

Televisión, jóvenes y políticas públicas. Aspectos clave de una relación que contribuye al desarrollo social.¹

Television, young people and public policies: key aspects of a relationship that contributes to social development.

Televisão, jovens e políticas públicas. Aspectos-chave de uma relação que contribui para o desenvolvimento social.

Nora Helena Villa Orrego

noravillaorrego@gmail.com

Universidad de Antioquia (Colombia)

Recibido: 01/05/2012

Aceptado: 07/06/2012

RESUMEN

En Colombia, la televisión ha sido uno de los medios de comunicación de mayor aceptación social. Sus orígenes están marcados por una clara vocación formativa de la cual se han beneficiado diversos grupos poblacionales, entre los que se encuentran los jóvenes, los cuales han inspirado una serie lineamientos y políticas gubernamentales desde finales de los años sesenta. En la actualidad, resulta oportuno preguntarse, entre otras cosas, ¿con qué criterios se produce la televisión juvenil?, ¿influyen las políticas públicas de juventud en los contenidos televisivos para jóvenes? El presente artículo parte de la categoría de joven, hace un rastreo por las principales políticas públicas de juventud que han tenido lugar en el país y en Antioquia, alude a las temáticas asociadas a la televisión que se han constituido en focos de interés para los investigadores, se refiere a la relación

¹ El presente texto se deriva del proyecto de investigación en curso "Caracterización de las prácticas y lógicas culturales de producción de televisión para jóvenes en la perspectiva del cambio social en Antioquia desde el surgimiento de la televisión regional (1985-2010)", dirigido por la autora del presente artículo y financiado por el Comité para el Desarrollo de la Investigación (CODI), de la Universidad de Antioquia; la Universidad del Norte y la Fundación Imaginario. Se desarrolla en el marco de la Convocatoria Temática "Expedición Antioquia 2013. Riqueza y diversidad para la equidad".

jóvenes y medios de comunicación, y da a conocer los resultados preliminares de una investigación que apunta a caracterizar las lógicas de producción televisiva para jóvenes en la perspectiva del cambio social y el edutretenimiento.

ABSTRACT

In Colombia, television has been one of the most socially accepted mass media. Its origins are marked by a clear formative orientation from which diverse population groups have taken benefit; among them young people, which have inspired several guidelines and governmental policies since the late 1960's. Today, it is wise to wonder, among other things, which criteria are used to produce juvenile television? Do public policies for the youth influence the content of television for young people? This article starts by defining the category of juvenile, then it traces the main public policies for the youth which have existed in the country and in the Department of Antioquia. Later, it alludes to the topics associated to television which have constituted the focus of interest for researchers, and then it refers to the preliminary findings of a research that is aimed at characterizing the logic of television production for young people from the point of view of social change and edutainment.

2

PALABRAS CLAVE: producción televisiva, jóvenes, políticas públicas.

KEY WORDS: television production, young people, public policies.

PALABRAS CLAVE EN PORTUGUÉS: produção televisiva, jovens, políticas públicas.

INTRODUCCIÓN

La televisión ha sido un vehículo eficaz para informar, educar y entretener. Estos aspectos caracterizaron las primeras décadas de penetración social de este medio en Colombia y se constituyeron desde entonces, hasta el presente, en sus vocaciones más genuinas. Una revisión a los orígenes de la televisión en el país, revela que los contenidos informativos tenían un marcado corte político y que los programas gubernamentales de interés social orientados a la alfabetización del

campesinado y de las clases sociales menos favorecidas, encontraron en “la cajita mágica” el soporte técnico que requería una empresa de esta magnitud.

En las últimas décadas los jóvenes se han constituido en un grupo poblacional que demanda especial atención de parte de los entes gubernamentales y de las instituciones educativas en el ámbito internacional, nacional y local; dado su nivel de vulnerabilidad frente a problemáticas como: el abuso de drogas, la prostitución, el embarazo adolescente, y la delincuencia juvenil. Se ha afirmado, de manera reiterada, que la educación orientada a la prevención es el camino a seguir en la lucha contra estos flagelos que continúan limitando las oportunidades de desarrollo personal y profesional de los jóvenes. Sin embargo, también es necesario emprender acciones orientadas a su propio reconocimiento y valoración social que reivindiquen su papel en la sociedad, los impulse a ser líderes, gestores culturales y motores de desarrollo en las comunidades en las que tienen algún tipo de influencia.

OBJETIVOS DEL ESTUDIO².

El propósito central de la investigación es “Caracterizar las prácticas y lógicas culturales de producción de televisión para jóvenes en Antioquia desde el surgimiento de la televisión regional y contrastarlas con una perspectiva de producción desde la comunicación para el cambio social y el eduentretenimiento”.

3

Además se han planteado varios objetivos específicos. El presente texto está relacionado únicamente con dos de ellos:

- Analizar las políticas públicas que se han formulado en Colombia desde el surgimiento de la televisión regional, que han constituido el soporte de la relación entre televisión y jóvenes.
- Identificar y caracterizar las prácticas de producción televisiva para jóvenes que se han realizado en los canales regionales de Antioquia, desde sus inicios.

² Este apartado del presente texto así como algunos de los aspectos referidos en la fundamentación teórica y la metodología del estudio están inspirados en la formulación inicial del proyecto en cuya elaboración participaron además de la autora de este artículo Jair Vega Casanova (coinvestigador) y Rafael Obregón (asesor), docentes e investigadores de la Universidad del Norte; Claudia Nieto, investigadora de la Fundación Imaginario (coinvestigadora); Gabriel Aristizábal y Henry Horacio Chaves (estudiantes de la Maestría en Comunicaciones de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad de Antioquia) y la profesora Mónica Pérez (quien se retiró del equipo de trabajo antes de la firma del acta de inicio respectiva).

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

A continuación se citan algunos trabajos y definiciones básicas asociados con las temáticas ejes del estudio.

La categoría de joven

En Colombia, según la Ley 375 de 1997, *Ley de la Juventud*, “joven es toda persona entre 14 y 26 años de edad, y juventud es un cuerpo social que tiene una enorme influencia en el presente y futuro de la sociedad, que puede asumir responsabilidades y funciones en el progreso del país de acuerdo a su formación, desarrollo y participación en la vida económica, cultural, ambiental política y social del país”.

Las políticas públicas de juventud en Colombia

La formulación de políticas públicas de juventud en varios países de Latinoamérica constituye una marcada tendencia desde hace varios años, apoyada en leyes de juventud (Krauskopf, 2005). A continuación se presentan las acciones estatales orientadas a la atención y promoción de la juventud que se han llevado a cabo en Colombia:

- En 1968, mediante el Decreto 2743, se crea Coldeportes. En 2011 fue transformado, mediante el Decreto 4183, en el Departamento administrativo del deporte, la recreación, la actividad física y el aprovechamiento del tiempo libre.
- En 1985 se instaura el Consejo Nacional Coordinador de Juventud.
- En 1991 se promulga la Constitución Política de Colombia, la cual en su artículo 45 hace referencia a los jóvenes: “El adolescente tiene derecho a la protección y a la formación integral. El Estado y la sociedad garantizan la participación activa de los jóvenes en los organismos públicos y privados que tengan a cargo la protección, educación y progreso de la juventud”.
- En 1992 se lleva a cabo el CONPES³ de juventud 2626.
- En 1994 se crea, por medio del decreto 1953, el desaparecido Viceministerio de la Juventud.

³ CONPES (Consejo Nacional de Política Económica y Social).

- En 1995 se lleva a cabo el CONPES de juventud 2794.
- En 1997 se crea la Ley 375, conocida como la “Ley de la Juventud”.
- En 2000, mediante el decreto 089, se reglamenta la organización y el funcionamiento de los consejos de juventud.
- En 2000, mediante el decreto 822, se crea el Programa Presidencial “Colombia Joven”.
- En 2004 se expide la Política Nacional de Juventud “Bases para el Plan Decenal de Juventud 2005-2015” (Gómez, 2006).

Las políticas públicas de juventud en Antioquia

El Plan de Desarrollo de Antioquia 2008-2011 contempla la necesidad de contribuir a la mejora de la calidad de vida de los jóvenes, el disfrute de sus derechos, y la reducción de sus niveles de vulnerabilidad; para que se constituyan en actores del desarrollo social. Además, se concibe en el citado documento 1) el impulso a propuestas investigativas que apunten a describir las condiciones en las que se encuentran los jóvenes, para favorecer su promoción, inclusión y desarrollo integral; y 2) la promoción de la comunicación pública como una alternativa articuladora de la educación, el reconocimiento y valoración de este grupo poblacional.

La televisión

La televisión ha sido objeto de interés para diversos autores, quienes se han ocupado, entre otros asuntos, de los aspectos técnicos asociados a la dirección y producción de video y televisión; así como los alcances dramáticos y expresivos ligados al medio (Wagner, 1972; Quijada, 1986; Montoya, 2001; Bravo, 1993; D'Victorica, 2002; Burrows, Foust, Gross & Wood, 2003); de la reflexión y el análisis de la regulación de los contenidos televisivos por parte de entes de vigilancia y control, y las comisiones especiales como los consejos audiovisuales (Aguaded Gómez & Vera Aranda, 2009); de los discursos televisivos y su apropiación social por parte de individuos y grupos (Bueno Fisher, 2004, traducido por Baptista), y de la investigación sobre televisión (Casetti & Di Chio, 1999).

Los jóvenes y los medios de comunicación

En lo que se refiere a este apartado un primer grupo de autores se han referido a la televisión pública, y al análisis de los medios masivos de comunicación en el país (Herrán, 1991; Rey, 2001, 2002); un segundo grupo, ha optado por revisar algunas de las formas de comunicación que se dan entre los jóvenes (Muñoz, 2007); llevar a cabo investigaciones sobre los jóvenes de la ciudad, el liderazgo y las identidades políticas; así como los programas de prevención de la violencia juvenil que se han puesto en marcha con el apoyo de los medios de comunicación (Vega, 2006; Garcés, Patiño & Torres, 2008; Pérez & Vega, 2010); un tercer y último grupo, se ha ocupado de estudiar el impacto de la televisión en los jóvenes, y de los perfiles de los consumos televisivos de los adolescentes y de los jóvenes con respecto a otros grupos etarios (Arango y González, 2009; Sandoval, 2006; Aristizábal, 1996; Medina, Villa & Franco, 2003; Arango & González, 2009; Medrano Samaniego, Airbe Barandiaran & Palacios Navarro, 2010).

Las políticas públicas de juventud y de televisión

Algunos de los subtemas que reporta la literatura especializada sobre estos tópicos transversales son: 1) los retos y variables que plantea en Latinoamérica, Antioquia y Medellín la formulación e implementación de políticas de juventud, (Krauskopf, 2005; Ortiz, Álvarez, Sánchez, Noreña, Gallego, Maya y Tabera, 2003; Uribe, Salazar y Puerta, 2002; Macassi, 2003; Dávila, 2009; León, 2009), y su influencia en la inclusión y el desarrollo social (Zornoza & Rodríguez, 2010; Plan de desarrollo de Antioquia, 2008-2011); y 2) los resultados de algunas investigaciones llevadas a cabo por universidades públicas y privadas del país durante el bienio 2002-2004 (Comisión Nacional de Televisión CNT).

METODOLOGÍA INVESTIGADORA Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

Metodología investigadora

Se trata de un estudio cualitativo.

Para cumplir con los objetivos de la investigación, se ha llevado a cabo una revisión de la literatura especializada y un análisis documental, que temáticamente

coincide con cada una de las variables del estudio. Se diseñaron y validaron dos instrumentos: 1) Entrevista para identificar y caracterizar las prácticas de producción televisiva, y 2) Escala para el análisis de los programas de televisión. El primer instrumento se ha aplicado a los directores, realizadores y/o productores de los contenidos televisivos seleccionados. La muestra está integrada por seis canales de televisión (3 públicos y 3 privados) y por 11 programas en total. Los programas que integran la muestra, por canal (acompañados de algunas palabras clave que definen su línea temática), son:

Teleantioquia (canal público regional):

- Arriba mi barrio: comunas deprimidas, líderes juveniles, iniciativas de paz.
- Muchachos a lo bien: jóvenes, historias de vida, inclusión social.
- Musinet: música local, nacional e internacional; entretenimiento.
- Más que piel: educación sexual, jóvenes, familia, relaciones afectivas sanas.

Telemedellín (canal público local):

- Camino al barrio: liderazgo, desarrollo comunitario, integración barrial.
- Fuerza joven: pospenados, jóvenes en alto riesgo, prevención.
- Sexo a lo bien: salud sexual y reproductiva, prevención.

Canal Universitario de Antioquia. Canal U. (canal público local):

- La última vocal: vida universitaria, investigación, inclusión, participación.

Cosmovisión (canal privado local):

- *El jalapeño*: vida cotidiana, picardía, entretenimiento.

Canal UNE (canal privado local):

- Versión Beta: actualidad tecnológica, entretenimiento, formación.

Televida (canal privado local):

- Punto crítico: temáticas de interés general, análisis crítico, debate, opinión.

Resultados

Hasta el momento se ha entrevistado a los realizadores, productores y/o directores de los once programas de televisión que constituyen la totalidad de la muestra, los resultados parciales han permitido evidenciar lo siguiente:

- La mayoría de los entrevistados se refieren a rangos de edad variables como aspecto fundamental de la categoría de joven.
- La mayoría de los entrevistados cuyos programas hacen parte de canales públicos mencionan que si bien las propuestas televisivas no han sido concebidas para un estrato socioeconómico específico, estos tienen mayor impacto en los sectores populares y en la clase media baja y/o en ascenso a la clase media.
- El nivel de formación de la audiencia no es un criterio que se tenga en cuenta en la formulación y/o realización de las propuestas de televisión juvenil consideradas.
- Los aspectos estéticos más relevantes en la producción de las propuestas de televisión juvenil son la escenografía, el vestuario de los presentadores y el manejo de planos específicos (especialmente abiertos y en algunos casos, medios y/o americanos).
- Algunas de las temáticas que a juicio de los entrevistados tienen mayor valor para este grupo poblacional son: 1) lo cotidiano, 2) las identidades juveniles, 3) las vivencias de los jóvenes, 4) las dinámicas culturales, sociales y/o políticas de la ciudad (según la temática central del programa), 5) las relaciones interpersonales (lo cual se evidencia por el manejo y apropiación de redes sociales y de canales de comunicación digital).
- Las temáticas que se abordan en cada capítulo se definen en la mayoría de los programas atendiendo a los temas en los que los televidentes manifiestan interés a través del correo electrónico, las redes sociales o las llamadas al programa cuanto se encuentra al aire. Otro criterio que permea este tipo de producciones son los temas que en el momento tienen cierta relevancia o impacto a nivel cultural, social o político. Sin embargo, en algunos canales privados suelen haber otros criterios a tener en cuenta en este aspecto, como las directrices del canal, las asignaciones específicas por parte de la dirección y las pautas que puede brindar el mercado de consumo con ocasión de ciertas efemérides (día de madres, día de la mujer, amor y amistad, navidad).
- Las políticas de juventud propuestas por los entes gubernamentales son referentes para algunos de los programas de la muestra, especialmente para los que pertenecen a canales públicos.

- La mayoría de los entrevistados coincide en que el liderazgo, la visibilidad y la participación del joven, así como la sexualidad, ocupan un renglón importante en las agendas de programación del canal del que hacen parte y que los jóvenes son concebidos como sujetos de derechos.
- Las dinámicas de producción de televisión son en su mayoría, relativamente aceleradas tanto en la elección de los temas como en la consecución de los invitados y en la producción en general.
- Aunque no en todos los canales la programación dirigida a los jóvenes se hace con criterios muy diferenciados del resto de la programación, los entrevistados coinciden en que así debería ser y que resultaría especialmente útil disponer de una serie de pautas que orientaran la formulación, producción y divulgación de este tipo de contenidos televisivos.
- Entre los principales aciertos de la producción de programas de televisión para jóvenes se encuentra que: 1) este grupo poblacional tiene voz; 2) el contar con un espacio en televisión que se ocupe de sus problemáticas e intereses les da visibilidad, liderazgo y empoderamiento; 3) el tratamiento de algunas temáticas en las citadas propuestas televisivas aumenta la autoestima de los jóvenes y contribuyen al descubrimiento de su identidad; 4) los jóvenes encuentran en la televisión alternativas para ocupar su tiempo libre.
- Algunas de las principales dificultades que presenta la realización de las propuestas de televisión para jóvenes, a las que hicieron referencia los entrevistados son: 1) la falta de tiempo para llevar a cabo una investigación previa a profundidad, para conocer a los invitados al programa antes de comenzar a grabar, y para familiarizarse con el ambiente de las locaciones (para los que graban en exteriores); y 2) las limitaciones que se tienen para desplazarse por toda la ciudad y conocer de primera mano los ambientes en los que se desenvuelven los jóvenes y cubrir sus eventos de interés.

Análisis de los resultados

La revisión de la literatura especializada y el análisis documental que se han llevado a cabo en el marco de la referida investigación, han permitido evidenciar, entre otros aspectos, lo siguiente:

- Con frecuencia los estudios sobre juventud revelan a los jóvenes: 1) vulnerables y en riesgo, en la búsqueda de sus identidades; 2) con problemas propios de su

- edad; 3) como portadores de una cultura específica; 4) como sujetos de derechos; 5) como protagonistas del cambio social.
- Desde hace varias décadas, los jóvenes y el tratamiento de sus problemáticas ocupan un renglón importante dentro de las agendas gubernamentales de Colombia y de varios países latinoamericanos.
 - Es necesario promover la formulación, seguimiento y evaluación de las iniciativas juveniles en todos los ámbitos posibles, con el mismo interés que se impulsan políticas públicas de juventud.
 - Los lineamientos básicos de las políticas públicas que aluden a este grupo poblacional, generalmente están inspirados en una concepción del joven que privilegia su potencial como agente transformador de la sociedad.
 - Aunque los jóvenes y sus problemáticas son uno de los temas de interés científico en el campo de las ciencias sociales, los estudios sobre los jóvenes como protagonistas-productores de contenidos televisivos, son relativamente escasas.

CONCLUSIONES E IMPLICACIONES PRÁCTICAS

Algunas de las recomendaciones emanadas de la opinión de los entrevistados sobre los aspectos que deberían tenerse en cuenta en la formulación y/o realización de los programas de televisión juvenil que, en contraste con los hallazgos emanados de la revisión de la literatura especializada, se constituyen en conclusiones y que al mismo tiempo traen consigo orientaciones prácticas son:

- Es necesario dedicar mayor tiempo al estudio de las temáticas de interés para los jóvenes y a las condiciones en las que se realizará el programa.
- Es recomendable definir y conocer mejor el público objetivo al que se dirige la propuesta.
- Es preciso que los directores de los programas sean conscientes de que los presentadores de los mismos no son únicamente “la fachada” del espacio televisivo y del canal, son también referentes para los jóvenes que los ven; por eso su vestuario, su lenguaje, su misma escala de valores, deberían ser aspectos a tener en cuenta en la producción de este tipo de contenidos.
- Los jóvenes, más que pautas sobre lo que deben hacer y lo que no, necesitan ver modelos a seguir en las propuestas de televisión orientadas a este grupo poblacional.

- Los directores, realizadores y/o productores de los programas de televisión para jóvenes deberían permeear sus propuestas de un claro sentido de la responsabilidad social.
- La regla número uno para todos aquellos interesados en realizar programas de televisión para jóvenes es conocerlos muy bien, relacionarse auténticamente con ellos y valorarlos tal y como son para plasmar de una forma respetuosa y objetiva sus realidades, sin caer en los estereotipos.

En la perspectiva de una triada crucial para el desarrollo: comunicación, educación y medios (Villa, 2007), que apunte a la mejora en la accesibilidad al conocimiento y como una estrategia para contribuir al cierre de la brecha digital (de cara al apagón de la televisión analógica que próximamente tendrá lugar en Colombia), los canales de televisión tendrán que: 1) privilegiar las investigaciones orientadas a conocer más de cerca las tendencias y gustos de los diferentes públicos objetivos, 2) producir contenidos televisivos que le apuesten a la reivindicación de la figura del joven y de sus potencialidades, 3) lograr que algunos de los contenidos dirigidos a este grupo poblacional estén articulados exitosamente a las políticas públicas vigentes, 4) desarrollar más contenidos televisivos altamente cualificados, atractivos e inspiradores, para jóvenes, realizados por jóvenes, y 5) procurar que estas propuestas comunicativas contribuyan significativamente al desarrollo social.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abad, M. (2002): Las políticas de juventud desde la perspectiva de la relación entre convivencia, ciudadanía y nueva condición juvenil. En *Revista Última Década*, núm.16, pp.117-152. Viña del Mar: CIDPA. Consulta el 15 de septiembre de 2011. <http://ilo-mirror.library.cornell.edu/public/spanish/region/ampro/cinterfor/temas/youth/doc/not/libro261/libro261.pdf>
- Aguaded, J. I. & Vera, A. L. (2009). El control de los contenidos televisivos en las autoridades reguladoras y los consejos audiovisuales. En *Contratexto*, núm. 17, pp.71-84. Lima.
- Arango, G. & González, M. I. (2009). Televidencias juveniles en Colombia: fragmentación generada por un consumo multicanal. En *Palabra Clave*, Vol.12.2, pp. 215-234. Bogotá.

- Aristizábal, V. (1996). Los jóvenes y la televisión. En *Revista de Ciencias Humanas*, Vol. 03.7, pp. 93-98. Pereira.
- Bravo, R. (1993). *Producción y dirección de televisión*. Limusa: Medellín.
- Bueno, R. M. (2004). Baptista, D. (Traductor). Problematizaciones sobre el ejercicio de ver: medios e investigación en educación. En *Revista Educación y Pedagogía*, Vol. 16.40. pp. 59-72. Medellín.
- Burrows, T. D., Foust, J. C., Gross, L. S. & Wood, D. N. (2003). *Producción de video: disciplinas y técnicas*. México: McGraw-Hill, 8 ed.
- Casetti, F. & Di Chio, F. (1999). Lacalle, C. (Traductor). *Análisis de la televisión: instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Barcelona: Paidós.
- Comisión Nacional de Televisión, Universidad Nacional de Colombia, Universidad de Los Andes y Universidad Libre de Colombia (2004 a). *Hallazgos y resultados de las investigaciones realizadas por universidades públicas y privadas del país 2002-2004*. Programa de investigaciones académicas sobre televisión [archivo de computador]. Bogotá: CNT (Comisión Nacional de Televisión).
- Comisión Nacional de Televisión, Universidad Nacional de Colombia y Universidad de los Andes (2006 b). *Programa de investigaciones académicas sobre televisión: los jóvenes y la televisión*. Bogotá: Comisión Nacional de Televisión (CNT).
- Dávila, O. (2009). Jóvenes chilenos y sudamericanos: demandas, aspiraciones y políticas de juventud. En *Última década*, Vol. 17.31, pp. 147-177. Valparaíso.
- D'Victorica, R. (2002). *Producción en televisión: procesos y elementos que integran la producción en televisión*. México: Trillas.
- Espina, R. (2009). Hacia la eliminación de las brechas raciales: juventud y programas de la Revolución. En *Última década*, Vol. 17.31, pp. 89-106. Valparaíso.
- Garcés, A. P., Patiño, C. D. & Torres, J. J. (2008). *Juventud, investigación y saberes: estado del arte de las investigaciones sobre la realidad juvenil en Medellín 2004-2006*. Universidad de Medellín. Universidad de San Buenaventura y Alcaldía de Medellín Medellín: Universidad de Medellín 1ra. Ed.
- Gómez, W. (2006). La travesía de la juventud hacia las políticas públicas (editorial). En *Red de gestores sociales*, pp. 2-11.
- Herrán, M. (1991). *La industria de los medios masivos de comunicación en Colombia*. Bogotá: FESCOL.
- Jaillier, E., Herrera, J. & Cruz, M. (2010). Interactividad, participación y televisión digital: ¿Está preparada la población colombiana? *Pensar la Comunicación II*.

- Reflexiones y resultados de investigación. Medellín: Editorial Universidad de Medellín.
- Krauskopf, D. (2005). Desafíos en la construcción e implementación de las políticas de juventud en América Latina. En *Nueva Sociedad*, 200, pp.141-153. Caracas; Buenos Aires.
- León, B. (2009). *Telerrealidad: el mundo tras el cristal*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones; Series Colección Periodística (31).
- Lozano, M. (2003). Nociones de Juventud. *Última década*, 18, pp.11-19.
- Macassi, S. (2003). Agenda pública y vivencias ciudadanas juveniles. Los jóvenes y la cultura política de la pantalla. En *Jóvenes: Revista de Estudios sobre Juventud*, Vol. 07.18, pp.126-157. México.
- Medina, A., Villa, C., & Franco, G. (2003). *Evaluación del impacto en televisión: el caso de Muchachos a lo bien*. Medellín: Fundación Social.
- Medrago, C., Airbe, A. & Palacios, S. (2010). El perfil de consumo televisivo en adolescentes, jóvenes y adultos: implicaciones para la educación. En *Revista de Educación*, 352, pp. 545-566. Madrid.
- Montoya, S. (2001). *La producción de videos: procesos y modos de expresión*. Medellín: Universidad de Antioquia.
- Muñoz, G. (2007). La comunicación en los mundos juveniles. En *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales Niñez y Juventud*, 5, pp. 35-47.
- Oficina de la Juventud (1997). *Política local de juventud: documento para la discusión pública*. Medellín: Secretaría de Bienestar Social, (Autor Corporativo).
- Orozco, G. 1996). Elementos metodológicos para estructurar programas de educación para los medios. En *Tecnología y Comunicación Educativas*, Vol. 10.26, pp. 45-51. México.
- Ortiz, M. O., Álvarez, D. M., Sánchez, F. Y., Noreña, M. I., Gallego, L. M., Maya, J. D. & Tabera, D. A. (2003). *Diseño de la política pública departamental de juventud: tercera versión*. Medellín: Universidad de Antioquia, Facultad de Ciencias Sociales y Humanas; Gobernación de Antioquia. Secretaria de Educación para la Cultura.
- Pérez, M. & Vega, J. (2010). Memorias de organizaciones juveniles, comunicación e identidades políticas. Estudio de caso del Colectivo Pasolini en Medellín. *Pensar la Comunicación II. Reflexiones y resultados de investigación*. Medellín: Editorial Universidad de Medellín.
- Plan de Desarrollo de Antioquia 2008-2011. Consulta el 20 de mayo de 2011 de:

<http://juventud.seduca.gov.co/index.php/plan-de-desarrollo/93-antioquia-tiene-un-plan-para-la-juventud>

- Quijada, M. A. (1986). *La televisión: análisis y práctica de la producción de programas*. Medellín: Trillas.
- Rey, G. (2001). El escenario móvil de la televisión pública. Algunos elementos de contexto. *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*. pp. 72-103. Convenio Andrés Bello: Bogotá.
- Rey, G. (2002) *La Televisión en Colombia*. En Orozco, G. (Coord.) *Historias de la televisión en América Latina: Argentina, Brasil, Colombia, Chile, México, Venezuela*. (pp. 117-162). Gedisa: Barcelona.
- Rodríguez, A., Rodríguez, R., & Sevilla, M. (2008). Más televisores que televisión: espacios domésticos y televisión en Cali entre 1954 y 1970. En *Signo y pensamiento*, 52, pp.145-164. Bogotá.
- Sandoval, M. (2006). Los efectos de la televisión sobre el comportamiento de las audiencias jóvenes desde la perspectiva de la convergencia y de las prácticas culturales. En *Universitas Psychologica*, Vol. 05.2, pp. 205-222. Bogotá.
- Secretaría de Educación y Cultura y Universidad de Antioquia. Facultad de Ciencias Sociales y Humanas (2003). *Bases para la implementación y el desarrollo de la política pública Departamental de la juventud para Antioquia: 2*. Medellín: Gobernación de Antioquia, (Autor corporativo).
- Uribe, M. M., Salazar, C. A. & Puerta, A. L. (2002). *Observatorio de juventud para el municipio de Medellín [archivo de computador]*. Medellín.
- Vega, J. & Mendivil, C. R. (2010) jovenHABLAjoven: Experiencia de Eduentretenimiento de segunda generación en trabajo sobre sexualidad y género entre jóvenes. *Folios 23*. Medellín.
- Vega, J. (2006). *Estado del arte de los programas de prevención de la violencia en jóvenes, basado en el uso de los Medios de Comunicación*. Pan American Health Organization (OMS), Cooperación Técnica Alemana-GTZ.
- Recuperado el 8 de octubre de 2011 de:
http://www.paho.org/spanish/ad/fch/ca/ca_comunicacion.violencia.pdf
- Villa, N.H. (2007). Las Tecnologías de la Información y la Comunicación como elemento articulador de la triada comunicación, educación y medios. En *Folios*, 12 y 13, pp. 32-39. Medellín.
- Wagner, F. (1972). *La televisión: técnica y expresión dramática*. España: Labor.
- Zornoza, J. A. & Rodríguez, N. S. (2010). Democracia deliberativa y políticas de juventud: un camino a la inclusión social. En *Política y derechos*



Revista científica electrónica de Educación y Comunicación en la Sociedad del Conocimiento

Fundada en 2002 - II Época - <http://www.eticanet.org> - ISSN: 1695-324X

Publicación en línea (Semestral) Granada (España) Año XII Número 12 Vol. I Enero- Junio de 2012

fundamentales: jornadas académicas de ciencia política. Medellín:
Universidad Nacional de Colombia, Departamento de Ciencia Política.