ciberespacio, donde coexisten alternativas de relación.

##### **5. Sistematización de la información recogida en fuentes primarias (niños, jóvenes, padres de familia, educadores, productores, expertos)**

Consideramos que si bien las políticas públicas sobre la televisión son aquellas decisiones que establecen las instituciones públicas para beneficio de toda la población, sin embargo también están sometidas a las presiones, no necesariamente ilegítimas, de

grupos de interés, como programadoras y anunciantes, que son afectados directamente por las disposiciones institucionales que regulan el medio. Para superar esta situación hemos explorado las percepciones y opiniones de diversos actores públicos y privados que nos permitieron construir las recomendaciones para una política pública de televisión para niños y jóvenes en Colombia.

Somos conscientes de que la construcción colectiva y la implementación de la política pública son acciones diferentes; sin embargo en nuestra exploración, hemos encontrado elementos para que el proceso de implementación transite paralelamente a los criterios generales que guiaron la elaboración de la política pública.

Nuestra propuesta está centrada en la intención de que la aplicación de la política pública sea efectiva, que haya una comunión entre los objetivos y los medios que en ella se presentan. Por esta razón hemos optado por identificar las condiciones específicas de aquellos que son destinatarios directos e indirectos de la política pública. Esto nos llevó a utilizar distintas técnicas de investigación social: grupos focales, participación en eventos, entrevistas, talleres, encuestas, relatos de vida y análisis estadístico, que nos brindaron información cualitativa y cuantitativa de los distintos agentes. La información que se obtuvo de cada grupo de agentes, con cada técnica, la recogemos en este capítulo.

Al final del capítulo se presentan las preocupaciones, los aportes, las aspiraciones de distintos agentes sociales convencidos de que estos aportes permitirán alcanzar mejores resultados en la implementación y en el logro de los objetivos de la política pública. Están organizados en función de grupos de agentes que hemos establecido en el estudio como bases del trabajo: encontramos primero a los niños y jóvenes; luego a los productores; seguidos por los padres y maestros y por último a los expertos.

## **6. Recomendaciones a la CNTV y a otros actores sociales**

Finalmente, recogemos en este capítulo tres criterios básicos que, a nuestro juicio, permiten ordenar el conjunto de propuestas de las fuentes primarias consultadas. Así mismo algunas recomendaciones que se acercan a las concreciones y las acciones específicas, las cuales emergen de la investigación y del documento del Grupo *Compromiso Nacional por una Televisión Infantil de Calidad*.

La base conceptual que hemos planteado define un conjunto de principios rectores en relación con una política de televisión para niños y jóvenes. Ante todo, el enfoque fundamental, innovador en el campo, es el que hemos llamado “agencia cultural”. Otros

elementos ya enunciados en el capítulo tres en relación con la acción pública, los cuales guardan coherencia con dicho enfoque, son: a) La política pública se fundamenta en unos determinados *principios ético-políticos* que orientan los objetivos, las medidas y toda la institucionalidad. b) Una política pública puede *apoyarse en textos legales*, aunque no se agota en ellos. c) Una política pública *requiere para ser implementada de un aparato organizado*, es decir, de una institucionalidad. d) Una política pública está constituida por un conjunto de *medidas concretas*. e) En una política pública están involucrados *un conjunto de actores que participan activamente*.

**6.1. Reconocimiento de la agencia de cada uno de los subgrupos de actores: ante todo de niños y jóvenes (usuarios), pero también de padres de familia y educadores (formadores), programadores y anunciantes (productores).**

Ante todo, al reconocer la agencia de niños y jóvenes, el Estado a través de la CNTV principalmente, debe crear los mecanismos para que estos puedan ejercerla en la medida que son grupos poblacionales que no tienen los suficientes recursos económicos y políticos para hacer valer sus intereses y necesidades frente a los productores y anunciantes. Igualmente debe crear los mecanismos y procedimientos que permitan la información transparente acerca de la programación y la formación de opinión crítica de los ‘formadores’ (básicas para actuar). Y la formulación concertada con los ‘productores’ de un código ético que asuma el espíritu participativo del planteamiento de políticas públicas, culturales y sociales que se propone en este Informe, superando la simple regulación normativa ‘desde arriba’ y estimulando el modelo de co-regulación.

**6.2. Articulación e integralidad de las políticas públicas referidas a niños, jóvenes y televisión para niños y jóvenes. Y diversidad en el enfoque de dichas políticas: a) cuando inciden en niños, y b) cuando inciden en jóvenes.**

Los dos enfoques (articulación y diversidad) deben ser conjugados y puestos en tensión: uno solo de ellos simplifica el sentido de su aplicación y deriva bien sea en esencialismos universales, o en desconocimiento de las transformaciones socio-culturales que se han hecho evidentes en las lecturas de ‘cuerpo’ y de los íconos que lo representan en la pantalla.

**6.3. Elaboración concertada y aplicación firme de *principios de acción válidos en lo público* que promuevan el ejercicio de la ciudadanía comunicativa para c/u de los agentes:**

**a) niños y jóvenes**

**b) padres de familia y educadores**

### **c) productores**

La concreción de los grandes enfoques que hemos esbozado debería llevar a la reformulación de las normas reglamentarias, a la puesta en marcha de una institucionalidad competente y a medidas concretas en el orden administrativo y presupuestal, en relación con cada uno de los tres subgrupos de actores.

### **Limitaciones del estudio y perspectivas a desarrollar**

Es necesario entender que el estudio ha chocado con algunos obstáculos que limitan los resultados, a saber:

- la invisibilidad de niños y jóvenes en las políticas públicas, y particularmente en aquellas relacionadas con Televisión y Medios de Comunicación,
- la escasa información existente y los insuficientes saberes acumulados en relación con televisión infantil y mucho más en relación con televisión juvenil,
- la lenta aclimatación de enfoques que toman como punto de partida la ‘agencia’ de niños y jóvenes en sus mundos de vida,
- las opiniones divididas y hasta contradictorias entre los diferentes sectores que tienen en sus manos alguna responsabilidad acerca de televisión para niños y jóvenes,
- la falta de políticas operantes en materia de niñez y juventud, y en el tema de la televisión para niños y jóvenes.

Por estas razones, nos atrevemos a sugerir, con base en los resultados del estudio promover trabajos que ofrezcan mayor claridad en los siguientes temas que hemos reconocido como fundamentales:

- Las otras “pantallas” que hacen parte de las vidas de niños y jóvenes y que componen otro paisaje audiovisual
- Las políticas públicas que se refieren a la comunicación en relación con niños y jóvenes
- La agencia de cada uno de los actores que intervienen en la televisión para niños y jóvenes
- Las políticas y mecanismos específicos que operan actualmente en los canales en relación con la programación para niños y jóvenes.