



CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA



DIRECCIÓN GENERAL
DE SERVICIOS DE
DOCUMENTACIÓN,
INFORMACIÓN
Y ANÁLISIS

DIRECCIÓN DE SERVICIOS DE INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS
SUBDIRECCIÓN DE ANÁLISIS DE POLÍTICA INTERIOR

**“CONTENIDOS Y LINEAMIENTOS EN MATERIA TELEVISIVA
RESPECTO A LAS AUDIENCIAS INFANTILES EN MÉXICO”**
*Marco Teórico Conceptual, Marco Jurídico, Instrumentos Internacionales,
Iniciativas, Informe de Consumo de Televisión y otros Medios de Comunicación
y Opiniones Especializadas*

Mtra. Claudia Gamboa Montejano
Investigadora Parlamentaria

Lic. Miriam Gutiérrez Sánchez
Auxiliar de Investigación

Julio, 2016

Av. Congreso de la Unión Núm. 66; Colonia El Parque; Delegación Venustiano
Carranza; Ciudad de México; C.P. 15960. Teléfono: 50360000 ext: 67033 y 67036
Fax: 5628-1300 ext.4726

e-mail: claudia.gamboa@congreso.gob.mx

**“CONTENIDOS Y LINEAMIENTOS EN MATERIA TELEVISIVA RESPECTO A LAS
AUDIENCIAS INFANTILES EN MÉXICO”**

**Marco Teórico Conceptual, Marco Jurídico, Instrumentos Internacionales, Iniciativas,
Informe de Consumo de Televisión y otros Medios de Comunicación y Opiniones
Especializadas**

ÍNDICE

	Pág.
INTRODUCCIÓN	3
RESUMEN EJECUTIVO	4
1. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	6
1.1 Relación entre los medios de comunicación y la educación informal	6
1.2 Principales Mecanismos Psicológicos de la Conducta Televisiva en los Receptores	7
1.3 Violencia Simbólica en los Contenidos Televisivos	9
1.4 Existencia o no de Influencia Social y Agresividad Televisiva en los Menores	12
1.5 ¿Cuánto tiempo ven y qué ven los niños en televisión?	13
2. GÉNEROS TELEVISIVOS A NIVEL NACIONAL	15
3. CRITERIOS VIGENTES DE CLASIFICACIÓN DE CONTENIDO AUDIOVISUAL EN MÉXICO	17
4. MARCO JURÍDICO	21
4.1 Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.	21
4.2 Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión.	21
4.3 Ley Federal de Cinematografía.	26
4.4 Ley General de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes.	27
5. INSTRUMENTOS INTERNACIONALES	28
6. INICIATIVAS PRESENTADAS A DISTINTOS ORDENAMIENTOS EN MATERIA DE CONTENIDOS DE PROGRAMACIÓN PARA MENORES DE EDAD DURANTE LAS LEGISLATURAS LIX, LX Y LXII	31
7. DERECHO COMPARADO	61
8. INFORME DE CONSUMO DE TELEVISIÓN Y OTROS MEDIOS DE COMUNICACIÓN (INTERNET Y VIDEOJUEGOS) EN LOS MENORES DE EDAD DE MÉXICO	79
9. OPINIONES ESPECIALIZADAS	83
10. GLOSARIO	90
CONSIDERACIONES FINALES	94
FUENTES DE INFORMACIÓN	95

INTRODUCCIÓN

Es por todos compartido que la infancia merece un trato especial y cuidadoso, toda vez que los niños son personalidades que están en plena consolidación, y es en los primeros años de vida cuando se experimentan los cambios más importantes en la vida de un ser humano; las influencias más determinantes y los aprendizajes más útiles.

La televisión se ha convertido gradualmente en el medio de comunicación más influyente en el desarrollo de diferentes patrones de comportamiento de las audiencias; los niños y adolescentes del mundo entero han crecido conjuntamente con la evolución del mercado televisivo, es por ello que esta realidad nos obliga a reflexionar sobre los contenidos audiovisuales que se diseñan para ellos.

La relación del desarrollo adecuado del infante con los contenidos de los medios de comunicación ha sido polémica, desde sus inicios, sin embargo en la actualidad, se considera que si bien pudiesen reconocerse determinados aspectos positivos, son más los posibles perjuicios de ciertos contenidos, aunado esto a las bastantes horas que diariamente pasan los niños viendo televisión en nuestro país, es que se agrava exponencialmente dicha problemática.

Es por ello que la presente investigación plantea conocer el perfil de consumo, los hábitos televisivos, los efectos positivos o negativos que se derivan de los contenidos, y en forma conjunta mostrar elementos diversos que se deben de considerarse para comprender el verdadero efecto que tiene el medio televisivo desde la perspectiva de las prácticas culturales en la infancia de nuestro país y sus efectos, así como el marco regulatorio al respecto.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo relativo a los contenidos y lineamientos televisivos infantiles se compone de los siguientes apartados:

- **Marco Teórico Conceptual**, se abordan cuestiones tales como: Relación entre los medios de comunicación y la educación informal; Principales Mecanismos psicológicos de la conducta televisiva en los receptores; Violencia simbólica en los contenidos televisivos; Existencia o no de influencia social y agresividad televisiva en los menores, y ¿Cuánto tiempo ven y qué ven los niños en televisión?
- **Géneros Televisivos a Nivel Nacional**, se exponen los nuevos Criterios Generales de Clasificación de Películas, Telenovelas, Series filmadas y Teleteatros Grabados.
- **Criterios Vigentes**, Se exponen los criterios actuales de Clasificación de Contenido Audiovisual en México.
- **Marco Jurídico**, Se expone la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión; Ley Federal de Cinematografía; y Ley General de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes.
- Se ubican diversos **Tratados Internacionales**, los cuales detallan aspectos respecto a la protección del menor respecto de los medios de comunicación.
- Se exponen las **Iniciativas** que se presentaron en la Cámara de Diputados en la materia, durante la **LIX, LX** y primer periodo ordinario de la **LXIII** Legislatura.
- **Derecho Comparado**, se exponen los principales lineamientos de contenidos televisivos de los países de: **Argentina, Chile, Costa Rica, Ecuador, España, Perú, Uruguay** y **Venezuela**.
- **Informe de Consumo de Televisión y otros Medios de Comunicación (Internet Y Videojuegos) en los Menores de Edad de México**, se detallan los principales niveles y tipos de audiencias en varios aspectos.
- **Glosario**, mediante el cual se mencionan los principales conceptos que atañen al tema.
- **Opiniones especializadas** en la materia.

CONTENTS AND LEGAL GUIDELINES ON TELEVISION FOR CHILDREN IN MEXICO

Theoretic framework, legal framework, International Legal Acts, Bills, reports on consumption of TV and other mass media, specialized opinions

This is a study on the contents and legal guidelines for children's TV programs structured in sections as follows:

- **A theoretic frame work** where an approach is laid on questions such as: the relationship between mass media and informal education; main psychological mechanisms of the televised conduct in relation to the principal addressees; symbolic violence in televised contents; presence or non presence of social influence and televised aggressiveness on children; how much television and what programs do children watch?
- **Nationwide televised** genres in order to present the current new general criteria for film, soap operas, filmed series and recorded theater classification.
- **Current criteria** for classifying audiovisual contents' in Mexico.
- **Legal framework:** Mexico's Federal Constitution; Federal Law on Telecommunications and Radio Broadcasting; Federal Act on Cinematography; Law on Children and Adolescents' Rights.
- **International Agreements** where aspects related to underage population protection are detailed in relation with mass media.
- **Bills** on the matter brought throughout the LIX and LX legislature and the LXIII's first session are presented.
- **Comparative law** study on the main guidelines for televised contents of Argentina, Chile, Costa Rica, Ecuador, Spain, Peru, Uruguay and Venezuela.
- **Television and other Mass media consumption report (including Internet and video games) in relation to Mexico's underage population**, the main levels and several aspects typifying audiences are described.
- **Glossary** meant to enlist the main concepts related to the topic.
- Lastly, a section with several **Specialists Opinions** is presented.

1. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

A continuación se plasma y desarrollan una serie de ideas y concepto relativos a las implicaciones emocionales y psicológicas que conlleva el estar expuesto a programas de televisión, sobre todo, del hecho de ver regularmente ciertos programas, así como el tiempo que se dedica diariamente a esta actividad, focalizando esto en la población infantil que como sabemos día con día son los que por distintas razones están más cerca de este fenómeno comunicacional y de educación no formal.

1.1 Relación entre los medios de comunicación y la educación informal

Los medios de comunicación son importantes agentes educativos como difusores de una educación informal, principalmente por las características de sus mensajes, se han convertido en el corazón de la vida cultural, es decir, todo lo que se ve, escucha y lee es a través de los centros de diversión y consumo, la televisión, la prensa, la música, y las nuevas tecnologías, situación que lleva a establecer lo siguiente:

“La educación no formal es la manifestación de modalidades y actitudes educativas diferentes de las implicadas en la educación escolarizada, pero ha ido encontrando objetivos y elementos que le dan rasgos propios y una nueva calidad, como ocurre con la alfabetización funcional y la educación de adultos, y desarrollando metodologías bastante específicas para esos ámbitos, como las que regulan el trabajo de concientización de las comunidades y la animación socio cultural.” De esta manera podemos considerar que “la educación no formal es la que generalmente se da fuera del marco de las instituciones educativas, especializadas para proveer aprendizajes a sub. Grupos especiales de la población, aprendizajes que se pueden ofrecer en muchas circunstancias y a través de diferentes instituciones y personas”.¹

“La televisión, la radio, los libros, el diario, las revistas, la telefonía móvil son algunos de los ejemplos de la realidad tecnológica que dinamizan este tipo de educación en la que se pueden perder las conciencias débilmente socializadas, ya que es un enorme cúmulo de información sin límite que se dispone para una infinidad de usos en los que las consecuencias pueden ser avasallantes para la formación de los individuos que no han fortalecido suficientemente la personalidad, principalmente, en los aspectos éticos de su desarrollo social.

La educación informal es una dimensión educativa casi inexplorada e incomprensida por el sistema educativo, por lo que se entiende como un vasto y fértil campo para realizar investigación educativa y social que nos permita erradicar en la medida de lo posible el mal uso que hacemos de los elementos y factores que componen su dinámica natural”.²

Ahora bien, mediante la educación informal, el conocimiento está cada vez más mediatizado y con mayor dependencia de la tecnología, es decir, es muy difícil, por no

¹ Marenales. Emilio. “Educación Formal, No formal e Informal”. Documento localizado en la dirección de Internet: <http://www.inau.gub.uy/biblioteca/eduformal.pdf>

² Pérez Contreras. María de Monserrat. Infancia y Violencia en Medios de Comunicación. Aproximación a un Aspecto de la Educación Informal. Revista Jurídica. Boletín de Derecho Comparado. Disponible en la dirección de Internet: <http://www.juridicas.unam.mx/publica/rev/boletin/cont/121/art/art10.htm>

decir imposible, que se pueda controlar la gran cantidad de información, y no siempre positiva, que se transmite a través de los medios electrónicos y tratar de prohibirla o restringirla sería estéril, ya que el flujo de información viene por todos lados, en forma de mensajes visuales, auditivos o verbales.

Por otra parte, la escuela no puede competir con los medios, sin embargo, tampoco puede ignorarlos o tratar de denigrarlos ya que fracasaría de manera rotunda. Aunado a lo anterior, sería oportuno y beneficioso:

“resumir la influencia de la radio, la televisión y la publicidad, de la siguiente manera: La radio debe crear programas que tiendan a difundir las transformaciones que está sufriendo y debe sufrir el papel social de la familia y las relaciones entre sus integrantes, así como en particular la situación de los niños, las niñas y los adolescentes y sus derechos, por medio de los cuales se trata de crear una conciencia social sobre tales problemas.

La televisión se puede clasificar como recreativa básicamente, aunque existen algunos canales y programas culturales; en este medio existe una tendencia a la difusión de roles y actitudes discriminatorios, de intolerancia y violencia, basta ver una gran gama de programas infantiles en los que la violencia es el tema fundamental para la solución de conflictos; ya no se diga del resto de la programación.

Resultaría importante un cambio que comenzara a erradicar estos modelos sociales, y que considerara, por ejemplo en los contenidos de la programación, medios alternativos de solución de conflictos, tolerancia, respeto a los derechos y libertades fundamentales, reconsideración del papel y del lugar de los integrantes de la familia, su funcionamiento y los esquemas bajo los cuales se relacionan los mismos; trabajar para erradicar los roles tradicionales de sumisión e inferioridad y subordinación en este medio, así como de eliminación de tanta carga de violencia mediante la difusión de programas educativos en áreas de interés social como la salud, información jurídica sobre la infancia y la erradicación de la violencia familiar, etcétera”.³

1.2 Principales Mecanismos Psicológicos de la Conducta Televisiva en los Receptores

A continuación se mencionan los principales mecanismos psicológicos que adoptan los espectadores (televidentes pequeños, jóvenes y adultos) respecto de las conductas televisas.

El televidente no sólo enciende el televisor irreflexivamente o por falta de mejores alternativas de distracción o diversión, sino que es parte de una forma sociocultural aprendida y distinguible de otras, no se enfrenta a la pantalla con la mente en blanco, sino que trae a ella una serie de actitudes, ideas y valores que pone en juego con los repertorios preferentes propuestos en los mensajes televisivos para lo cual no hay garantía de que la apropiación final sea en la misma dirección en la que el mensaje fue propuesto, precisamente por las distintas mediaciones que estuvieron presentes en este proceso televisivo, es por ello que los principales mecanismos de la conducta televisiva son:

³ Ibídem.

“Identificación. con los personajes de los programas televisivos. Mecanismo de la adopción como propia de las características del héroe.

Imitación, condicionamiento. La imitación de un modelo socialmente aceptable (el héroe).

Agudización. La violencia incrementa el comportamiento ofensivo de sujetos propensos a la misma. Actúa como estímulo desencadenante en aquellos niños especialmente inquietos.

Ansiedad. El temor ante el entorno que se presenta como violento conduce a respuestas defensivas, que pueden producir respuestas de imitación y en este caso serán respuestas violentas.

Asociación. Se basa en la hipótesis de que el aprendizaje es una respuesta del organismo a una estimulación provocada por los elementos externos al individuo. El hombre aprende por asociaciones o conexiones entre estímulos y respuestas. Tiene que ver con el condicionamiento clásico, donde se relaciona con estímulo con otro que produce una determinada respuesta. Se trata de asociar que ante situaciones de conflicto, la única respuesta posible es la violencia. La repetición de este mecanismo va a generar el proceso de activación del individuo, que es la repetición de respuestas violentas, con lo que va a disminuir el umbral de sensibilidad del niño y le va a facilitar emitir respuestas similares.

Desensibilización. ante la repulsa de la violencia. La sucesiva exposición ante situaciones violentas produce que el niño cada vez sienta menos malestar ante las mismas. Para un niño que ésta acostumbrado a aceptar las respuestas violentas, posiblemente no le suponga malestar alguno ver cómo maltratan a otro niño.

El proceso de aceptación de la violencia televisiva y su transportación a la vida real no sólo depende de variables individuales, también influye la actitud familiar ante esta violencia. Entre las variables familiares implicadas en la repercusión de la violencia televisiva en los niños más pequeños está el comportamiento violento de los padres.

Un patrón de comportamiento violento por parte de algún progenitor o de ambos, sumado a la observación de violencia en televisión, puede aumentar las respuestas violentas en los niños, además de su justificación.

La exposición a programas violentos por los padres de familia. Sobre todo cuando la violencia no es criticada, puede inducir a los menores a entender que si sus padres no la condenan es que la aceptan y, por tanto, ellos la pueden imitar con tranquilidad”.⁴

Sin embargo existen posturas variadas, en relación a la anterior, al señalar que el efecto de la violencia en la televisión sobre los televidentes no incrementa las conductas agresivas:

“Por el contrario, consideran que más bien sirve como un medio para descargar indirectamente la agresividad, al permitir que el televidente se identifique con el personaje y libere todos los pensamientos y sentimientos violentos a través de dicha relación. Lo anterior es considerado como un efecto de catarsis, que en definitiva podría asumir los niveles de agresión en el televidente. Según esto, la violencia en la televisión no tendría el efecto de reproducir comportamientos violentos. Dentro de la misma línea, algunos individuos culpan a la televisión de los comportamientos agresivos de las personas en un intento por explicar tales conductas, olvidando los momentos en los cuales la misma pantalla chica muestra relaciones interpersonales, en las cuales se dan contactos amables, empáticos, solidarios y no violentos. Si la relación televisión-conducta agresiva fuese directa, ¿por qué estas otras conductas no agresivas no han logrado que las personas sean más amables con los demás?

⁴ Rebeil, María Antonieta, Gómez, Delia Guadalupe. “Ética, Violencia y televisión”. Editorial Trillas. 2008. Pag. 144 y 145.

La contradicción entre los diferentes resultado de los estudios realizados para evaluar el efecto de la violencia en televisión sobre el comportamiento de los televidentes y la imposibilidad para establecer resultados concluyentes lleva a pensar que la conducta humana es bastante compleja como para pretender explicarla a partir de un solo elemento. Aunque la violencia televisiva fuera fomentadora directa de las violencias, es claro que ésta es percibida e influye de diferente manera en los televidentes. Una amplia variedad de factores intervienen en la ejecución de comportamientos agresivos, la televisión sólo podría ser uno más de estos”.⁵

Cabe destacar que hoy en día más que enjuiciar el contenido de la televisión, es oportuno y necesario conocer con mayor profundidad el ámbito televisivo, en función de sus posibles efectos sociales en la generación de conductas agresivas y otras pautas de conducta aprendidas por imitación, donde destaca el sector de espectadores de menor edad, ya que ellos pueden ser los más indefensos en términos psicológicos.

1.3 Violencia Simbólica en los Contenidos Televisivos

Respecto a los contenidos que llegan a ser transmitidos por la televisión, éstos, juegan un papel fundamental en la organización de discursos e imágenes que las personas utilizan en sus actividades diarias y en su horizonte cultural, al lado de otras imágenes y discursos de sus vidas personales y de las variadas situaciones de comunicación interpersonal, por ejemplo el ir a la escuela, a trabajar o simplemente la convivencia dentro del hogar. Sin embargo, cuando estos contenidos muestran un impacto negativo (representación violenta) nos atañe, entonces, analizar si verdaderamente existe una violencia en los contenidos televisivos.

Lo que queda constatado en la siguiente apreciación:

“Los niños pueden aprender conductas agresivas mediante la observación de modelos simbólicos presentados en la pantalla televisiva. Ellos también pueden aprender a creer que las conductas agresivas son una solución aceptable a la provocación, ya que en los programas violentos esas conductas son vistas como moralmente justificables. En promedio, hay seis veces más violencia durante una hora de televisión infantil que en una hora de programación de televisión para adultos.

En la creencia de que “el mundo es lo que veo”, todo lo que se ve es lo que existe”, se considera a la televisión como una ventana al mundo, y de manera engañosa a la parte por el todo. Se deja de pensar en aquello que no se ve, ya que no existe, lo que es una distorsión en el conocimiento de la realidad. En primer lugar, cabe señalar que no todo lo que puede ver el niño es lo que mira, ya que actualmente el bombardeo de información hacia nuestros sentidos es muchísimo mayor que la capacidad de procesamiento del pensamiento. El niño recibe su primera impronta educacional en imágenes provenientes del televisor, registra y absorbe indiscriminadamente todo lo que ve (lo hace debido a que aún no cuenta con la suficiente madurez en el desarrollo de su pensamiento). Más tarde, se transforma en un adulto empobrecido, que no lee, que responde a estímulos casi exclusivamente audiovisuales.

⁵ Ibídem. Págs. 147.

Se estima que la agresividad también tiene una relación significativa con la televisión. Hay una asociación entre la exposición habitual a programas violentos y las conductas agresivas infantiles. La violencia se transforma en una compañera habitual, en una forma normal de vida. Asimismo, se analiza la relación entre la televisión, la imaginación y la creatividad. Los niños que se exponen a largas horas frente al receptor suelen participar menos en juegos que les ayuden a cultivar la capacidad para idear soluciones creativas a los problemas de su diario vivir".⁶

Ejemplo de lo anterior son las caricaturas las cuales son un factor de particular importancia, ya que los niños y los jóvenes, en ocasiones, las prefieren:

"Las generaciones pasadas estábamos acostumbradas a caricaturas como los Picapiedra, los Supersónicos, Bugs Bunny, etc., donde la violencia no era tan evidente. En la actualidad el dibujo animado japonés ha ganado un amplio espacio, quizá como el inadvertido heredero de la Segunda Guerra Mundial que cambio el concepto de las historias, de los personajes y los cargó de agresividad, les incorporó armas de fuego, situaciones bélicas, víctimas sangrientas y hasta cuadros repugnantes en los que el asco llamado a escena, como en el caso de Dragon Ball y Pokémon cuyos nombres, dicen algunos, invocan al demonio. En Ranma ½, donde al contacto con el agua un joven cambia de sexo y se aterroriza de ello, lo que destruye en el niño la propia concepción de la sexualidad. Eso es significativo, ya que puede ocasionar en los niños televidentes distorsiones acerca de la propia sexualidad y la de otras personas de su entorno.

A pesar de las luchas violentas y constantes, Dragon Ball es una de las series más vistas, lo que parecería que los mejores amigos de los niños son estas criaturas extrañas, complejas y algo oscuras, que aparecen en televisión y que han causado más de alguna denuncia por parte de los padres de familia indignados, que ven en esos dibujos, también llevados al comic, una fuerte tendencia a la violencia social y a la pornografía, que considera que estos comics generan.

Por otro lado, las caricaturas estadounidenses, como la muy popular los Simpson, cuyos personajes incluyen a un padre de familia "estúpido" y bebedor; un niño que está programado a no sobresalir en la vida; una niña estudiosa, inteligente e ingenua; una madre tradicional y reprimida; y una bebé que se pasa el día con su chupón en la boca y cayéndose continuamente; o South Park, que son dibujos de un humor fuerte, áspero y retorcido. Estas series contienen malos modales, groserías y sarcasmos pero a pesar de todo, en Estados Unidos de América son un éxito fenomenal y cuentan con un rating muy elevado. También se debe recalcar que hay un alto porcentaje de jóvenes que consumen este tipo de programas y sus edades oscilan entre los 17 y 18 años, por lo que se deduce que no sólo para niños. Se podría decir que esos dibujos animados tienen un efecto de adicción, por lo que muchas veces se cree que la televisión y sobre todo los dibujos animados fomentan la violencia, refuerzan prejuicios y no despiertan la imaginación ni el pensamiento crítico.

Precisamente la imagen, al incidir en las emociones de los receptores, no motiva el florecimiento de la capacidad reflexiva de los niños y adolescentes. No obstante, respecto de la violencia, cabe hacerse la pregunta ¿desde cuándo hay violencia en los dibujos animados?, Popeye, Tom y Jerry y tantas otras caricaturas de época de los años cincuenta y sesenta, también contenían violencia. Por otra parte, ¿qué les ofrece el mundo de distinto a los niños? En un chiste de un humorista, donde la madre reprende al hijo que está viendo dibujos animados: "Mira lo que estás viendo, pura violencia...", le dice, mientras que por la

⁶ Ibídem. Págs. 139 y 140.

radio se escucha en el noticiero: asaltos, secuestros, guerras. Por eso la pregunta, ¿qué tan malos son los malos? No se puede decir que una serie es completamente mala, por esto o por lo otro, sin antes analizar sus condiciones de producción, porque en definitiva, ¿quién hace los dibujos animados? Generalmente los adultos, y los hacen con un motivo, porque quieren comunicar algo a los niños. Pero ese mensaje no está totalmente desligado de ser también un mensaje cultural, es decir, que contiene los elementos ideológicos del país que lo produce. Esta ideología, cuando un producto es doblado del idioma original sufre transformaciones. En el caso del dibujo japonés, cuando se traduce a otras lenguas, cambia completamente el sentido de su mensaje. Por un lado, se produce una invasión al mundo del niño con un mensaje cultural que no le pertenece, y por el otro, la traducción ayuda a que la deformación del mensaje sea mayor. En un determinado mundo cultural, familiar y social, ofrecerle a los niños un mensaje distinto ¿Qué representa? Por tanto, muchos estudiosos se refieren a esta transcultural como que se está ejerciendo la violencia, un chico que está reñido con las costumbres de sus propios padres y de la sociedad que lo rodea es un problema, primero familiar y después social”.⁷

Aunado a lo anterior, se podría decir entonces, que la violencia es un fenómeno complejo y multifactorial, profundamente arraigado en la sociedad, que se relaciona con numerosos factores individuales y ambientales. Es decir no existe un tipo único de violencia, hay muchas formas de manifestarla, ejercerla y padecerla.

Ahora bien la rápida popularización de la televisión ha traído, al margen de otras características intrínsecas, un poder que viene dado por la especial atención que la audiencia le presta. A través de la televisión el niño se hace ciudadano del mundo, conoce otras culturas y accede a los lugares que tal vez le sería imposible llegar por otros medios, es por ello que la televisión es también, promotora de ideas y filosofías de vida. El niño comienza a conocer el mundo desde su propia casa y desde los más variados programas. Por ejemplo los niños dependen primariamente de la representación icónica, en contraposición a la representación verbal que es más simbólica. Sin embargo la habilidad para la interpretación visual se desarrolla con el tiempo, es decir que los niños aprenden progresivamente a (leer) las imágenes. Por ende los niños encuentran en la televisión un medio tanto de entretenimiento como de aprendizaje.

En relación a los tipos de violencia televisiva se han identificado las siguientes categorías:

“Hay tres tipos de violencia: narrada, visual y verbal. La primera corresponde al recuento verbal de amenazas, actos y/o consecuencias, hecho por una persona o personaje en la pantalla o que es escuchado desde fuera de ésta. La segunda sería la violencia efectuada de manera gráfica, es decir, que aparece en la pantalla. El abuso verbal es el uso del lenguaje con la finalidad de agredir o intimidar pero sin recurrir a la amenaza de fuerza física. Se ha encontrado que en los dibujos animados predomina la modalidad visual, seguida por la narrada y la verbal. La manera más frecuente en la que se presenta es mediante actos violentos y amenazas creíbles”.⁸

⁷ Ibídem. Págs. 141 y 142.

⁸ Ibídem. Pág. 142.

Por otra parte algunos también se clasifican los tipos de violencia que se exhiben en la Televisión:

Violencia gráfica: Los tele espectadores llegan a habituarse a las escenas de violencia que forman parte de la programación diaria de cualquier cadena de televisión. Con este propósito, determinados programas de televisión emiten, cada vez con mayor frecuencia, imágenes de violencia tan cercanas a la realidad que el espectador casi puede experimentar el sufrimiento de la víctima.

Violencia divertida: El contenido encierra una gran diversidad de escenas de violencia que llegan a resultar divertidas para los receptores. Con frecuencia, en los dibujos animados o en series destinadas a la audiencia infantil y juvenil.

Violencia justificada: Es la que surge del enfrentamiento entre héroes y villanos. La violencia del héroe se justifica en tanto en cuanto es utilizada con fines altruistas. Se ha comprobado empíricamente que este tipo de violencia lleva a ciertos receptores a reiterarla en su relación con los demás, de forma que, en un momento dado, se justifica su uso.

Violencia recompensada: Está relacionada con la violencia justificada; los actos violentos son recompensados en tanto que han servido para alcanzar objetivos “deseables”. El premio puede tener diversas formas: éxito social, premios y recompensas en dinero, éxito sexual, etc.⁹

1.4 Existencia o no de Influencia Social y Agresividad Televisiva en los Menores

La televisión se convierte en protagonista y delatora de algunas transformaciones sociales que afecta directamente a la organización de la vida social y familiar, es decir, las transformaciones sufridas en los estilos de vida que inciden directamente en la organización familiar y en la estrategia seguida por los programadores de las cadenas de televisión explican los hábitos detectados en relación a las franjas de mayor consumo infantil.

El tiempo juega en los medios televisivos uno de los papeles más importantes, ya que:

“...mediante él, el espectador construye la imagen y otra porque a partir de él los creadores ordenan y estructuran la obra. El espectador nunca recibe toda la información de inmediato, sino que mediante la edición se le van descubriendo las acciones o hechos, pudiendo formar éste una lectura mediatizada por estos factores. Con el desarrollo de las habilidades, los niños aprenden de manera progresiva a leer entre líneas, a completar con informaciones explícitas aquellas que no lo están, a entender el cambio de planos, de situaciones, etcétera.

No obstante, la edición no está exenta de intencionalidad; la interrelación entre los planos; la duración y encuadre de cada uno de ellos; el sonido, la música, el ruido o el silencio que

⁹ Jiménez Marcado, G. Joaquín. Castillo, Miguel Ángel. “La violencia y uso en los medios de comunicación”. Anuario de investigación. UAM-Xochimilco. México. 2011. Pag. 423 a 425.

les acompaña; el color y textura de los mismos, etcétera, hacen que al editar un material este se convierta en una determinada forma de transmitir y entender una historia o noticia en específico. Un ejemplo de ello son las risas enlatadas que acompañan a las comedias, ellas condicionan los momentos de cada situación cómica a partir del criterio de quien produce la serie. En los programas en donde participa el público, estas risas, aplausos y actuaciones aparentemente espontáneas, también son planificadas, lo cual reduce las posibilidades de opinión o criterios propios de los espectadores, homogeneizando, de esta forma, el humor. Así mismo se ensalzan o elevan a personas o productos que los medios consideran cómicos, relevantes o importantes, siguiendo criterios individuales para los que despliegan grandes campañas publicitarias que los lleven a ser aceptados por el telespectador”.¹⁰

1.5 ¿Cuánto tiempo ven y qué ven los niños en televisión?

Como ya se mencionó, en la actualidad, la televisión ha substituido muchas y varias formas de interacción que antaño tenía el niño con otras personas, con las que convivía cotidianamente, como los son los padres, los abuelos, los amigos, los hermanos etc., el actual ritmo de vida, hace de la televisión, la compañía si no ideal, pero si preferida y necesaria para no aburrirse y pasar toda la tarde, en caso de haber ido a escuela, en cuanto al tiempo que se destina a ello, se detalla que:

“El tiempo dedicado a la televisión varía en función de edad, sexo y clase social, y está en relación con el tiempo dedicado por los padres a los hijos. En promedio, los niños ven de 22 a 25 horas semanales de televisión. En los preescolares esa cifra llega a un promedio de 54 horas por semana, lo que significa de siete a ocho horas diarias. En general podemos decir que los niños pasan más tiempo frente a la televisión que en la escuela”.¹¹

En cuanto al tema de formato de dibujos animados, por desgracia éste que antes era exclusivo para audiencias infantiles, ha expandido sus contenidos hacia la audiencia adulta, lo que confunde a los miembros de la familia, al momento de sentarse a ver la televisión, ya que si bien se están viendo caricaturas, éstas no están diseñadas para una público infantil, de hecho no son aptas para niños, como lo se señala enseguida:

“El tema de los dibujos animados es muy complejo, por lo que tiene muchos aspectos y variables que hay que analizar. La televisión trasmite formas y estereotipos sociales en los que se presentan, directa e indirectamente, mensajes que conforman una actitud, con mayor influencia en los niños. La violencia, la sexualidad, los estereotipos de raza y de género y el abuso de drogas y alcohol son temas comunes en los programas de televisión, particularmente en las caricaturas o dibujos animados. Los niños pueden asumir que lo que ven en televisión también expone a los niños a tipos de comportamiento y actitudes que pueden ser abrumadores y difíciles de comprender, e incluso influye de manera trascendental en sus vidas, como podría observarse en *Los Simpson* y *South Park* entre otros”.¹²

¹⁰ Pérez Tornero. José Manuel. “El desafío educativo de la televisión. Para comprender y usar el medio”. 1ª edición, 1994. Págs. 90-92.

¹¹ Rebeil. María Antonieta. Gómez. Delia Guadalupe. Ética, Violencia y Televisión. Editorial Trillas. 2008. Pág. 137.

¹² *Ibidem*. Pág. 138.

Respecto a la influencia de la televisión, se menciona que ésta depende de dos factores: la exposición y el contenido. Cuanto mayor es la exposición del espectador al espectáculo televisivo, tanto mayor es, en general, la influencia ejercida por el medio, es decir:

“La televisión, y de la televisión, se ha dicho que muestra los hechos, la realidad tal y como puede ser, en síntesis una cierta verdad; sin embargo esta es una utopía a la que el medio no llegó nunca y a la que no llegará, porque cierto punto de vista, cierta intención, siempre estará presente. Sin embargo, si esa realidad se muestra partiendo del hecho de que esto es lo que yo pienso y lo que yo he percibido y no lo que nosotros - el espectador y el productor o realizador - pensamos, entonces se estará manipulando menos. Se mostraría un espacio de transparencia que se podría aceptar o rechazar. Dando todos los datos pertinentes que permitan al televidente formarse un criterio propio. Se estaría formando entonces, un espectador más inteligente y exigente, que no se conformaría con noticias a medias, repetitivas o mal dadas”.¹³

Aunado a ello:

“Los contenidos televisivos como medios para entretener, divertir y sorprender le están ganando la partida a los mensajes educativos, ya que todavía no han desarrollado todo el potencial de su espíritu crítico y están abiertos a casi todo conocimiento que les viene de fuera. Son cada vez más los programas más carentes de interés, sin ningún provecho para el espectador y lo que es peor, transmisores de valores y conductas con las que en absoluto comulgamos: sexismo, violencia, etc. Ofrecen modelos simbólicos relacionales –entre personas, hacia las cosas materiales y hacia los valores– que desempeñan un papel fundamental en el desarrollo emocional del niño, en la conformación de su conducta y en el de sus intereses y motivaciones. Estos modelos simbólicos no tienen por qué ser siempre negativos, pero numerosos estudios alertan que el alto contenido de violencia –manifiesta o subliminal– y de otros valores negativos en los programas, contribuye a generar actitudes agresivas y a favorecer el descenso en la sensibilidad ante la violencia o la desgracia de niños y adolescentes”.¹⁴

Es así, como puede apreciarse que desde el ámbito académico y teórico, son muchos los factores que deben de considerarse al momento de exponer hoy en día a cualquier niño a ver la televisión durante muchas horas y muchos días de a semana, ya que sin la debida guía y orientación de un adulto, el niño va haciendo conjeturas propias, así como asimilando patrones de contexto sociales, culturales etc., que van formando parte de su bagaje educativo aunque éste no sea el adecuado, por el contrario ya que va en perjuicio de principios y valores, que después se verán reflejados como parte activa de la sociedad, un cuestionamiento que habría que hacerse por lo pronto que tanto indiquen estos programas como elementos estimulantes en el fenómeno del *Bullying* que actualmente padece nuestra sociedad en las escuelas de todo el país.

¹³ *Ibídem.* Pág. 57.

¹⁴ *Ibídem.* Págs. 138.

2. GÉNEROS TELEVISIVOS A NIVEL NACIONAL

Es importante delimitar como se han clasificado los distintos tipos y clases de programas, es así que cabe señalar que en el medio televisivo, el género se entiende como:

“el interés de una estrategia de la programación que manifiesta una tendencia a diferenciar las unidades de emisión (programas) más allá de las diferencias básicas: ficción, información, entretenimiento o espectáculo...”¹⁵

La televisión al ser un medio de alcance tan masivo, tiene que incluir en su oferta no sólo gran cantidad de programas, sino también gran variedad de los mismos. Es por ello que a continuación se muestra una lista de géneros usados en el sistema de ratings en México y ofrece una breve definición de cada uno¹⁶:

Caricaturas
Programas hechos con dibujos animados o de realidad virtual.
Cómico
Programa que maneja cuadros cómicos, chistes, cuentos y cualquier otro elemento que intente provocar la risa.
Concurso
Programas en los que se compite para obtener uno o varios premios.
Cultura
Programa que presenta creaciones o noticias de las bellas artes y de las ciencias
Debate
Programa de discusión y confrontación de puntos de vista, en el que suele participar un panel de expertos y un moderador.
Deportes
Transmisión de eventos deportivos o programas de resumen deportivo, resultados y comentarios relacionados con el deporte.
Dramatizado unitario
Programa con un formato dramático de telenovela con la característica de que la trama dura sólo un capítulo.
Gobierno
Emissiones generadas por instituciones de gobierno que se transmiten en cumplimiento de la Ley.
Infantil
Programas no animados dirigidos a los niños.
Magazine
Programas que incluyen variedades, entrevistas, reportajes, investigaciones y comentarios.
Mercadeo
Programa que promueve la venta telefónica de productos, al presentar demostraciones del funcionamiento de los artículos ofrecidos.
Musicales
Programas que incluyen vídeos musicales, conciertos, presentaciones de cantantes y grupos musicales, entrevistas con los artistas y contenidos similares.
Noticiero
Programa que presenta información de lo más relevante acontecido en el país y en el mundo

¹⁵ Barroso García, Jaime. Realización de los Géneros Televisivos. Comunicación Audiovisual. Editorial Síntesis. Madrid. 2002. Pág. 190.

¹⁶ Op. Cit. Págs. 88 y 89.

Partidos Políticos
Programas que difunden la actividad de los partidos políticos registrados y que se presentan en cumplimiento a las leyes electorales.
Películas
Exhibición de producciones cinematográficas o hechas para televisión con el formato de un largometraje.
Reality Show
Programa de televisión continuo que transmite todas las actividades diarias de personas que comparten una misma locación y compiten por un premio o lo hacen tan solo por convivir.
Religión
Programas con contenido exclusivamente religioso.
Series
Producción en el que participa un cuadro de actores y en la que cada capítulo suele ser independiente del anterior.
Talk show
Programa en el que varios invitados hablan sobre un tema de actualidad e interés común.
Telenovelas
Melodrama conformado por capítulos seriados que se transmiten durante varias semanas.

Al respecto de lo anterior también es fundamental señalar:

“No es sencillo caracterizar la relación que hay entre la oferta y la demanda de distintos tipos de programas de televisión. Por una parte, esa relación tiende, en general, a ser estable. Ya que el repertorio que se le ofrece al telespectador es tan extenso, su vinculación con el medio se basa en buena medida en la conciencia anticipada de que el tipo de programación que prefiere lo encontrará en la proporción y los espacios de tiempo acostumbrados. A tal imperativo responde, por ejemplo, el establecimiento de barras de programación en las que se transmiten de modo secuencial programas diferentes del mismo género.

Por otro lado, la emisión y el consumo de programas se relacionan dinámicamente. Lo que se le propone al telespectador va cambiando para llamar y captar su atención, por lo que los programadores ajustan las parrillas de emisiones y horarios modificando las proporciones de ciertos tipos de programas, o incluyendo nuevas propuestas”.¹⁷

¹⁷ *Ibídem.* Pág. 94.

3. CRITERIOS VIGENTES DE CLASIFICACIÓN DE CONTENIDO AUDIOVISUALES EN MÉXICO

Complementario con los géneros y lo que determina de manera definitiva la idoneidad o no de ver ciertos programas de televisión son las bases que finalmente determina el gobierno, ya que se entiende que para tomar dichos criterios, antes se debió de llevar acabo el pertinente estudio en la materia para ello, es así que la Secretaría de Gobernación dio a conocer el año pasado el acuerdo por el que se establecen los nuevos: "*Lineamientos de clasificación de contenidos audiovisuales de las transmisiones radiodifundidas y del servicio de televisión y audio restringidos*".¹⁸

Los lineamientos tienen por objeto:

"Establecer las reglas en materia de contenidos y los criterios de clasificación que deben observar los concesionarios que presten servicios de radiodifusión o de televisión y audio restringidos y los programadores, en adelante Prestadores de Servicios, de conformidad con lo establecido en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión".¹⁹

Establece que la clasificación específica de los materiales grabados de acuerdo a sus características están categorizados de la siguiente forma:

Clasificación "AA": Contenido dirigido al <u>público infantil</u> ;
Clasificación "A": Contenido apto para todo público;
Clasificación "B": Contenido para adolescentes y adultos;
Clasificación "B15": Contenido para adolescentes mayores de 15 años y adultos;
Clasificación "C": Contenido para adultos, y
Clasificación "D": Contenido dirigido exclusivamente para adultos.

Al respecto de las clasificaciones enumeradas con anterioridad también dispone:

- Para el caso de las categorías "AA", "A" y "B", la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía debe vigilar que la clasificación que los Prestadores de Servicios designen a los materiales grabados, sea de conformidad con los criterios establecidos en los presentes Lineamientos.
- Para el caso de las categorías "B15", "C" y "D", los Prestadores de Servicios que sean concesionarios de radiodifusión deben poner a consideración de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, previamente a su transmisión, los materiales grabados relativos para su revisión y clasificación.
- La solicitud de clasificación debe presentarse por escrito en la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, por lo menos ocho días hábiles antes de

¹⁸ Diario Oficial de la Federación de fecha 04 de Noviembre de 2015, localizado en la dirección de Internet: http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5414284&fecha=04/11/2015

Fecha de Consulta: Abril de 2016.

¹⁹ Ídem.

su transmisión y debe estar acompañada de una copia íntegra del material y del pago de derechos correspondiente.

- Los Prestadores de Servicios deben hacer del conocimiento del público la clasificación y, en su caso, advertir sobre los contenidos que resulten no aptos para el público infantil, de conformidad con los presentes Lineamientos.
- Los Prestadores de Servicios deben presentar la clasificación correspondiente al inicio y a la mitad de cada programa con una duración mínima de 10 segundos. Las características técnicas para la presentación audiovisual serán determinadas por la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, y de común acuerdo con los Prestadores de Servicios para su debida aplicación.

Indica que los horarios de los contenidos serán de acuerdo a la clasificación:

Para la clasificación (AA) en cualquier horario;
 Para la clasificación (A) en cualquier horario;
 Para la clasificación (B) de las 16:00 a las 5:59 horas;
 Para la clasificación (B15) de las 19:00 a las 5:59 horas;
 Para la clasificación (C) de las 21:00 a las 5:59 horas, y
 Para la clasificación (D) de las 00:00 a las 5:00 horas.

Establece que los materiales grabados deben clasificarse de acuerdo a los siguientes criterios específicos:

- **Clasificación “A”**

Esta clasificación podrá transmitirse en cualquier horario	
Categorías:	
Violencia	No contiene frecuentes representaciones de violencia física o psicológica, aunque puede incluir agresividad mínima en la temática y personajes, y ninguna que dé la impresión de que es el mejor camino o el único para solucionar conflictos entre individuos, grupos o sociedades.
Sexualidad	No se demuestran imágenes del cuerpo humano desnudo, ni escenas de relaciones sexuales, salvo las referencias a la sexualidad humana que se presenten en un contexto afectivo o familiar, o con fines científicos o educativos.
Lenguaje	No se presenta lenguaje soez. Algunas expresiones que, de acuerdo al entorno cultural no sean generalmente consideradas como ofensivas, pueden usarse de manera excepcional, cuando la trama o el contexto del programa lo justifiquen.
Adicciones	No hay presencia de drogas. El consumo de alcohol o tabaco es sólo ocasional y siempre justificado por la trama o el contexto; se muestran sus consecuencias negativas. Estos elementos no se presentan en dibujos animados o programas, dirigidos exclusivamente al público infantil.

- **Clasificación “B”**

Son programas aptos para adolescentes y adultos, los cuales se transmiten a partir de las veinte y hasta las cinco horas	
Categorías:	
Violencia	Las representaciones de violencia no son la trama principal, son ocasionales y se muestran las consecuencias negativas para quienes la ejercen y la sufren.
Sexualidad	El cuerpo humano desnudo sólo se muestra ocasionalmente, en segundo o tercer plano, de manera breve, sin presentación de genitales, ni alusiones ofensivas o soeces. Las conductas sexuales no constituyen el tema central del programa.
Lenguaje	Pueden presentarse algunas palabras soeces o frases en doble sentido, de manera poco frecuente, sin intención ofensiva y sin que sea un rasgo predominante de la identidad de los personajes.
Adicciones	No se presenta la preparación o el consumo de drogas, aunque si pueden existir implícitamente como elementos de la trama o el contexto. Puede haber consumo ocasional de tabaco y eventualmente de alcohol. Se muestran las consecuencias negativas de los excesos.

- **Clasificación “B15”**

Aptos para mayores de 15 años, los cuales podrán transmitirse a partir de las veintiuna y hasta las cinco horas	
Categorías:	
Violencia	Se presentan escenas de violencia, siempre y cuando contribuyan a una mejor comprensión de la trama o el contexto del programa. Se muestran las consecuencias negativas para quienes la ejercen y la sufren.
Sexualidad	El cuerpo humano desnudo se muestra en segundo o tercer plano. Hay escenas que simulan relaciones sexuales, sin la presentación de genitales. Las alucinaciones humillantes o degradantes a la sexualidad deben estar plenamente justificadas por la trama y el contexto.
Lenguaje	Se presentan con moderada frecuencia palabras soeces o algunas frases en doble sentido, sin hacer de ello un atributo positivo de los personajes y sin que se constituya en una forma de agresión.
Adicciones	Se presentan escenas de consumo de tabaco, alcohol y eventualmente de drogas, sin mostrar su preparación. No se hace apología del consumo o tráfico de drogas, sino que siempre se muestran sus consecuencias negativas.

- **Clasificación “C”**

Programas aptos para mayores de 18 años, los cuales podrán transmitirse a partir de las veintidós y hasta las cinco horas.	
Categorías:	
Violencia	Se muestran escenas de violencia, sin contener imágenes excesivamente detalladas y siempre y cuando lo justifique la trama.
Sexualidad	Se muestran escenas de desnudos en segundo y tercer plano, ocasionalmente se muestran desnudos en primer plano. La trama puede tener una carga erótica, con relaciones sexuales simuladas, sin presentación de genitales.
Lenguaje	Se presentan algunas palabras soeces y frases en doble sentido. El exceso de ello no es un atributo positivo de los personajes.
Adicciones	Se presentan imágenes de consumo de tabaco, alcohol y drogas, sin mostrar su preparación. No se hace apología del consumo o tráfico de drogas, sino que siempre se muestran sus consecuencias negativas.

- **Clasificación “D”**

Programas exclusivamente para mayores de 18 años, los cuales podrán transmitirse entre las cero y las cinco horas.	
Categorías:	
Violencia	Se podrán transmitir contenidos de violencia, incluso si no se justifican en el contexto del programa.
Sexualidad	Se presentan escenas de desnudos e imágenes de relaciones sexuales. El contenido puede ser erótico, sin llegar a constituirse en material pornográfico.
Lenguaje	Se presentan palabras soeces y frases en doble sentido, incluso si no se justifican en el contexto del programa.
Adicciones	Se presentan imágenes de consumo de tabaco, alcohol y drogas sin hacer apología de su consumo o de su tráfico.

Como se aprecia, si bien los lineamientos formales que dicta el Gobierno a través de la Secretaría de Gobernación son muy claros y precisos en cuanto a los contenidos que deben de tener la programación de acuerdo al horario, en la práctica esto está muy lejos de cumplirse, ya que de un tiempo a la fecha es bastante la programación, especialmente de la llamada televisión de paga, que debiesen de sujetarse a lo establecido, y simplemente no lo hacen y lo único que ponen antes de comenzar un programa de televisión con alto contenido de sexo, palabras altisonantes y exhibición de conductas poco ejemplares por decir lo menos, es una leyenda dónde advierten del tipo de trama, y dejan al arbitrio y responsabilidad total de los padres de familia, el que los niños lo vean o no.

Este tipo de acciones, nulifica por completo la regulación y obligaciones que deben de tener las televisoras y que éstas muy fácilmente pasan a los padres de familia, sin respetar ellos mismos las reglas ya establecidas por la autoridad, es por ello que resulta alarmante lo que día con día, se les está dejando ver a los niños de nuestro país, y las consecuencias psicológicas y conductuales posteriores que potencialmente esto puede traer consigo.

4. MARCO JURÍDICO

4.1 Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos²⁰

La Constitución Política enuncia en relación al tema que nos atañe que se establecerán las condiciones que deben regir los contenidos y la contratación de los servicios para su transmisión al público, etc.

Título Primero

Capítulo I

De los Derechos Humanos y sus Garantías

Artículo 3o. ...

I. ...

II. ...

c) Contribuirá a la mejor convivencia humana, a fin de fortalecer el aprecio y respeto por la diversidad cultural, la dignidad de la persona, la integridad de la familia, la convicción del interés general de la sociedad, los ideales de fraternidad e igualdad de derechos de todos, evitando los privilegios de razas, de religión, de grupos, de sexos o de individuos, y

...

Artículo 4o. El varón y la mujer son iguales ante la ley. Esta protegerá la organización y el desarrollo de la familia.

...

...

...

...

...

...

...

En todas las decisiones y actuaciones del Estado se velará y cumplirá con el principio del interés superior de la niñez, garantizando de manera plena sus derechos. Los niños y las niñas tienen derecho a la satisfacción de sus necesidades de alimentación, salud, educación y **sano esparcimiento para su desarrollo integral.** Este principio deberá guiar el diseño, ejecución, seguimiento y evaluación de las políticas públicas dirigidas a la niñez.

Artículo 6o. La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, la vida privada o los derechos de terceros, provoque algún delito, o perturbe el orden público; el derecho de réplica será ejercido en los términos dispuestos por la ley. El derecho a la información será garantizado por el Estado.

Toda persona tiene derecho al libre acceso a información plural y oportuna, así como a buscar, recibir y difundir información e ideas de toda índole por cualquier medio de expresión.

El Estado garantizará el derecho de acceso a las tecnologías de la información y comunicación, así como a los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones, incluido el de banda ancha e internet. Para tales efectos, el Estado establecerá condiciones de competencia efectiva en la prestación de dichos servicios.

Para efectos de lo dispuesto en el presente artículo se observará lo siguiente:

A. Para el ejercicio del derecho de acceso a la información, la Federación, los Estados y el Distrito Federal, en el ámbito de sus respectivas competencias, se regirán por los siguientes principios y bases:

I. a VII. ...

B. En materia de **radiodifusión y telecomunicaciones**:

²⁰ Localizada en la dirección de Internet: http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/1_29ene16.pdf
Fecha de Consulta: Mayo de 2016.

I. El Estado garantizará a la población su integración a la sociedad de la información y el conocimiento, mediante una política de inclusión digital universal con metas anuales y sexenales.

II. Las telecomunicaciones son servicios públicos de interés general, por lo que el Estado garantizará que sean prestados en condiciones de competencia, calidad, pluralidad, cobertura universal, interconexión, convergencia, continuidad, acceso libre y sin injerencias arbitrarias.

III. La radiodifusión es un servicio público de interés general, por lo que el Estado garantizará que sea prestado en condiciones de competencia **y calidad y brinde los beneficios de la cultura a toda la población, preservando la pluralidad y la veracidad de la información, así como el fomento de los valores de la identidad nacional, contribuyendo a los fines establecidos en el artículo 3o. de esta Constitución.**

IV. Se prohíbe la transmisión de publicidad o propaganda presentada como información periodística o noticiosa; se establecerán las condiciones que deben regir los contenidos y la contratación de los servicios para su transmisión al público, incluidas aquellas relativas a la responsabilidad de los concesionarios respecto de la información transmitida por cuenta de terceros, sin afectar la libertad de expresión y de difusión.

V. La ley establecerá un organismo público descentralizado con autonomía técnica, operativa, de decisión y de gestión, que tendrá por objeto proveer el servicio de radiodifusión sin fines de lucro, a efecto de asegurar el acceso al mayor número de personas en cada una de las entidades de la Federación, **a contenidos que promuevan la integración nacional, la formación educativa, cultural y cívica, la igualdad entre mujeres y hombres,** la difusión de información imparcial, objetiva, oportuna y veraz del acontecer nacional e internacional, y dar espacio a las obras de producción independiente, así como a la expresión de la diversidad y pluralidad de ideas y opiniones que fortalezcan la vida democrática de la sociedad.

...

...

...

VI. La ley establecerá los derechos de los usuarios de telecomunicaciones, de las audiencias, así como los mecanismos para su protección.

Artículo 7o. Es inviolable la libertad de difundir opiniones, información e ideas, a través de cualquier medio. No se puede restringir este derecho por vías o medios indirectos, tales como el abuso de controles oficiales o particulares, de papel para periódicos, de frecuencias radioeléctricas o de enseres y aparatos usados en la difusión de información o por cualesquiera otros medios y tecnologías de la información y comunicación encaminados a impedir la transmisión y circulación de ideas y opiniones.

Ninguna ley ni autoridad puede establecer la previa censura, ni coartar la libertad de difusión, que no tiene más límites que los previstos en el primer párrafo del artículo 6o. de esta Constitución. En ningún caso podrán secuestrarse los bienes utilizados para la difusión de información, opiniones e ideas, como instrumento del delito.

Artículo 73. El Congreso tiene facultad:

I. a XVI. ...

XVII. Para dictar leyes sobre vías generales de comunicación, tecnologías de la información y la comunicación, radiodifusión, telecomunicaciones, incluida la banda ancha e Internet, postas y correos, y sobre el uso y aprovechamiento de las aguas de jurisdicción federal.

XVIII. a XXX. ...

4.2 Ley Federal de Telecomunicaciones y Radio difusión²¹

La presente disposición entre otras cosas nos menciona que “no será objeto de ninguna persecución o investigación judicial o administrativa ni de limitación alguna ni

²¹ Disponible en la dirección de internet: http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFTR_140714.pdf
Fecha de Consulta: Abril de 2016.

censura previa el derecho de información, de expresión y de recepción de contenidos a través del servicio público de radiodifusión y de televisión y audio restringido”.

Título Décimo Primero

De los Contenidos Audiovisuales

Capítulo II

De los Contenidos

Sección I

Disposiciones Comunes

Artículo 222. El derecho de información, de expresión y de recepción de contenidos a través del servicio público de radiodifusión y de televisión y audio restringidos, es libre y consecuentemente no será objeto de ninguna persecución o investigación judicial o administrativa ni de limitación alguna ni censura previa, y se ejercerá en los términos de la Constitución, los tratados internacionales y las leyes aplicables.

Las autoridades en el ámbito de su competencia promoverán el respeto a los derechos humanos, el principio del interés superior de la niñez, a fin de garantizar de manera plena sus derechos, así como la perspectiva de género.

Artículo 223. La programación que se difunda a través de radiodifusión o televisión y audio restringidos, en el marco de la libertad de expresión y recepción de ideas e información, deberá propiciar:

I. La integración de las familias;

II. El desarrollo armónico de la niñez;

III. El mejoramiento de los sistemas educativos;

IV. La difusión de los valores artísticos, históricos y culturales;

V. El desarrollo sustentable;

VI. La difusión de las ideas que afirmen nuestra unidad nacional;

VIII. La divulgación del conocimiento científico y técnico, y

IX. El uso correcto del lenguaje.

Los programadores nacionales independientes y aquellos programadores que agregan contenidos podrán comercializar éstos en uno o más canales para una o más plataformas de distribución de dichos contenidos. Las tarifas de estas ofertas comerciales serán acordadas libremente entre estos programadores y las redes o plataformas sobre las que se transmitirán, conforme a las prácticas internacionales.

Artículo 224. En cada canal de multiprogramación autorizado a los concesionarios de uso comercial, público y social que presten servicios de radiodifusión, se deberá cumplir con las mismas reglas y disposiciones aplicables en términos de contenido, publicidad, producción nacional independiente, defensor de la audiencia, tiempos de Estado, boletines, encadenamientos y sanciones.

Artículo 225. Los concesionarios que presten el servicio de televisión y audio restringidos deberán establecer las medidas técnicas necesarias que permitan al usuario realizar el bloqueo de canales y programas que no desee recibir.

Artículo 226. A efecto de promover el libre desarrollo armónico e integral de niñas, niños y adolescentes, así como contribuir al cumplimiento de los objetivos educativos planteados en el artículo 3o. constitucional y otros ordenamientos legales, la programación radiodifundida dirigida a este sector de la población deberá:

I. Difundir información y programas que fortalezcan los valores culturales, éticos y sociales;

II. Evitar transmisiones contrarias a los principios de paz, no discriminación y de respeto a la dignidad de todas las personas;

III. Evitar contenidos que estimulen o hagan apología de la violencia;

IV. Informar y orientar sobre los derechos de la infancia;

V. Promover su interés por la comprensión de los valores nacionales y el conocimiento de la comunidad internacional;

VI. Estimular su creatividad, así como su interés por la cultura física, la integración familiar y la solidaridad humana;

VII. Propiciar su interés por el conocimiento, particularmente en aspectos científicos, artísticos y sociales;

<p>VIII. Fomentar el respeto a los derechos de las personas con discapacidad;</p> <p>IX. Promover una cultura ambiental que fomente la conciencia, la conservación, el respeto y la preservación del medio ambiente;</p> <p>X. Estimular una cultura de prevención y cuidado de la salud;</p> <p>XI. Proporcionar información sobre protección contra todo tipo de explotación infantil y de trata de personas;</p> <p>XII. Promover la tolerancia y el respeto a la diversidad de opiniones;</p> <p>XIII. Promover el derecho de las mujeres a una vida libre de violencia;</p> <p>XIV. Proteger la identidad de las víctimas de delitos sexuales, y</p> <p>XV. Cumplir con la clasificación y los horarios relativos a la utilización y difusión de contenidos pornográficos.</p> <p>Los programas infantiles que se transmitan en vivo, los grabados en cualquier formato en el país o en el extranjero, los tiempos de Estado, así como, en su caso, aquellos previstos en otras disposiciones aplicables, deberán sujetarse a lo dispuesto en las fracciones anteriores.</p> <p>Los concesionarios que presten servicios de radiodifusión o de televisión y audio restringidos y los programadores, en relación con sus respectivos contenidos, adoptarán las medidas oportunas para advertir a la audiencia de contenidos que puedan perjudicar el libre desarrollo de la personalidad de niñas, niños y adolescentes.</p> <p>Artículo 227. El concesionario que preste servicios de radiodifusión o televisión restringida deberá presentar en pantalla los títulos de los programas y su clasificación al inicio y a la mitad de los programas; para ello atenderán al sistema de clasificación de contenidos que se establezca en las disposiciones aplicables.</p> <p>Será obligación de los programadores, en relación con sus respectivos contenidos, cumplir con las características de clasificación en términos de la presente Ley y demás disposiciones aplicables.</p> <p>Las películas cinematográficas radiodifundidas o de televisión restringida deberán utilizar los mismos criterios de clasificación que el resto de la programación, sin perjuicio de que dicha clasificación pueda cambiar en las versiones modificadas para su transmisión.</p> <p>Los concesionarios de televisión restringida deberán informar la clasificación y horarios en su guía de programación electrónica, de conformidad con los lineamientos que establezca el Instituto, siempre y cuando el programador envíe la clasificación correspondiente.</p> <p>Será obligación de los programadores, en relación con sus respectivos contenidos, cumplir con las características de clasificación en términos de la presente Ley y demás disposiciones aplicables.</p> <p>Artículo 228. Los concesionarios que presten servicios de radiodifusión o de televisión y audio restringidos y los programadores, en relación con sus respectivos contenidos, deberán hacer del conocimiento del público la clasificación y advertir sobre determinados contenidos que puedan resultar impropios o inadecuados para los menores, de conformidad con el sistema de clasificación de contenidos de programas y películas cinematográficas que se establezca en las disposiciones reglamentarias.</p> <p>Lo anterior será aplicable a los materiales grabados en cualquier formato en el país o en el extranjero, en cuyo caso se podrá reconocer la clasificación del país de origen, siempre que sea equivalente a la clasificación aplicable a los contenidos nacionales, de conformidad con los lineamientos que al efecto emita el Instituto.</p> <p>Artículo 229. La transmisión o promoción de los concursos en que se ofrezcan premios en sus distintas modalidades será previamente autorizada y supervisada en todas sus etapas por la Secretaría de Gobernación, a fin de proteger la buena fe y la integridad de los participantes y del público.</p> <p>Tratándose de concursos que se transmitan a través de señales provenientes del extranjero, los concesionarios celebrarán acuerdos con los programadores y operadores de las señales extranjeras, que garanticen la seriedad de los concursos y el cumplimiento en la entrega de los premios cuando se trate de participantes ganadores en territorio nacional.</p> <p>Las transmisiones de carácter religioso se deben sujetar a lo establecido por la Ley de Asociaciones Religiosas y Culto Público y demás disposiciones en la materia.</p> <p>Artículo 230. En sus transmisiones, las estaciones radiodifusoras de los concesionarios deberán hacer uso del idioma nacional. Lo anterior, sin perjuicio de que adicionalmente las concesiones de uso social indígena hagan uso de la lengua del pueblo originario que corresponda.</p>

En caso de que las transmisiones sean en idioma extranjero, deberá utilizarse el subtítulo o la traducción respectiva al español, en casos excepcionales, la Secretaría de Gobernación podrá autorizar el uso de idiomas extranjeros sin subtítulo o traducción de conformidad con las disposiciones reglamentarias.

Artículo 231. Los concesionarios que presten servicios de radiodifusión y de televisión y audio restringidos incluirán en su programación diaria información sobre acontecimientos de carácter político, social, cultural, deportivo y otros asuntos de interés general, nacionales o internacionales.

Artículo 232. Los concesionarios que presten el servicio de televisión o audio restringidos deberán retransmitir de manera gratuita las señales radiodifundidas por instituciones públicas federales. Cuando el concesionario no cuente con capacidad para la retransmisión de todas las señales, incluidas las multiprogramadas, la Secretaría de Gobernación, tratándose de señales del Ejecutivo Federal o la institución pública titular de la señal, indicarán al concesionario cuál de los canales de programación deberán retransmitir. En caso de que exista desacuerdo, resolverá el Instituto.

Artículo 233. Los concesionarios que presten el servicio de televisión o audio restringido deberán reservar gratuitamente canales para la distribución de las señales de televisión de instituciones públicas federales, que indique el Ejecutivo Federal, por conducto de la Secretaría de Gobernación, conforme a lo siguiente:

I. Un canal, cuando el servicio consista de 31 a 37 canales;

II. Dos canales, cuando el servicio consista de 38 a 45 canales, y

III. Tres canales, cuando el servicio consista de 46 a 64 canales. Por arriba de este último número, se incrementará un canal por cada 32 canales de transmisión.

Artículo 234. Cuando el servicio consista hasta de 30 canales, la Secretaría podrá requerir que, en un canal específico, se destinen hasta 6 horas diarias para la transmisión de la programación que indique la Secretaría de Gobernación.

Artículo 235. La Secretaría de Gobernación requerirá directamente a los concesionarios los canales a que se refieren los dos artículos anteriores y podrá indicar al concesionario el número de canal que deberá asignarles.

Artículo 236. El concesionario podrá utilizar los canales a que se refiere el artículo anterior, en tanto no le sean requeridos por la Secretaría de Gobernación.

El concesionario cubrirá por su cuenta el costo de los equipos e instalaciones necesarios para la recepción y distribución de las señales que le sean indicadas. La calidad de transmisión de estas señales será, por lo menos, igual a las del resto del servicio.

Sección II

Publicidad

Artículo 237. Los concesionarios que presten el servicio de radiodifusión o de televisión y audio restringidos, así como los programadores y operadores de señales, deberán mantener un equilibrio entre la publicidad y el conjunto de programación transmitida por día, para lo cual se seguirán las siguientes reglas:

...

Artículo 244. Los contenidos de los mensajes publicitarios atenderán al sistema de clasificación al que se refiere el artículo 227 de la presente Ley y serán transmitidos conforme a las franjas horarias establecidas para tal efecto.

Artículo 245. La publicidad no deberá de presentar conductas o situaciones en las que la falta de un producto o servicio sea motivo de discriminación de cualquier índole.

Artículo 246. En la publicidad destinada al público infantil no se permitirá:

I. Promover o mostrar conductas ilegales, violentas o que pongan en riesgo su vida o integridad física, ya sea mediante personajes reales o animados;

II. Mostrar o promover conductas o productos que atenten contra su salud física o emocional;

III. Presentar a niñas, niños o adolescentes como objeto sexual;

IV. Utilizar su inexperiencia o inmadurez para persuadirlos de los beneficios de un producto o servicio. No se permitirá exagerar las propiedades o cualidades de un producto o servicio ni generar falsas expectativas de los beneficios de los mismos;

V. Incitar directamente a que compren o pidan la compra o contratación de un producto o servicio;

VI. Mostrar conductas que promuevan la desigualdad entre hombres y mujeres o cualquier otra forma de discriminación;
VII. Presentar, promover o incitar conductas de acoso e intimidación escolar que puedan generar abuso sexual o de cualquier tipo, lesiones, robo, entre otras, y
VIII. Contener mensajes subliminales o subrepticios.

4.3 Ley Federal de Cinematografía²²

La presente disposición enuncia el desarrollo de la industria cinematografía nacional.

Capítulo I

Disposiciones generales

Artículo 1o.- Las disposiciones de esta Ley son de orden público e interés social y regirán en todo el territorio nacional.

...

Artículo 4.- La industria cinematográfica nacional por su sentido social, es un vehículo de expresión artística y educativa, y constituye una actividad cultural primordial, sin menoscabo del aspecto comercial que le es característico. Corresponde al Poder Ejecutivo Federal la aplicación y vigilancia del cumplimiento de esta Ley y su Reglamento.

Las entidades federativas y los municipios podrán coadyuvar en el desarrollo y promoción de la industria cinematográfica, por sí o mediante convenios con la Autoridad Federal competente.

Artículo 5.- Para los efectos de esta Ley, se entiende por película a la obra cinematográfica que contenga una serie de imágenes asociadas, plasmadas en un material sensible idóneo, con o sin sonorización incorporada, con sensación de movimiento, producto de un guion y de un esfuerzo coordinado de dirección, cuyos fines primarios son de proyección en salas cinematográficas o lugares que hagan sus veces y/o su reproducción para venta o renta.

Comprenderá a las nacionales y extranjeras, de largo, medio y cortometraje, en cualquier formato o modalidad.

Su transmisión o emisión a través de un medio electrónico digital o cualquier otro conocido o por conocer, serán reguladas por las leyes de la materia.

Artículo 8o.- Las películas serán exhibidas al público en su versión original y, en su caso, subtituladas en español, en los términos que establezca el Reglamento. Las clasificadas para público infantil y los documentales educativos podrán exhibirse dobladas al español.

Capítulo V

De la clasificación

Artículo 24.- Previamente a la exhibición, distribución y comercialización de las películas, éstas deberán someterse a la autorización y clasificación correspondiente, ante la autoridad competente, de conformidad a lo que establezca el Reglamento.

Las que se transmitan por televisión o cualquier otro medio conocido o por conocer, se sujetarán a las disposiciones aplicables en la materia.

Artículo 25.- Las películas se clasificarán de la siguiente manera:

I.- "AA": Películas para todo público que tengan además atractivo infantil y sean comprensibles para niños menores de siete años de edad.

II.- "A": Películas para todo público.

III.- "B": Películas para adolescentes de doce años en adelante.

IV.- "C": Películas para adultos de dieciocho años en adelante.

V.- "D": Películas para adultos, con sexo explícito, lenguaje procaz, o alto grado de violencia.

Las clasificaciones "AA", "A" y "B" son de carácter informativo, y sólo las clasificaciones "C" y "D", debido a sus características, son de índole restrictiva, siendo obligación de los exhibidores negar la entrada a quienes no cubran la edad prevista en las fracciones anteriores.

²² Disponible en la dirección de internet: http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/103_171215.pdf
Fecha de Consulta: Abril de 2016.

Artículo 26.- La autorización y clasificación que se expida para las películas es de orden federal y su observancia es obligatoria en todo el territorio nacional.

Artículo 27.- La obra cinematográfica deberá exhibirse, comercializarse, comunicarse y distribuirse al público en territorio nacional con el mismo título, salvo que el titular de los derechos autorice su modificación.

4.4 Ley General de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes²³

El contenido televisivo es una herramienta de gran importancia en el desarrollo y la formación de la infancia, y de igual manera impactan en el derecho a la información, así como en otros derechos, como a la educación y a la cultura de niñas, niños y adolescentes, es por ello y fundamental conocer las regulaciones de la presente Ley.

Capítulo Décimo Cuarto

De los Derechos a la Libertad de Expresión y de Acceso a la Información

Artículo 68. De conformidad con lo establecido en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión respecto a la programación dirigida a niñas, niños y adolescentes, así como los criterios de clasificación emitidos de conformidad con la misma, las concesiones que se otorguen en materia de radiodifusión y telecomunicaciones deberán contemplar la obligación de los concesionarios de abstenerse de difundir o transmitir información, imágenes o audios que afecten o impidan objetivamente el desarrollo integral de niñas, niños y adolescentes, o que hagan apología del delito, en contravención al principio de interés superior de la niñez.

Artículo 69. Las autoridades competentes vigilarán que se clasifiquen las películas, programas de radio y televisión en términos de lo dispuesto en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, así como videos, videojuegos y los impresos.

Artículo 70. Las Procuradurías de Protección y cualquier persona interesada, por conducto de éstas, podrán promover ante las autoridades administrativas competentes la imposición de sanciones a los medios de comunicación, en los términos que establece esta Ley y demás disposiciones aplicables. Asimismo, las Procuradurías de Protección estarán facultadas para promover acciones colectivas ante el órgano jurisdiccional competente, con objeto de que éste ordene a los medios de comunicación que se abstengan de difundir información o contenidos que pongan en peligro de forma individual o colectiva, la vida, la integridad, la dignidad u otros derechos de niñas, niños y adolescentes y, en su caso, reparen los daños que se hubieren ocasionado, sin menoscabo de las atribuciones que sobre esta materia tengan las autoridades competentes. Lo anterior, sin perjuicio de cualquier otra responsabilidad a la que hubiere lugar de conformidad con las disposiciones aplicables.

²³ Disponible en la dirección de Internet: http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGDNNA_041214.pdf
Fecha de Consulta: Abril de 2016.

5. INSTRUMENTOS INTERNACIONALES

En el contexto mundial se establecen recomendaciones de los instrumentos internacionales que detallan la protección del menor respecto de los medios de comunicación, entre os que destacan los siguientes:

- **Declaración Universal de Derechos Humanos**²⁴

Artículo 19

Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión, este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitaciones de fronteras, por cualquier medio de expresión.

Artículo 29

2. En el ejercicio de sus derechos y en el disfrute de sus libertades, toda persona estará solamente sujeta a las limitaciones establecidas por la ley con el único fin de asegurar el reconocimiento y el respeto de los derechos y libertades de los demás, y de satisfacer las justas exigencias de la moral, del orden público y del bienestar general en una sociedad democrática.

3. Estos derechos y libertades no podrán en ningún caso ser ejercidos en oposición a los propósitos y principios de las Naciones Unidas.

- **Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos**.²⁵

Artículo 19

1. Nadie podrá ser molestado a causa de sus opiniones.

2. Toda persona tiene derecho a la libertad de expresión, este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección.

3. El ejercicio del derecho previsto en el párrafo 2 de este artículo entraña deberes y responsabilidades especiales. Por consiguiente, puede estar sujeto a ciertas restricciones, que deberán, sin embargo, estar expresamente fijadas por la ley y ser necesarias para:

- a) Asegurar el respeto a los derechos o a la reputación de los demás;
- b) La protección de la seguridad nacional, el orden público o la salud o la moral públicas.

Artículo 20

1. Toda propaganda en favor de la guerra estará prohibida por la ley.

2. Toda apología del odio nacional, racial o religioso que constituya incitación a la discriminación, la hostilidad o la violencia estará prohibida por la ley.

²⁴ Suprema Corte de Justicia de la Nación. Naciones Unidas Derechos Humanos. Oficina de Alto Comisionado. México. Compilación de Instrumentos Internacionales Sobre Protección de la persona aplicables en México. Derecho Internacional de los Derechos Humanos. Disponible en la dirección de Internet: <https://www.scjn.gob.mx/libro/InstrumentosDeclaracion/PAG0131.pdf>

Fecha de Consulta: Abril de 2016.

²⁵ Disponible en la dirección de Internet:

<https://www.scjn.gob.mx/libro/InstrumentosPacto/PAG0141.pdf>

Fecha de Consulta: Abril de 2016.

- **Convención Americana sobre Derechos Humanos**²⁶

Artículo 13

1. Toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección.

2. El ejercicio del derecho previsto en el inciso precedente no puede estar sujeto a previa censura sino a responsabilidades ulteriores, las que deben estar expresamente fijadas por la ley y ser necesarias para asegurar:

- a. el respeto a los derechos o a la reputación de los demás, o
- b. la protección de la seguridad nacional, el orden público o la salud o la moral públicas.

3. No se puede restringir el derecho de expresión por vías o medios indirectos, tales como el abuso de controles oficiales o particulares de papel para periódicos, de frecuencias radioeléctricas, o de enseres y aparatos usados en la difusión de información o por cualesquiera otros medios encaminados a impedir la comunicación y la circulación de ideas y opiniones.

4. Los espectáculos públicos pueden ser sometidos por la ley a censura previa con el exclusivo objeto de regular el acceso a ellos para la protección moral de la infancia y la adolescencia, sin perjuicio de lo establecido en el inciso 2.

5. Estará prohibida por la ley toda propaganda en favor de la guerra y toda apología del odio nacional, racial o religioso que constituyan incitaciones a la violencia o cualquier otra acción ilegal similar contra cualquier persona o grupo de personas, por ningún motivo, inclusive los de raza, color, religión, idioma u origen nacional.

- **Declaración de los Derechos del Niño, 1959.**²⁷

Principio 10

El niño debe ser protegido contra las prácticas que puedan fomentar la discriminación racial, religiosa o de cualquiera otra índole. Debe ser educado en un espíritu de comprensión, tolerancia, amistad entre los pueblos, paz y fraternidad universal, y con plena conciencia de que debe consagrar sus energías y aptitudes al servicio de sus semejantes.

Publicidad que ha de darse a la Declaración de los Derechos del Niño.

- **Convención sobre los Derechos del Niño**²⁸

Artículo 13

1. El niño tendrá el derecho a la libertad de expresión; ese derecho incluirá la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de todo tipo, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o impresas, en forma artística o por cualquier otro medio elegido por el niño.

2. El ejercicio de tal derecho podrá estar sujeto a ciertas restricciones, que serán necesarias:

- a) Para el respeto de los derechos o la reputación de los demás; o
- b) Para la protección de la seguridad nacional o el orden público o para proteger la salud o la moral públicas.

Artículo 17

²⁶ Disponible en la dirección de Internet: <https://www.scjn.gob.mx/libro/InstrumentosConvencion/PAG0259.pdf>
Fecha de Consulta: Abril de 2016.

²⁷ Disponible en la dirección de Internet:
<http://www.juridicas.unam.mx/publica/librev/rev/derhum/cont/4/pr/pr20.pdf> Fecha de Consulta: Abril de 2016.

²⁸ Disponible en la dirección de Internet: <https://www.scjn.gob.mx/libro/InstrumentosConvencion/PAG0177.pdf>
Fecha de Consulta: Abril de 2016.

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

- a) Alentarán a los medios de comunicación a difundir información y materiales de interés social y cultural para el niño, de conformidad con el espíritu del artículo 29;
- b) Promoverán la cooperación internacional en la producción, el intercambio y la difusión de esa información y esos materiales procedentes de diversas fuentes culturales, nacionales e internacionales;
- c) Alentarán la producción y difusión de libros para niños;
- d) Alentarán a los medios de comunicación a que tengan particularmente en cuenta las necesidades lingüísticas del niño perteneciente a un grupo minoritario o que sea indígena;
- e) Promoverán la elaboración de directrices apropiadas para proteger al niño contra toda información y material perjudicial para su bienestar, teniendo en cuenta las disposiciones de los artículos 13 y 18.

6. INICIATIVAS PRESENTADAS

CUADROS COMPARATIVOS RELATIVOS A LAS PRINCIPALES INICIATIVAS PRESENTADAS A DISTINTOS ORDENAMIENTOS EN MATERIA DE CONTENIDOS DE PROGRAMACION PARA MENORES DE EDAD DURANTE LAS LEGISLATURAS LIX, LX Y LXII²⁹

- **LIX LEGISLATURA**

No. de Iniciativa	Fecha de Publicación Gaceta Parlamentaria	Reforma(s) y/o adición(es)	Presentado por	Estado de la Iniciativa
1	Gaceta Parlamentaria, número 1711-I, lunes 14 de marzo de 2005. (1329)	Reforma y adiciona diversas disposiciones de la Ley General de Educación y de la Ley Federal de Radio y Televisión.	Dip. Juan Pérez Medina, PRD.	Turnada a las Comisiones Unidas de Educación Pública y Servicios Educativos y de Radio, Televisión y Cinematografía.
2	Gaceta Parlamentaria, número 1944, viernes 10 de febrero de 2006. (2573)	Reforma el artículo 59 Bis de la Ley Federal de Radio y Televisión.	Diputado Jorge Kahwagi Macari, PVEM.	Turnada a la Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía.
3	Gaceta Parlamentaria, número 1969, viernes 17 de marzo de 2006. (2747)	Reforma el artículo 59 Bis de la Ley Federal de Radio y Televisión.	Diputado Jorge Kahwagi Macari, PVEM.	Turnada a la Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía.
4	Gaceta Parlamentaria, número 2005-II, viernes 12 de mayo de 2006. (2938)	Reforma el artículo 59 Bis de la Ley Federal de Radio y Televisión.	Diputada Jacqueline Guadalupe Argüelles Guzmán, PVEM.	Turnada a la Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía.

²⁹ Gaceta Parlamentaria disponible en la dirección de Internet: <http://gaceta.diputados.gob.mx/> Fecha de Consulta: Mayo de 2016.

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

Iniciativa (1)	Iniciativa (2)	Iniciativa (3)
<p>“ La influencia de <u>los medios masivos de comunicación en el desarrollo de una sociedad, está fuera de toda discusión</u>. Si bien es cierto que, en el caso de la televisión y la radio, se tiene la opción de cambiar de canal o estación; en los medios impresos, elegir determinado periódico y revista, o hacer uso de cualquier otro medio de comunicación e información; de una u otra manera nutrimos nuestra visión del mundo a partir de lo que ellos ofrecen.</p> <p>En general, <u>los medios de comunicación son hoy fuente principal de información y diversión para las grandes masas, pero también un poderoso instrumento de persuasión y el canal más amplio y activo de la transmisión de la cultura</u>. ...</p> <p>En el <u>ámbito educativo</u>, la relación entre los medios de comunicación masiva y la educación no ha sido sencilla, en particular por la <u>influencia de la televisión en los escolares</u>, considerada generalmente nociva o contraria a los postulados educativos previstos en el Artículo 3ro. Constitucional y la Ley General de Educación como son contribuir a la mejor <u>convivencia humana</u>; robustecer en el educando el aprecio por la dignidad de la persona, la convicción del interés general de la sociedad, y los ideales de fraternidad e igualdad de derechos de todos los hombres, evitando los privilegios de razas, religión, grupos, sexo o individuos.</p> <p>Diversos estudios han documentado que los también llamados <u>mass media</u> proporcionan</p>	<p>“ Las presentes campañas electorales involucran cada vez más a todos los miembros de <u>la familia</u>; de modo que cada vez será más frecuente oír a un niño cantar los eslóganes más populares de las campañas políticas, o emitir algún comentario sobre tal o cual candidato o partido político.</p> <p>Tampoco resulta extraño ver en las calles a niños que, con propaganda de los partidos políticos, ponen en evidencia la preferencia política de sus padres. Pero la presencia de los menores en las campañas electorales también se manifiesta en diferentes <u>spots publicitarios</u>, partiendo del hecho de que son ellos quienes representan el futuro del país.</p> <p>Todo niño que esté en edad de entendimiento, tiene derecho a saber cuáles son los candidatos que participarán en los comicios, y sobre todo cuáles son las características de cada uno de ellos.</p> <p><u>Los menores están en el derecho de conocer este tipo de eventos</u>, ya que pasan a formar parte de la historia de su país. Sin embargo, se considera muy peligroso llevar a los niños a mítines, puesto que esas actividades suelen ser tediosas y en ocasiones incómodas.</p> <p>Es importante que se <u>informe a los niños sobre algunos datos de la política</u>, aunque en las actuales campañas, a los padres se les va la mano en lo que tiene que ver con la participación de los menores en este proceso, pues no siempre cuidamos cuando delante de los niños criticamos a un político y resaltamos otro, y de que manera lo hacemos.</p>	<p>“ ...</p> <p>... En la actualidad los derechos infantiles se encuentran reconocidos en casi todo el mundo. Son múltiples los <u>convenios, tratados y acuerdos internacionales</u> que tienen relación con los derechos humanos de las y los niños. Hoy en día los gobiernos de los estados tienen la obligación de agotar esfuerzos para fortalecer y hacer más efectiva la promoción y protección de ellos. El interés superior de la niñez es uno de los principios fundamentales que deben guiar a los gobiernos, las instituciones, y a las organizaciones civiles responsables del cuidado y protección de la <u>niñez por tanto la supervivencia y el desarrollo de la niñez mundial son fundamentales para los países del mundo</u>. La <u>Convención Internacional sobre los Derechos del Niño</u>, ratificada por México el 21 de septiembre del 1990, <u>constituyó un paso fundamental para construir una nueva visión sobre la infancia, ya que estableció una serie de compromisos y lineamientos con el fin de garantizar el respeto de los derechos de las niñas y niños del todo el mundo</u>. Desde entonces los Estados y organizaciones internacionales han procurado mejorar la calidad de éstos y hacer efectiva la protección de sus derechos.</p> <p>Uno de los derechos fundamentales de las personas es el de la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente,</p>

<p>una visión ilusoria de la realidad, una visión alienada con una clara orientación de uniformidad cultural.</p> <p>...</p> <p>... una preocupación central es la relación o causa-efecto que existe entre la televisión y la violencia, la drogadicción, el robo y el pandillerismo, problemas que lamentablemente se suscitan en el interior de los planteles educativos, entre la población escolar y, en particular, en la infantil y juvenil. Es así, que a la <u>televisión se le atribuye el poder de deshacer por la tarde, lo que la escuela construye por la mañana, por citar la frase común.</u></p> <p>...</p> <p>A través de la televisión no sólo se accede a cierto tipo de información, ciertamente la que los permisionarios o concesionarios de los medios de comunicación deciden dar a conocer, sino también se aprenden <u>contenidos</u>. Como bien señalan algunos estudiosos, <u>la televisión enseña a los niños y jóvenes saberes y prácticas habituales y sociales que asumen como comportamientos cotidianos en su vida dentro y fuera de la escuela.</u></p> <p>Además, sin lugar a dudas, <u>la televisión constituye hoy por hoy el medio de mayor penetración, pero por igual el de mayor preocupación en el ámbito mundial.</u></p> <p>...</p> <p>...</p> <p>En ese sentido, esta iniciativa propone diversas modificaciones a las leyes General de Educación y Federal de Radio y Televisión, en los concerniente a: las facultades de la Secretaría de Educación Pública en materia</p>	<p>...</p> <p>...</p> <p>...</p> <p>...</p> <p>...</p> <p>Hoy en día el sexo, el color, o la condición social, no son criterios para determinar si un ser humano tiene derecho al voto o no. Sin embargo, es común escuchar que los <u>niños no son lo suficientemente maduros para votar.</u> ...</p> <p>...</p> <p>...</p> <p>...</p> <p>..."</p>	<p>por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección. Los <u>medios de comunicación</u> son innegablemente uno de los principales factores en la conformación de símbolos y mensajes que moldean el imaginario colectivo debido a que son los que transmiten informaciones, sentimientos, pensamientos; la comunicación es un proceso por medio del cual se realizan transmisiones y recepción de ideas, información y mensajes. En este sentido, con frecuencia se les acusa de impulsar valores que atentan contra los principios fundamentales de las distintas sociedades, o en convertirse en voceros de intereses políticos y económicos.</p> <p>En <u>especial, en lo referente a la niñez y adolescencia, han enfrentado la abierta hostilidad de educadores, padres y madres de familia, investigadores y los mismos niños, niñas y adolescentes, los cuales han señalado que los diversos medios de comunicación existentes en la actualidad (prensa escrita, radio, televisión, Internet), son responsables en mayor o menor medida de aspectos como la violencia y crimen juvenil, la incorporación de pautas de comportamiento consumistas, la imposición de modas potencialmente dañinas para el desarrollo de las personas menores de edad, la violación del derecho a la intimidad, la perpetuación de estereotipos negativos, entre otros.</u></p> <p>...</p> <p>...</p> <p>...</p> <p>...</p> <p>Ante este panorama, parece que el reto permanente que <u>enfrentan tanto los medios de comunicación y la gente que trabaja en ellos</u></p>
--	---	--

<p>de medios de comunicación masiva; a las normas que protegen a la infancia y juventud de los mensajes televisivos y radiofónicos; al cumplimiento de los concesionarios y permisionarios con el cometido social de dichos medios, y a los tiempos para las emisiones educativas, culturales y de orientación social.”</p>		<p><u>como aquellas personas interesadas en la promoción y protección de los derechos de niños, niñas y adolescentes es impulsar y fortalecer la protección de los derechos fundamentales, en una búsqueda constante del equilibrio entre intereses profesionales, ética y compromiso social.</u></p> <p>Como sabemos, en los primeros años de vida, la mayoría de los y las niñas son totalmente dependientes de las personas adultas en lo que respecta a la satisfacción de necesidades básicas. Su desarrollo se encuentra en un proceso de experimentación y aprendizaje. Los niños y niñas en general son consumidores pasivos de la información que les llega. En estas etapas son vulnerables, ya que tienen escasa capacidad de crítica y no cuentan con los recursos suficientes para identificar los diferentes intereses que hay detrás de la información en los medios de comunicación.</p> <p>El mayor problema, en lo que a la participación de la infancia y la adolescencia en los medios de comunicación se refiere, está en el proceso de acercamiento de la infancia a esa realidad transmitida. Los <u>hábitos y prácticas de los y las niñas con los medios son desconocidos para sus familias, para sus educadores y para la sociedad misma.</u></p> <p>...”</p>
---	--	---

Iniciativa (4)
<p>“El objetivo de la presente iniciativa es promover la educación y cultura ambientales, así como la preservación de los recursos naturales, a través de la programación general dirigida a la población infantil que trasmitan las estaciones de radio y las de televisión.</p> <p>...</p> <p>Los contenidos ambientales en radio y televisión pueden ser una herramienta de la educación ambiental; la difusión de temas ecológicos ayuda a mantener informada a la gente sobre la dinámica y problemática ambientales, pero lo más importante es provocar cambios de conducta que de forma individual o colectiva logren mantener un equilibrio dinámico entre la calidad de vida y la calidad del ambiente: no basta hablar de ecología, de los diferentes organismos y sus formas de vida.</p> <p>...</p> <p>...</p> <p>Se plantea el reto de considerar la educación ambiental de forma interdisciplinaria, que atienda por igual aspectos de las ciencias naturales como la ecología y geografía física, de las ciencias sociales como la sociología y el derecho, de las ciencias humanas, la estética y la ética, y entre éstas -de forma especial- la pedagogía y la gestión escolar.</p> <p>...</p> <p>...</p> <p>...</p> <p>...</p> <p>...</p> <p>...”</p>

CUADROS COMPARATIVOS

➤ Ley Federal de Radio y Televisión

Texto Vigente ³⁰	Iniciativa (1)	Iniciativa (2)
<p>Artículo 226. A efecto de promover el libre desarrollo armónico e integral de niñas, niños y adolescentes, así como contribuir al cumplimiento de los objetivos educativos planteados en el artículo 3o. constitucional y otros ordenamientos legales, la programación radiodifundida dirigida a este sector de la población deberá:</p>	<p>Artículo 59 Bis. ... I a V</p> <p>La programación dirigida a los menores de edad se difundirá en los</p>	<p>Artículo 59 Bis.- La programación general dirigida a la población infantil que trasmitan las estaciones de radio y televisión deberá I. a la III.</p>

³⁰ Es importante aclarar que la comparación del presente Texto Vigente equivale a la (Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión) y la Iniciativa equivale a la Ley Federal de Radio y Televisión (abrogada)

<p>I. Difundir información y programas que fortalezcan los valores culturales, éticos y sociales;</p> <p>II. Evitar transmisiones contrarias a los principios de paz, no discriminación y de respeto a la dignidad de todas las personas;</p> <p>III. Evitar contenidos que estimulen o hagan apología de la violencia;</p> <p>IV. Informar y orientar sobre los derechos de la infancia;</p> <p>V. Promover su interés por la comprensión de los valores nacionales y el conocimiento de la comunidad internacional;</p> <p>VI. Estimular su creatividad, así como su interés por la cultura física, la integración familiar y la solidaridad humana;</p> <p>VII. Propiciar su interés por el conocimiento, particularmente en aspectos científicos, artísticos y sociales;</p> <p>VIII. Fomentar el respeto a los derechos de las personas con discapacidad;</p>	<p>horarios establecidos en el artículo 59 de la presente ley.</p>	<p>IV.- Promover el interés científico, artístico, político y social de los niños;</p>
--	---	--

Texto Vigente	Iniciativa (3)	Iniciativa (4)
<p>Artículo 226. A efecto de promover el libre desarrollo armónico e integral de niñas, niños y adolescentes, así como contribuir al cumplimiento de los objetivos educativos planteados en el artículo 3o. constitucional y otros ordenamientos legales, la programación radiodifundida dirigida a este sector de la población deberá:</p> <p>I. Difundir información y programas que fortalezcan los valores culturales, éticos y sociales;</p> <p>II. Evitar transmisiones contrarias a los principios de paz, no discriminación y de respeto a la dignidad de todas las personas;</p> <p>III. Evitar contenidos que estimulen o hagan apología de la violencia;</p> <p>IV. Informar y orientar sobre los derechos de la infancia;</p> <p>V. Promover su interés por la comprensión de los valores nacionales y el conocimiento de la comunidad internacional;</p> <p>VI. Estimular su creatividad, así como su interés por la cultura física, la integración familiar y la solidaridad humana;</p> <p>VII. Propiciar su interés por el conocimiento, particularmente en aspectos científicos, artísticos y sociales;</p>	<p>Artículo 59 Bis. La Programación General dirigida a la población infantil que transmitan las estaciones de radio y televisión deberá:</p> <p>I.- Propiciar el desarrollo armónico de la niñez;</p> <p>II.- Estimular la creatividad, la integración familiar y la solidaridad humana;</p> <p>III.- Procurar la comprensión de los valores nacionales y el conocimiento de la comunidad internacional;</p> <p>IV.- Promover el interés científico, artístico y social de los niños;</p> <p>V.- Proporcionar diversión y coadyuvar el proceso formativo en la infancia.</p> <p>VI. Difundir información que contribuya a la promoción y protección de los derechos de la niñez, a la no discriminación y a la</p>	<p>Artículo 59 Bis. La programación general dirigida a la población infantil que transmitan las estaciones de radio y televisión deberá</p> <p>I. a V. ...</p> <p>VI. Promover la educación y cultura ambientales, así como la preservación de los recursos naturales.</p>

<p>VIII. Fomentar el respeto a los derechos de las personas con discapacidad;</p>	<p>igualdad de oportunidades y de trato entre hombre y mujeres. Los programas infantiles que se transmiten en vivo, las series radiofónicas, las telenovelas o teleteatros grabados, las películas o series para niños filmadas, los programas de caricaturas, producidos, grabados o filmados en el país o en el extranjero deberán sujetarse a lo dispuesto en las fracciones anteriores. La Programación dirigida a los niños se difundirá en los horarios previstos en el reglamento de esta ley.</p>	
--	---	--

Texto Vigente	Iniciativa (1)
<p>Artículo 217. Corresponde a la Secretaría de Gobernación: VIII. Verificar que las transmisiones de radio y televisión cumplan con los criterios de clasificación, que se emitan en términos de la presente Ley, incluidos aquellos relativos a la programación dirigida a la población infantil, de conformidad con los lineamientos que emita en términos de la presente Ley; Artículo 218. Corresponde a la Secretaría de Educación Pública: II. Elaborar y difundir programas de carácter educativo y recreativo para la población infantil, y</p> <p>Nota: Respecto de los artículos 59, 101, 103, 104 de la iniciativa, la Ley vigente no localizo artículos para comparación con los mencionados.</p>	<p>Artículo 10. Compete a la Secretaría de Gobernación y a la Secretaría de Educación Pública: I a VI (...) Artículo 11 (...) I a III (...) IV. Elaborar y difundir, a través de los medios masivos de comunicación, programas de carácter educativo y recreativo para la población infantil y juvenil; V a IX (...)</p> <p>Artículo 59. Las estaciones de radio y televisión deberán efectuar transmisiones gratuitas diarias, con duración hasta de una hora y 30 minutos, en horarios de las 12:00 horas a las 20:00 horas, continua o discontinua, dedicados a difundir temas educativos, culturales y de orientación social. La Secretaría de Educación Pública será la dependencia del Ejecutivo federal que elaborará y proporcionará el material para el uso de dicho tiempo; y las emisiones estarán coordinadas por el Consejo Nacional de Radio y Televisión. Artículo 101 (...) I a IX (...)</p>

	<p>X. No cumplir con la obligación que les imponen los artículos 59 y 59 Bis de esta ley;</p> <p>Artículo 103. Se impondrá multa de cinco mil a cincuenta mil pesos en los casos de las fracciones I, II, III, VIII, X, XIII, XXI, XXII y XXIII del artículo 101 de esta ley.</p> <p>Artículo 104. Se impondrá multa de quinientos a cinco mil pesos en los casos de las fracciones IV, V, VI, VII, IX, XI, XII, XIV, XV, XVI, XVII, XVIII, XIX, XX y XXIV del mismo artículo 101.</p> <p>Además de la aplicación de las multas señaladas en el párrafo anterior, se amonestará por escrito a los concesionarios y permisionarios de la radio y la televisión. En caso de reincidir en tres ocasiones en infringir lo expresamente sancionado, la Secretaría de Gobernación les impondrá la suspensión de la transmisión, por igual número de veces, del programa, la publicidad, cualquier otro material o emisión en que hayan cometido dichas infracciones.</p>
--	---

Datos Relevantes

La iniciativa pretende que tenga injerencia en ciertas facultades la Secretaría de Educación que tiene la Secretaría de Gobernación, relacionadas con las audiencias infantiles y juveniles.

Pretendía que las estaciones de radio y televisión efectuarían transmisiones gratuitas diarias, con duración hasta de una hora y 30 minutos, en horarios de las 12:00 horas a las 20:00 horas.

Planteaba establecer una serie de multas o infracciones en caso de no cumplir con los parámetros respecto a la programación infantil.

➤ **Ley General de Educación**

Texto Vigente	Iniciativa (1)
<p>Artículo 74.- Los medios de comunicación masiva, en el desarrollo de sus actividades, contribuirán al logro de las finalidades previstas en el artículo 7, conforme a los criterios establecidos en el artículo 8o.</p>	<p>Artículo 74. Los medios de comunicación masiva, impresos, electrónicos abiertos, cerrados o de paga, contribuirán al logro de las finalidades previstas en el artículo 7, conforme a los criterios establecidos en el artículo 8 de esta Ley y lo normado en el artículo 11 de la Ley Federal de Radio y Televisión.</p> <p>Artículo 74 Bis. Será responsabilidad de la Secretaría de Educación Pública, para el mejor cumplimiento de lo establecido en el artículo anterior, lo siguiente:</p> <p>I. La supervisión y vigilancia de los contenidos e imágenes que se transmitan en los medios masivos de comunicación, quien deberá informar las infracciones, según lo estipulado en la fracción VII, del artículo 11, de la Ley Federal de Radio y Televisión, y</p> <p>II. Proporcionar el material para que las estaciones de radio y televisión lo transmitan gratuitamente en su programación diaria, dentro del tiempo normado en el artículo 15 del Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión en materia de concesiones, permisos y contenido de las transmisiones de radio y televisión.</p>

Datos Relevantes

La presente iniciativa propone que se considere también como medios de comunicación a los impresos, electrónicos abiertos, cerrados o de paga.

Asimismo considero oportuno proponer que fuese responsabilidad de la Secretaría de Educación Pública la Supervisión y vigilancia de los contenidos e imágenes que transmiten los medios de comunicación.

• **LEGISLATURA LX**

No. de Iniciativa	Fecha de Publicación Gaceta Parlamentaria	Reforma(s) y/o adición(es)	Presentado por	Estado de la Iniciativa
1	<u>Gaceta Parlamentaria</u> , número 2189-II, jueves 8 de febrero de 2007. (339)	Reforma y adiciona diversas disposiciones de las leyes para la Protección de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes; Federal de Radio y Televisión; y General de Educación.	Diputada Mónica Arriola, Nueva Alianza.	Turnada a las Comisiones Unidas de Atención a Grupos Vulnerables, de Radio, Televisión y Cinematografía y de Educación Pública y Servicios Educativos.
2	<u>Gaceta Parlamentaria</u> , número 2236-IV, jueves 19 de abril de 2007. (641)	Reforma el artículo 59 Bis de la Ley Federal de Radio y Televisión.	Diputada Mónica Arriola, Nueva Alianza.	Turnada a la Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía.
3	<u>Gaceta Parlamentaria</u> , número 2276, viernes 15 de junio de 2007. (807)	Reforma la fracción X del artículo 101, deroga la fracción IV del artículo 67 y adiciona los artículos 59 Bis, párrafo cuarto, y 104 Ter de la Ley Federal de Radio y Televisión.	Congreso de Colima	Turnada a la Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía.
4	<u>Gaceta Parlamentaria</u> , número 2495-VIII, martes 29 de abril de 2008. (1668)	Reforma diversas disposiciones de la Ley Federal de Radio y Televisión.	Diputado Gerardo Octavio Vargas Landeros, PRI.	Turnada a la Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía.
5	<u>Gaceta Parlamentaria</u> , número 2757, lunes 18 de mayo de 2009. (2987)	Adiciona el artículo 59 Ter a la Ley Federal de Radio y Televisión.	Diputado Othón Cuevas Córdova, PRD.	Turnada a la Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía.
6	<u>Gaceta Parlamentaria</u> , número 2811, viernes 31 de julio de 2009. (3078)	Modifica y adiciona diversas disposiciones de la Ley Federal de Radio y Televisión.	Diputado Francisco Javier Calzada Vázquez, PRD.	Turnada a la Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía.

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

Iniciativa (1)	Iniciativa (2)	Iniciativa (3)
<p>La <u>educación</u>, considerada como un proceso dirigido hacia la socialización y formación de las personas para que, desarrollando sus habilidades, adquieran el conocimiento del mundo y el dominio del comportamiento para incorporarse a él, implica necesariamente la información. <u>"La información es una necesidad social y condición para normar la actuación de la sociedad, en la búsqueda de soluciones a sus problemas y para lograr su progreso y es por tanto un derecho de la sociedad"</u>¹. Dicho derecho tiene, por tanto, una función y un valor educativo, sobre todo si consideramos que la tarea educativa, encomendada tradicionalmente a la familia y a la escuela, es hoy compartida con las instituciones encargadas de la comunicación y la información.</p> <p>Los <u>medios de comunicación</u> se han convertido en el principal referente de la sociedad global en la que vivimos. Indiscutiblemente los medios, al ser una de las principales fuentes de información de la sociedad, <u>contribuyen de manera sustantiva a la formación del conocimiento de los seres humanos y a la toma de decisiones por la sociedad en su conjunto</u>.</p> <p>Los medios de comunicación han logrado tener una presencia e influencia creciente en la manera en que los diversos grupos y sectores de la población perciben la realidad social y personal. Particularmente, <u>la radio y la televisión</u>, e incluso, recientemente el Internet, al ser <u>instrumentos prioritarios de ocio, entretenimiento y, de forma más matizada, de aprendizaje</u>, siguen siendo, debido a su fácil acceso y al alcance que tienen sobre todas las personas, el medio más seguido por el <u>espectador infantil, hasta ocupar un lugar predominante en la formación o inducción de su vida, opiniones y hábitos</u>.</p> <p>Niñas y niños viven en un estado de indefensión, tanto frente a los medios de comunicación tradicionales, como</p>	<p>Resulta una verdad de Perogrullo afirmar que dentro de los objetivos primordiales que deben guiar el actuar de las instituciones del Estado mexicano se encuentra la tutela de los derechos de los grupos más vulnerables. En ese sentido, la preocupación de esta soberanía por la atención, difusión y promoción de los derechos de los niños y los adolescentes debe ocupar un lugar primordial en la agenda legislativa.</p> <p>En el contexto internacional, en la propia <u>Declaración Universal de los Derechos Humanos de Naciones Unidas, se reconoce que la infancia tiene derecho a cuidados y asistencia especiales</u>.</p> <p>Más aún, la necesidad de proporcionar al niño una protección especial ha sido enunciada en la <u>Declaración de Ginebra de 1924 sobre los Derechos del Niño y en la Declaración de los Derechos del Niño adoptada por la Asamblea General el 20 de noviembre de 1959, y reconocida en la Declaración Universal de Derechos</u></p>	<p><u>El ejercicio de la libertad con responsabilidad es la condición para que los individuos y las corporaciones alcancen su desarrollo pleno, al tiempo que contribuyen al bienestar de la sociedad</u>.</p> <p>Esta regla, respecto a la libertad de expresamos por cualquier medio, está contenida en el artículo <u>6o. de la Constitución General de la República</u>, el cual acota este derecho a la condición de que no se <u>"ataque a la moral, los derechos de tercero, provoque algún delito o perturbe el orden público"</u>. Es decir, un ejercicio responsable de la libertad de manifestar nuestras ideas pasa necesariamente por la condición constitucional de no afectar derechos de terceros y, en este caso, es materia de esta iniciativa fomentar el derecho de información, de expresión y de recepción de mensajes, mediante <u>la radio y la televisión, salvaguardando primordialmente los derechos de las niñas y los niños mexicanos</u>.</p> <p>Nuestra sociedad ha compartido el criterio de que las niñas y los niños deben estar plenamente preparados para una vida independiente en sociedad y ser educados para vivir los valores de la dignidad, tolerancia, libertad, igualdad y la solidaridad. <u>Esta plenitud no se puede alcanzar sino en medio de un ambiente sano. Los menores de edad, al recorrer su ruta hacia la adultez, deben estar firmemente apoyados por cuatro pilares, que son: el hogar, la escuela, la vecindad y la comunicación electrónica</u>.</p> <p>Estas cuatro columnas deben operar de manera simultánea y coordinada para que la niña y el niño vayan recibiendo una educación integral y sin</p>

<p>frente a los sistemas de información y comunicación que han desarrollado en los últimos años la tecnología digital. En la actualidad, las niñas y los niños tienen fácil acceso a contenidos inadecuados; a la vez que existe una carencia de ofertas infantiles atractivas, de calidad, variadas en géneros, y que eduquen en valores cívicos.</p> <p>Para los <u>analistas de los medios de comunicación, lo peligroso no es la presencia cotidiana de medios como la televisión, sino el uso que el público infantil le puede dar a sus contenidos.</u> Los medios de comunicación y las nuevas tecnologías son, sin duda, una realidad atrayente y pujante en la sociedad que no podemos negar; desgraciadamente, a veces están ausentes como recursos de desarrollo personal en la vida de las y los ciudadanos y, sobre todo, de las nuevas generaciones.</p> <p>Las y los <u>niños perciben los medios como una fuente de satisfacción y placer, pero por lo general, no tienen los mecanismos para comprenderlos de una forma global y crítica; éstos pueden tener una mala influencia sobre su desarrollo.</u></p> <p>Por ejemplo, <u>la reiterada observación de escenas violentas en la televisión repercute sobre la agresividad de la niñez, la cual comienza a registrarse a partir de los primeros años de vida. Hay numerosos estudios que confirman que el alto índice de violencia televisiva interviene como factor importante en la determinación de las conductas violentas.</u> "La UNESCO, en un <u>informe titulado Violencia y terror en los Medios, apunta que la exposición constante a las historias y escenas de violencia y terror, pueden movilizar tendencias agresivas, desensibilizar y aislar otras, intimidar a muchos y disparar acciones violentas en los infantes, habiendo así una relación entre la violencia reportada por o desplegada en los medios y la violencia individual o de grupo</u>"².</p> <p>...</p> <p>En México se calcula que los niños, en promedio, han sido expuestos a 8 mil asesinatos y 100 mil acciones violentas en la televisión, al momento de terminar su educación</p>	<p><u>Humanos, en el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos (en particular, en los artículos 23 y 24), en el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales (en particular, en el artículo 10) y en los estatutos e instrumentos pertinentes de los organismos especializados y de las organizaciones internacionales que se interesan en el bienestar del niño.</u></p> <p>...</p> <p>Como se puede inferir, ha existido una clara tendencia internacional sobre la relevancia, la promoción, la difusión y el respeto de los derechos del niño.</p> <p>En conformidad con el concierto internacional, México ha procurado regular su legislación ordinaria, al grado de expedir para 2000 la <u>Ley para la Protección de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes</u>, con objeto de garantizarles la tutela y el respeto de los derechos fundamentales reconocidos en la Constitución.</p> <p>No obstante, no sólo con la expedición de leyes especiales se cumplen los objetivos de los tratados y pactos suscritos por México. Es menester reformar</p>	<p>contradicciones. La salvaguardia integral en el derecho de los <u>menores es una herramienta indispensable. Un hogar disfuncional encuentra más obstáculos para entregar a la sociedad buenos ciudadanos.</u> Lo mismo se puede decir de una escuela <u>ineficiente y de un entorno vecinal conflictivo.</u> Cuando <u>el niño no encuentra en su hogar la satisfacción de sus necesidades afectivas; cuando se tropieza con una escuela que no le prepara ni en la academia ni en los valores; y cuando su entorno social le expone a lo más bajo de las miserias humanas, este individuo crece con poca resistencia a los vicios y la degradación.</u> Pero a este mismo resultado se expone a <u>las niñas y los niños cuando no reciben mensajes edificantes de los medios de comunicación (en este concepto también tienen cabida los video juegos y la Internet, aunque sólo es materia de esta iniciativa atender la problemática de los contenidos que reciben las niñas y los niños del radio y la televisión).</u></p> <p>...</p> <p>..., la <u>Declaración Universal de los Derechos del Niño</u> señala que "el niño, por su falta de madurez física y mental, necesita protección y cuidado especiales, incluso la debida protección legal, tanto antes como después del nacimiento". México es suscriptor de la Convención Internacional sobre los Derechos del Niño desde el 21 de septiembre de 1990.</p> <p>...</p> <p>...</p> <p>..., el artículo 4o. de la Constitución mexicana ya prevé que "los niños y las niñas tienen derecho a la satisfacción de sus necesidades de alimentación, salud, educación y sano esparcimiento para su desarrollo integral".</p>
---	--	---

<p><u>primaria</u>³. La violencia es parte integral en el contenido de los medios de <u>comunicación, así como lo es, también, de la realidad humana contemporánea.</u></p> <p>Por otro lado, sabemos que <u>la publicidad tiene como objetivo estimular el deseo y la necesidad de consumir.</u> Las y los niños y jóvenes representan, en este sentido, una importante cuota de mercado. La influencia de la publicidad en este sector es muy fuerte, y puede considerarse como un instrumento peligroso, ya que muchas veces crea apetencias y necesidades que no se corresponden con la edad de la niña, niño o del adolescente, y que en la mayoría de los casos, no podrá satisfacer a su edad. Otro problema que tiene que ver con la publicidad y los medios son los anuncios de bebidas alcohólicas, que van dirigidos preferentemente a los jóvenes, con el claro mensaje de que el consumo de alcohol facilita la diversión y el éxito. Existe <u>una relación clara entre la visión de ciertos programas, con el consumo de alcohol, tabaco y drogas entre los adolescentes.</u> Asimismo, <u>el mal manejo de la sexualidad en los medios puede confundir a las y los jóvenes.</u></p> <p>Otro de los puntos negativos que los medios de comunicación tienen sobre la infancia es en el desempeño escolar. <u>Numerosos estudios realizados han demostrado que los alumnos que ven más de dos horas diarias de televisión obtienen rendimientos escolares más bajos.</u> La causa de este hecho se debe al retraso del proceso madurativo y a una menor capacidad de abstracción. <u>La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, UNESCO, ha llamado la atención en cuanto a que el uso indiscriminado y masivo de la televisión, puede resultar peligroso para el aprendizaje del niño, ya que aumenta la pasividad intelectual, le aparta del trabajo escolar, y limita su creatividad.</u></p> <p>Los <u>medios pueden influir también en la idea de que las personas tienen distintos roles sociales, y en este sentido, afectan a la totalidad de los receptores, no sólo a aquellos</u></p>	<p>la legislación ordinaria en distintas materias, como la penal, la civil, lo relativo a la salud o, como en este caso, las telecomunicaciones.</p> <p>Hace <u>25 años, el 11 de enero de 1982,</u> se publicó en el Diario Oficial de la Federación la adición del artículo 59 Bis de la <u>Ley Federal de Radio y Televisión,</u> por la cual <u>se incluían cinco loables objetivos con relación a la programación general dirigida a la población infantil.</u> En <u>aquellos momentos se trataba de principios rectores que se encontraban a la vanguardia en la protección de los derechos de los menores de edad.</u> Sin embargo, <u>las condiciones de la sociedad mexicana han cambiado con el transcurso de los años.</u> Actualmente, existe la necesidad de replantear los fines a que se debe sujetar la programación general dirigida a la población infantil.</p> <p>La reforma que ahora se plantea pretende la inclusión de la <u>difusión y promoción de los derechos de niños y de adolescentes en los fines de la programación general dirigida a la población infantil</u> como elementos fundamentales para el desarrollo armónico de la niñez.</p>	<p>Entonces, esta pila de preceptos legales que se surten <u>del derecho internacional y constitucional son el fundamento para aseverar dos cosas: la primera, que las niñas y los niños mexicanos tienen derecho a recibir del radio y la televisión, una información que sirva a su bienestar social, espiritual y moral, y a su salud física y mental; y la segunda, que este derecho está por encima de cualquier interés en contrario sea de índole económico, político o social.</u></p> <p>No obstante esto, debemos contextualizar el servicio público de radio y televisión y reconocer que los concesionarios, además de contribuir al desarrollo del país, buscan obtener un justo lucro por el servicio que prestan a la comunidad.</p> <p>...</p> <p>La <u>vigente Ley de Radio y Televisión</u> contiene un valioso paquete conceptual encaminado a salvaguardar el derecho a la información y entretenimiento de las niñas y los niños; sin embargo, sus dispositivos están más bien encaminados a regular el formato de la barra infantil, el cual, por cierto, si está debidamente proyectado, pero no se tiene el mismo cuidado cuando se norman los contenidos para diversa audiencia.</p> <p>Esto adquiere relevancia porque el legislador no consideró de interés público disponer los horarios reservados a la audiencia familiar e infantil, sino que lo delegó a disposiciones reglamentarias. Precisamente, el <u>artículo 59 Bis</u> de la Ley de Radio y Televisión establece que "la programación dirigida a los niños se difundirá en los horarios previstos en el reglamento de esta ley". Aquí cabe preguntarnos qué normas son las que regulan la programación que no es infantil, pero a la que están expuestas todas las tardes y noches las niñas y los niños.</p>
---	--	---

<p>que, como el público infantil, se encuentran en fase de <u>socialización</u>. ...</p> <p>Así, <u>algunos de los mensajes que las y los niños pueden aprender a través de los medios de comunicación que están a su alcance son</u>.⁵</p> <p>Que los <u>problemas</u> se resuelven a través del dinero o a través de la violencia.</p> <p>Que quienes <u>consumen determinados productos</u> obtienen por arte de magia la felicidad, el éxito, el poder, la belleza y el amor.</p> <p>Que el <u>fin</u> justifica los medios.</p> <p>Que las <u>guerras</u>, la <u>violencia</u> y la <u>competencia</u> son inevitables.</p> <p>Que <u>triunfar</u> es pasar por encima de los demás.</p> <p>Por otra parte, muchas telenovelas, series de televisión, y aun los comerciales, están continuamente reforzando éstos y otros modelos de hombre y mujer, por ejemplo:</p> <p>Que sólo las mujeres bellas y esbeltas merecen ser admiradas.</p> <p>Que una buena madre sufre, llora y se sacrifica por sus hijos.</p> <p>Que el amor se demuestra dando objetos o gastando dinero.</p> <p>Que cuando la <u>mujer</u> trabaja fuera de casa, lo hace siempre en labores de subordinación, en donde el jefe siempre es un hombre.</p> <p>Que un buen <u>padre</u> es el que da a su familia una casa, vacaciones y cosas.</p> <p>Que la <u>mujer</u> siempre necesita de un hombre para solucionar sus problemas.</p> <p>Que la mujer casada sólo debe ocuparse de las labores del hogar, mientras el hombre resuelve los problemas del mundo.</p> <p>Que el hombre admirable, activo y atractivo toma decisiones, se arriesga y siempre gana. Es rico y, junto con las cosas que posee, tiene también muchas mujeres.</p> <p>...</p> <p>...</p>	<p>El sentido primordial de esta iniciativa <u>es aprovechar los medios de comunicación masiva para insertar, en nuestros niños y jóvenes, conciencia plena sobre los derechos que les asisten y, tangencialmente, obtener un beneficio por demás trascendente del hecho de que la televisión, desafortunadamente, abarca gran cantidad del tiempo de esparcimiento con que cuentan los niños.</u></p> <p>En ese sentido, <u>si bien es cierto que lo idóneo sería desincentivar la conducta recurrente de ver la televisión por parte de nuestros niños por medio de la difusión y promoción de distintas actividades recreativas, deportivas y de esparcimiento en general, no menos cierto es el hecho de que si la televisión es un distractor obligado, y hasta cierto punto necesario, debemos hacer de estas horas frente al televisor un momento de aprendizaje y toma de conciencia.</u></p> <p>Los anteriores argumentos de igual forma se pueden aplicar a la actividad de escuchar la radio. Sin embargo, el tiempo que los niños dedican a la actividad de escuchar la radio</p>	<p>..., la deficiencia que observamos en la Ley de Radio y Televisión es que omite señalar reglas claras a favor de las niñas y los niños, particularmente en los tiempos no reservados para ellos. Por esa razón, consideramos que es de interés público que se fije un <u>horario básico de reserva para proteger a los menores de mensajes televisivos y radiales inconvenientes, fuera del cual (o sea en el horario corrido de las 22:00 a las 14:00 horas)</u> sí se puedan omitir esas providencias especiales, salvo que se trate, precisamente, de la barra infantil o familiar.</p> <p>Por lo anterior, propongo que el Congreso del estado de Colima haga suya la presente iniciativa de ley que modifica diversos dispositivos de la Ley de Radio y Televisión, para efecto de que en el horario de las 2 de la tarde a 10 de la noche no se transmitirán programas o comerciales que contengan:</p> <p>a) <u>Comportamientos peligrosos o de actos delictivos, de los cuales no se adviertan las consecuencias y prohibición, y que puedan ser imitados por las niñas y los niños;</u></p> <p>b) <u>Exhibiciones corporales o expresiones de cualquier índole, de explícito contenido sexual, no aptas para el sano desarrollo de la niñez;</u></p> <p>d) <u>Actitudes de discriminación "en donde no se prevenga de sus graves consecuencias en contra de la población vulnerable; y</u></p> <p>e) <u>Promoción de golosinas o demás productos alimenticios que puedan distorsionar los hábitos de la buena nutrición, salvo que se advierta de los efectos nocivos en caso de consumo desmedido.</u></p> <p>Toda vez que lo señalado consta en el artículo 59 Bis de la referida ley, se propone la reforma de la fracción X del artículo 101 para establecer con puntualidad <u>que constituye infracciones administrativa "no cumplir con las obligaciones</u></p>
---	---	---

<p>...</p> <p><u>Según la Convención sobre los Derechos del Niño, ratificada por México el 21 de septiembre de 1990, las niñas y niños deben estar plenamente preparados para una vida independiente en sociedad, y ser educados en un espíritu de paz, dignidad, tolerancia, libertad, igualdad y solidaridad. México tienen la obligación de agotar esfuerzos para fortalecer y hacer más efectiva la promoción y protección de los derechos de los niños. El interés superior de las niñas o niños debe ser uno de los principios fundamentales por parte tanto del gobierno, como de las instituciones y las organizaciones civiles responsables del cuidado y protección de la niñez.</u></p> <p>...</p> <p>...</p> <p>...</p> <p>...</p> <p>...</p> <p>...</p> <p>Es por eso que <u>el poder educativo de los medios de comunicación y la relación que éstos guardan con la infancia y las y los jóvenes de México, es de suma importancia. Un manejo adecuado de la información en los medios es vital para contribuir a redimensionar la situación de los niños, niñas y adolescentes en la sociedad, y para valorar sus identidades.</u> La educación está fuertemente relacionada con el flujo penetrante de estos medios en la sociedad.</p> <p>...</p> <p>...</p> <p>...</p> <p>...</p> <p>La <u>información y la educación son un medio indispensable para alcanzar premisas y objetivos.</u> ...</p> <p>Es claro que las niñas y niños forman sus patrones básicos de comportamiento frente a los medios en los primeros años de su vida. En este sentido, los medios de</p>	<p>es en términos generales mucho menor que el dedicado a ver televisión.</p> <p>...</p> <p>...</p> <p>...</p> <p>...</p> <p>Con la reforma que se plantea se <u>logrará obligar a una difusión constante y sistemática de los derechos de los niños con alcances de largo plazo y en donde, dada la creatividad que caracteriza a las figuras públicas, se podrían encontrar medios para hacer la comprensión de los derechos más asequible para los niños.</u></p> <p>...</p>	<p><u>que les imponen los artículos 59 y 59 Bis de esta ley". Además se propone la adición del artículo 104 Ter, para reforzar el principio punitivo en caso de infracciones a los preceptos legales, para ello se propone que dichas faltas cometidas por los concesionarios sean registradas por la Secretaría de Gobernación y en caso de reincidencia se duplique la sanción pecuniaria y también se incaute a favor de la Tesorería de la Federación el pago o remuneración que el concesionario hubiere obtenido por la transmisión del programa, comercial o mensaje indebido.</u></p> <p>Creemos que actualmente los medios de comunicación están en manos mexicanas y cuentan con una gran conciencia social, pero ello no debe apartarnos de la posibilidad de que se cometan errores o abusos que lesionen el interés general. Por ello es necesario que se tomen medidas firmes para la prevención de conductas que pudieren afectar a la audiencia y particularmente que transgredan el derecho preferencial de las niñas y los niños de México a <u>recibir contenidos que les ayuden a salvar su desarrollo físico, mental y espiritual.</u></p>
--	---	---

<p>comunicación pueden, si la información que propagan es <u>destinada a desarrollar su capacidad crítica y de libre decisión, y el sentido de la propia responsabilidad, bajo los principios de igualdad de oportunidades y de trato entre hombres y mujeres y la no discriminación, ampliarles su visión del mundo, y darle más opciones para enfrentarlo.</u></p> <p>...</p> <p>...</p> <p>...</p>		
---	--	--

Iniciativa (4)	Iniciativa (5)	Iniciativa (6)
<p>En su libro <i>Homo videns. La sociedad teledirigida</i>, <u>Giovanni Sartori</u> dice respecto a la televisión que ésta "<u>no es sólo instrumento de comunicación; es a la vez, <i>paideia</i>, un instrumento 'antropogenético', un médium que genera un nuevo <i>anthropos</i>, un nuevo tipo de ser humano.</u>"¹ El término <i>paideia</i>, de origen griego, denomina el proceso de formación del adolescente.</p> <p>El mismo autor considera que <u>la televisión es la primera escuela del niño; y el niño es un animal simbólico que recibe su <i>imprint</i>, su impronta educacional, en imágenes de un mundo centrado en el hecho de ver.</u> El niño es una esponja que registra y absorbe indiscriminadamente todo lo que ve.²</p> <p>En este sentido, <u>el niño que está expuesto a la violencia visual o a otros elementos inapropiados para su edad, fácilmente puede habituarse a ellos, con el correlativo riesgo de que sea un adulto violento o bien, que desarrolle otro tipo de conductas negativas.</u></p>	<p>La <u>publicidad infantil o dirigida a los niños se ha visto cuestionada en los últimos años</u>, debido a los contenidos que emite y que deriva en un alto porcentaje en conductas violentas, en un consumo inadecuado de alimentos que afectan la salud de los niños, y en un gasto excesivo de recursos familiares en productos chatarra.</p> <p>Diversos estudios han demostrado que los <u>contenidos</u> de esta <u>publicidad</u> tienen una poderosa influencia en los <u>menores de edad</u>, especialmente por las horas que pasan frente al televisor, poniendo a México como un alto consumidor de horas frente al aparato receptor.</p> <p>Como es del conocimiento de todos, los niños son un grupo altamente influenciado en cuanto a gustos y preferencias de consumo, dependiendo de sus edades y del tipo de entorno familiar que viven.</p> <p>Las <u>familias</u> han <u>evolucionado</u> en sus características, en la dinámica de vida y en el número de integrantes. Estos</p>	<p>Primera. Es evidente que la <u>sociedad mexicana</u> ha alcanzado niveles de violencia nunca antes experimentados en tiempos de paz. Un hecho que en nada ayuda a la solución de este problema, y que en cambio tiende a profundizarlo, es que nuestros hijos en edad preescolar y primaria están siendo constantemente expuestos a <u>promocionales de programas de televisión con alto contenido de violencia</u>. Los niños expuestos a este tipo de promocionales tienden a ver a la violencia como una <u>alternativa legítima</u> para solucionar sus conflictos.</p> <p>A lo largo del día, <u>los canales de televisión</u> abierta difunden promocionales de series, de programas y de películas para el público adolescente y adulto que transmitirán en horario nocturno. <u>Estos promocionales también son divulgados durante la transmisión de programas infantiles</u>. Nada tendría de malo esta práctica, a no ser porque en dichos promocionales se presentan escenas de violencia verbal y física, ataques de hombres hacia mujeres y de mujeres hacia hombres, amenazas, homicidios y toda una gama de imágenes que hacen apología de la violencia.</p> <p>Segunda. Dos ejemplos tomados de la transmisión cotidiana y regular de los programas dirigidos al público infantil bastarán para dejar en claro este punto:</p>

<p>Temas a los que los niños están expuestos todos los días a través de los medios de comunicación, en especial la televisión, como escenas de contenido sexual, el lenguaje inapropiado, el maltrato a otros seres vivos, el racismo, las adicciones, sólo por mencionar algunas influencias nocivas. <u>Hoy día existen programas, series, películas de dibujos animados con un alto contenido de violencia, lenguaje inapropiado y hasta algunas connotaciones de tipo sexual que se transmiten en horarios para niños, cuando dicho contenido no es propio para la población infantil.</u> El hecho de que este tipo de programación se transmita en un formato de dibujos animados, no significa que sea apto para niños. <u>Es su contenido lo que determina si es apropiado o no para ser visto por este sector de la población.</u> De acuerdo con el documento <u>La violencia...¿entretenimiento infantil?</u>, elaborado por el Observatorio Ciudadano de Derecho a la Información, de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información (Amedi),³ algunos especialistas opinan que la <u>violencia que padecen los niños en sus hogares, un entorno socioeconómico hostil y la permanente difusión de conductas violentas en televisión propician pensamientos, emociones y conductas antisociales que ejercen en el ámbito escolar, donde descargan sus emociones de intolerancia, odio, enojo y discriminación.</u></p>	<p>cambios han arrojado actualmente familias más pequeñas, con un menor promedio en el tiempo de convivencia entre los integrantes y en el caso de que los padres trabajen, un mayor poder adquisitivo. Tienen, en la mayoría de los casos, familias que pretenden sustituir la atención hacia los hijos con la compra de productos y alimentos sin la debida información.</p> <p>... </p> <p>..., un estudio experimental efectuado a mediados de 2006, dirigido a un público infantil de preescolar realizado por el Laboratorio Audiovisual en Investigación Social del Instituto Mora sobre <u>una selección de programas infantiles y publicidad de la televisión abierta mexicana</u>, el cual concluyó que se debe dar una <u>alerta sobre el ambiente televisivo de los niños en México</u>, ya que se constata la existencia de <u>contenidos adversos a una socialización positiva y se contradicen los lineamientos de otros agentes de socialización como la familia y la escuela.</u> El estudio se realizó de acuerdo con una metodología que analizó el <u>discurso televisivo</u> y definió indicadores que "promueven" o "contradicen" acciones, valores y actitudes deseables contenidas en la currícula del sistema educativo</p>	<p>1. El domingo 18 de enero de 2009, el canal 7 de televisión abierta transmitió en el espacio llamado Planeta Disney la película Monsters Inc., propia para niñas y niños que cursan la primaria. Durante esta película se difundió un promocional de la telenovela Vuélveme a querer, en el cual puede verse que un hombre forcejea con una mujer a la que hiere con un chuchillo e inmediatamente después asesina a un hombre con disparos de arma de fuego, y para colmo, todo ello es observado a la distancia por un niño que se esconde tras un árbol.</p> <p>2. El viernes 13 de marzo de 2009, el canal 5 de televisión abierta transmitió la caricatura Dora la exploradora, dirigida a niñas y niños en edad preescolar. Durante este programa se difundieron de manera consecutiva los siguientes <u>dos promocionales</u>:</p> <p>a) Del programa W-W-E de lucha libre, en el que puede verse cómo un par de hombres se lían a golpes dentro de una casa; uno de ellos, con saña, arroja por la ventana al otro, quien una vez tirado en el suelo recibe patadas en las costillas.</p> <p>b) De la serie CSI Las Vegas, en el que se observa que una mujer, al tiempo que vocifera, golpea a un hombre que está sentado y le muestra un arma con actitud amenazante.</p> <p>Como una imagen dice más que mil palabras, acompaño esta iniciativa con un disco compacto que contiene el video de estos promocionales para quien desee comprobar con sus propios ojos la gravedad del tipo de escenas a las que son expuestos nuestros hijos todos los días. Estos promocionales resultan especialmente desagradables durante fechas cercanas al tradicional Día de Muertos o el llamado Halloween, pues los <u>programas infantiles</u> son constantemente interrumpidos con promocionales de películas de terror que exhiben escenas de extrema violencia, en las que es común observar un asesinato perpetrado con un hacha, personas yacentes en charcos de sangre, cadáveres mutilados o restos humanos en descomposición.</p>
---	--	--

<p>Para la realización de esta investigación, la Amedi definió y clasificó la violencia como "el comportamiento deliberado que resulta o puede resultar en daños físicos o psicológicos a otros seres humanos, y se asocia con la agresión que también puede ser psicológica o emocional a través de amenazas u ofensas. Estos tipos de violencia pueden verse manifestados de la siguiente manera:</p> <p>Violencia verbal. Uso del lenguaje con la finalidad de agredir, intimidar, pero sin recurrir a la fuerza física.</p> <p>Actos violentos. Acción que causa daño físico a un ser o grupo animado.</p> <p>Amenaza creíble. Dar a entender de manera verbal o no verbal que se pretende llevar a cabo un acto violento contra un ser o grupo de seres animados con el propósito de intimidarles.</p> <p>Acto violento como castigo. Respuesta violenta como consecuencia de una acción violenta.</p> <p>Muerte. Es el fin de la vida. Se suele decir que una de las características clave de la muerte es que es definitiva, sin embargo en las caricaturas en muchas ocasiones se presenta como reversible". El estudio indica que "se registraron 582 actos violentos, de los cuales 252 corresponden a muertes violentas en 10 horas de programación dirigida a los niños. Si estos datos resultan reveladores, más aún lo será cuando veamos que estos actos violentos se concentran en algunos horarios y caricaturas específicas ya que en una sola hora, de 12:00 a 13:00, los niños</p>	<p>preescolar. Estas conclusiones se derivan de un estudio de programas de la <u>barra infantil</u> de una televisora privada y de los anuncios publicitarios presentados en el lapso de la transmisión.</p> <p>Es importante recordar que diversas empresas y marcas utilizan una publicidad engañosa sobre sus productos, lo que ha derivado en una información falsa sobre el contenido de éstos y el daño que puede llegar a causar su ingesta diaria en la <u>población infantil</u>. Tal es el caso la empresa <u>Bimbo</u>, cuyos productos están hechos a base de harina refinada y no de harina de trigo, a pesar de que se anuncian en ese sentido; o de la empresa <u>Coca Cola</u>, que elabora una bebida conocida como Frutsi, que es distribuida en un gran número de escuelas y cuyo contenido en dulce es de los más altos y debe ser considerado como caramelo líquido, a decir de la organización El Poder del Consumidor.</p> <p>...</p> <p>Ante este panorama, es urgente que el Legislativo asuma su responsabilidad para regular este tipo de productos, que están dañando la salud de un número importante de la población infantil, que está sujeta a la mala información de estas empresas y a la falta de una orientación sobre una mejor alimentación.</p> <p>En este sentido, existe la experiencia de países como <u>España, donde existe un organismo de la sociedad civil</u></p>	<p>Es un hecho irrefutable que la mayor parte del tiempo que los niños ven televisión lo hacen sin la compañía de un adulto que pueda evitarles que vean este tipo de promocionales que son sumamente perjudiciales para su sano desarrollo.</p> <p>Tercera. Exponer diariamente a este tipo de escenas a nuestras <u>niñas y niños</u> es, a todas luces, un factor que contribuye a perpetuar la violencia, porque los infantes ya la consideran como algo normal, y porque tienden a imitar esos comportamientos violentos.</p> <p>Existen numerosos estudios científicos que revelan el alto grado de influencia que tiene la publicidad transmitida por la televisión sobre la conducta de los niños. A manera de ilustración, menciono que el Consejo Nacional Sueco de Política de Consumo presentó un informe en el que concluye que sólo alrededor de los 12 años la mayoría de los niños desarrolla una comprensión más completa del propósito de la publicidad, lo que es un requisito previo para desarrollar una actitud crítica al respecto. 1</p> <p>En la exposición de motivos de la iniciativa relativa al tema de la violencia, en el contenido de los programas de televisión, que en febrero de 2007 presentó la diputada Mónica Arriola Gordillo, se menciona que, y cito:</p> <p>"La UNESCO, en un informe titulado Violencia y terror en los medios, apunta que la exposición constante a las historias y escenas de violencia y terror puede movilizar tendencias agresivas, desensibilizar y aislar otras, intimidar a muchos y disparar acciones violentas en los infantes, habiendo así una relación entre la violencia reportada por o desplegada en los medios y la violencia individual o de grupo." 2</p> <p>Según otros autores, el efecto más directo que tienen los contenidos agresivos difundidos a través de medios es el de insensibilizar a la audiencia ante situaciones de violencia real, volviéndola apática y permisiva frente a sus manifestaciones. Así, cuanto mayor sea el tiempo de exposición a programas televisivos violentos, mayor es el</p>
---	---	---

<p>pueden ser testigos de 183 actos violentos, lo que hace un promedio de 3 actos violentos por minuto".</p> <p>...</p>	<p><u>denominado Autocontrol, que analiza y propone la emisión o no de la publicidad de videojuegos y juguetes dependiendo de su contenido.</u></p> <p>Ese organismo también regula el control publicitario conforme a la legislación de protección de los menores, logrando que se prohibiera la utilización de famosos en los anuncios, así como publicidad que incita a la violencia o a comportamientos antisociales.</p> <p>Finalmente, cabe mencionar que, si bien las empresas de publicidad realizan los anuncios que les son solicitados por los fabricantes y comercializadores de productos chatarra, corresponde al <u>Estado la tarea de proteger conforme a derecho el desarrollo de la población infantil, y uno de los procedimientos es la facultad de regular los contenidos de la programación difundida por radio y televisión,</u> así como de los contenidos de todo tipo de publicidad impresa.</p>	<p>riesgo de asociación de conductas violentas en niños y adolescentes.</p> <p>Fin de cita.</p> <p>Cuarta . En algunos <u>ordenamientos legales</u> ha quedado explícito, de manera atinada, que los programas y la publicidad dirigida a los niños no deben contener escenas que atenten contra su sano desarrollo. Por ejemplo:</p> <ol style="list-style-type: none">1. La fracción D del artículo 43 de Ley para la Protección de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes señala que las autoridades federales, en el ámbito de sus competencias, procurarán verificar que los medios de comunicación masiva “eviten la difusión o publicación de información en horarios de clasificación A, con contenidos perjudiciales para su formación, que promuevan la violencia o hagan apología del delito y la ausencia de valores”.2. Por su parte, la Ley Federal de Radio y Televisión establece en la fracción II del artículo 5 que la radio y la televisión procurarán, a través de sus transmisiones, “evitar influencias nocivas o perturbadoras al desarrollo armónico de la niñez y la juventud”. <p>Y en el artículo 72 de la misma ley se menciona que “la transmisión de programas y publicidad impropios para la niñez y la juventud deberán anunciarse como tales al público en el momento de iniciar la transmisión respectiva”.</p> <p>Quinta. Sin embargo, en el <u>marco jurídico vigente no queda claro que estas directrices también deben ser aplicables a los promocionales de series, de programas y de películas para adultos cuando son difundidos dentro de la programación infantil.</u></p> <p>Ante esta situación, es necesario que quede explícito en la <u>ley la prohibición para difundir, durante la transmisión de programas infantiles, independientemente de la hora, promocionales de series, de programas y de películas para adultos que por medio de crudas imágenes hagan apología de la violencia física o verbal. El incumplimiento de esta nueva disposición deberá ser sancionado en los</u></p>
---	--	---

		<p><u>mismos términos que los son otras violaciones a la Ley de Radio y Televisión.</u></p> <p>...</p> <p>Esta iniciativa tiene por objeto establecer en la legislación aplicable que se prohíba la promoción, por medio de escenas violentas, de series, películas y programas de televisión para adultos, durante la emisión de programas infantiles.</p> <p>...</p>
--	--	--

CUADROS COMPARATIVOS

➤ Ley Federal de Radio y Televisión

Texto Vigente	Iniciativa (1) ³¹
<p>No se encontró punto de Comparación en la Ley Vigente de Telecomunicaciones y Radiodifusión.</p>	<p>Artículo 5 La radio y la televisión, tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y el mejoramiento de las formas de convivencia humana. Al efecto, a través de sus transmisiones, procurarán:</p> <p>I. Afirmar el respeto a los principios de la moral social, la dignidad humana y los vínculos familiares;</p> <p>II. Promover el desarrollo integral de la niñez y la juventud, evitando la emisión de información que sea nociva o perjudicial para su bienestar.</p> <p>III. Contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo y a conservar las características nacionales, las costumbres del país y sus tradiciones, la propiedad del idioma y a exaltar los valores de la nacionalidad mexicana.</p> <p>IV. Fortalecer las convicciones democráticas, la unidad nacional y la amistad y cooperación internacionales.</p>

Datos Relevantes

Lo que pretende el artículo propuesto es que la televisión a través de sus transmisiones procure promover el desarrollo integral de la niñez y la juventud, evitando la emisión de información que sea nociva o perjudicial para su bienestar.

³¹ Es importante aclarar que la comparación del presente Texto Vigente equivale a la (Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión) y la Iniciativa equivale a la Ley Federal de Radio y Televisión (abrogada)

Texto Vigente	Iniciativa (1)
<p>Artículo 218. Corresponde a la Secretaría de Educación Pública:</p> <p>I. En los términos establecidos en las disposiciones que en materia de Estrategia Digital emita el Ejecutivo Federal, promover en coordinación con la Secretaría, el uso de las tecnologías de la información y la comunicación en el sector de educación;</p>	<p>Artículo 11</p> <p>La Secretaría de Educación Pública tendrá las siguientes atribuciones:</p> <p>I. Promover y organizar la enseñanza a través de una educación adecuada en el uso de la información que los medios de comunicación trasmitan.</p> <p>II. al IX. ...</p>

Datos Relevantes

La ley abrogada de Radio y Televisión señalaba que la Secretaría de Educación Pública tenía la atribución de promover y organizar la enseñanza a través de una educación adecuada en el uso de la información que los medios de comunicación transmitan.

Mientras que en la Ley Vigente de Telecomunicaciones y Radiodifusión se estipula algo similar ya que le corresponde a la Secretaría en los términos establecidos en las disposiciones que en materia de Estrategia Digital emita el Ejecutivo Federal, promover en coordinación con la Secretaría, el uso de las tecnologías de la información y la comunicación en el sector de educación.

Texto Vigente	Iniciativa (1)	Iniciativa (2)
<p>Artículo 226. A efecto de promover el libre desarrollo armónico e integral de niñas, niños y adolescentes, así como contribuir al cumplimiento de los objetivos educativos planteados en el artículo 3o. constitucional y otros ordenamientos legales, la programación radiodifundida dirigida a este sector de la población deberá:</p> <p>I. Difundir información y programas que fortalezcan los valores culturales, éticos y sociales;</p> <p>II. Evitar transmisiones contrarias a los principios de paz, no discriminación y de respeto a la dignidad de todas las personas;</p> <p>III. Evitar contenidos que estimulen o hagan apología de la violencia;</p> <p>IV. Informar y orientar sobre los derechos de la infancia;</p>	<p>Artículo 59-Bis</p> <p>La programación general dirigida a la población infantil que transmitan las estaciones de radio y televisión deberá:</p> <p>I. Propiciar el desarrollo armónico de la niñez.</p> <p>II. Estimular la creatividad, la integración familiar y la solidaridad humana.</p> <p>III. Procurar la comprensión de los valores nacionales y el conocimiento de la comunidad internacional.</p> <p>IV. Promover el interés científico, artístico y social de los niños.</p> <p>V. Proporcionar diversión y coadyuvar el proceso formativo en la infancia.</p>	<p>Artículo 59 Bis. La programación general dirigida a la población infantil que transmitan las estaciones de radio y televisión deberá</p> <p>I. Propiciar el desarrollo armónico de la niñez, difundiendo y promoviendo los derechos de las niñas, los niños y los adolescentes.</p> <p>II. Estimular la creatividad, la integración familiar y la solidaridad humana.</p>

<p>V. Promover su interés por la comprensión de los valores nacionales y el conocimiento de la comunidad internacional; VI. Estimular su creatividad, así como su interés por la cultura física, la integración familiar y la solidaridad humana; VII. Propiciar su interés por el conocimiento, particularmente en aspectos científicos, artísticos y sociales; VIII. Fomentar el respeto a los derechos de las personas con discapacidad;</p>	<p>VI. Desarrollar su capacidad crítica y de libre decisión, y el sentido de la propia responsabilidad, bajo los principios de igualdad de oportunidades y de trato entre hombres y mujeres y la no discriminación. La programación deberá contribuir al fortalecimiento de la protección de los derechos humanos. Los programas infantiles que se transmiten en vivo, las series radiofónicas, las telenovelas o teleteatros grabados, las películas o series para niños filmadas, los programas de caricaturas, producidos, grabados o filmados en el país o en el extranjero deberán sujetarse a lo dispuesto en las fracciones anteriores. La programación dirigida a los niños se difundirá en los horarios previstos en el reglamento de esta ley.</p>	<p>III. Procurar la comprensión de los valores nacionales y el conocimiento de la comunidad internacional. IV. Promover el interés científico, artístico y social de los niños. V. Proporcionar diversión y coadyuvar el proceso formativo en la infancia. Los programas infantiles que se transmiten en vivo, las series radiofónicas, las telenovelas o teleteatros grabados, las películas o series para niños filmadas, los programas de caricaturas, producidos, grabados o filmados en el país o en el extranjero deberán sujetarse a lo dispuesto en las fracciones anteriores. La programación dirigida a los niños se difundirá en los horarios previstos en el reglamento de esta ley.</p>
---	---	---

Texto Vigente	Iniciativa (3)	Iniciativa (4)
<p>Artículo 226. A efecto de promover el libre desarrollo armónico e integral de niñas, niños y adolescentes, así como contribuir al cumplimiento de los objetivos educativos planteados en el artículo 3o. constitucional y otros ordenamientos legales, la programación radiodifundida dirigida a este sector de la población deberá: I. Difundir información y programas que fortalezcan los valores culturales, éticos y sociales; II. Evitar transmisiones contrarias a los principios de paz, no discriminación y de respeto a la dignidad de todas las personas;</p>	<p>Artículo 59-Bis. La programación general dirigida a la población infantil que transmitan las estaciones de radio y televisión deberá: I. a V. Independientemente de lo señalado en el párrafo anterior, en horario de 14:00 a 22:00 horas en ningún caso se transmitirán programas o comerciales con los siguientes contenidos:</p>	<p>Artículo 59 Bis. ... I. a V. Cuando la programación a que hace referencia este artículo contenga lenguaje agresivo o intimidatorio; actos que causen un daño físico o la muerte; amenazas; connotaciones de tipo sexual; actos de racismo o discriminación, o cualquier otro</p>

<p>III. Evitar contenidos que estimulen o hagan apología de la violencia;</p> <p>IV. Informar y orientar sobre los derechos de la infancia;</p> <p>V. Promover su interés por la comprensión de los valores nacionales y el conocimiento de la comunidad internacional;</p> <p>VI. Estimular su creatividad, así como su interés por la cultura física, la integración familiar y la solidaridad humana;</p> <p>VII. Propiciar su interés por el conocimiento, particularmente en aspectos científicos, artísticos y sociales;</p> <p>VIII. Fomentar el respeto a los derechos de las personas con discapacidad;</p>	<p>a) Comportamientos peligrosos o de actos delictivos, de los cuales no se advierta de sus consecuencias y prohibición, y que puedan ser imitados por las niñas y los niños;</p> <p>b) Exhibiciones corporales, o expresiones de cualquier índole, de explícito contenido sexual, no aptas para el sano desarrollo de la niñez;</p> <p>d) Actitudes de discriminación en donde no se prevenga de sus graves consecuencias en contra de la población vulnerable; y</p> <p>e) Promoción de golosinas o demás productos alimenticios que puedan distorsionar los hábitos de la buena nutrición, salvo que se advierta de los efectos nocivos en caso de consumo desmedido.</p>	<p>contenido nocivo o perturbador para la niñez, no podrá difundirse en los horarios a que se refiere el párrafo anterior.</p>
--	--	---

Datos Relevantes

Es importante destacar que los Textos abrogados (1) y (2) tienen relación en gran medida con el Texto Vigente de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión en el sentido de que la programación dirigida hacia los menores deberá informar y orientar los derechos de los menores así como también desarrollar su capacidad crítica; por otra parte deberá evitar transmisiones contrarias a la no discriminación y de respeto para todas las personas (hombres y mujeres). Respecto a las iniciativas (3) y (4) los textos correspondientes (Vigente) y (Abrogado) no tienen coincidencia ya que el abrogado si pretendía considerar que en el horario correspondiente a la barra infantil no se difundirían programas con contenidos violentos, connotaciones de tipo sexual; actos de racismo o discriminación, o cualquier otro contenido nocivo o perturbador para la niñez, mientras que el vigente no contempla ninguna circunstancia al respecto.

Texto Vigente	Iniciativa (5)	Iniciativa (6)
<p>Artículo 246. En la publicidad destinada al público infantil no se permitirá:</p> <p>I. Promover o mostrar conductas ilegales, violentas o que pongan en riesgo su vida o</p>	<p>Artículo 59 Ter. Los anuncios de productos y servicios dirigidos a los niños deberán:</p> <p>I. Presentarse lo suficientemente claros para evitar errores, falsedad o mal información a los niños.</p>	<p>Artículo 59 Ter. Durante la transmisión de programas infantiles, con independencia del horario en el que sean transmitidos, queda prohibido difundir promocionales de series, de</p>

<p>integridad física, ya sea mediante personajes reales o animados; II. Mostrar o promover conductas o productos que atenten contra su salud física o emocional; III. Presentar a niñas, niños o adolescentes como objeto sexual; IV. Utilizar su inexperiencia o inmadurez para persuadirlos de los beneficios de un producto o servicio. No se permitirá exagerar las propiedades o cualidades de un producto o servicio ni generar falsas expectativas de los beneficios de los mismos; V. Incitar directamente a que compren o pidan la compra o contratación de un producto o servicio; VI. Mostrar conductas que promuevan la desigualdad entre hombres y mujeres o cualquier otra forma de discriminación; VII. Presentar, promover o incitar conductas de acoso e intimidación escolar que puedan generar abuso sexual o de cualquier tipo, lesiones, robo, entre otras, y VIII. Contener mensajes subliminales o subrepticios.</p>	<p>II. Evitar acciones, expresiones o imágenes que promuevan una presión a los padres para que compren o soliciten un producto o servicio con el pretexto de ofrecer en estos una cualidad inherente al ser humano. III. Exponer tanto visual como auditivamente los porcentajes de contenidos nutrimentales del producto en caso de tratarse de alimentos de cualquier tipo. IV. Evitar la utilización de personajes públicos vivo o animados que puedan privilegiar el consumo del producto con la intención de ofrecer una cualidad de la cual carezca el mismo. V. En el caso de sorteos o premios, expresar claramente que en la compra del producto puede o no ganar; el tipo de premio, así como nunca privilegiar el premio por encima del producto. VI. Expresar tanto visual como auditivamente el grado de peligrosidad de algún producto, especialmente cuando se trate de juguetes en sus diversas modalidades. VII. Los anuncios no contendrán publicidad que contravenga la Declaración de los Derechos de los Niños de las Naciones Unidas, ni la Ley de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes.</p>	<p>programas y de películas para adultos por medio de escenas de violencia verbal o física, de personas agónicas, de cuerpos mutilados, de cadáveres o cualquier otro tipo de imagen que promueva la violencia o haga apología del delito, y que perturbe el sano desarrollo mental, emocional, espiritual o moral de las niñas y los niños.</p>
--	--	--

Datos Relevantes

Cabe destacar que sí existe congruencia en los Textos Vigente y Abrogados (5) y (6), toda vez que el vigente si establece que en la publicidad destinada al público infantil no se transmitirían conductas ilegales, violentas o que pongan en riesgo su vida o integridad física.

Texto Vigente	Iniciativa (3)
No se encuentran artículos para comparación en la Ley Federal de	<p>Artículo 65. La retransmisión En el caso de programas para niños deberá cumplirse lo establecido en los artículos 59 Bis y 59 Ter de esta ley. Artículo 67. La propaganda comercial que se transmita por radio y televisión se ajustará a las siguientes bases: I. a III. ...</p>

Telecomunicaciones y Radiodifusión.	IV. Se deroga.
-------------------------------------	----------------

Datos Relevantes

La propuesta que se planteaba es que la retransmisión de la programación infantil ante todo propicie el desarrollo pleno y armónico de los menores.

Texto Vigente	Iniciativa (3)	Iniciativa (6)
No se localizaron artículos para comparación en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión.	Artículo 101. Constituyen infracciones a la presente ley: I. a IX. ... X. No cumplir con las obligaciones que les imponen los artículos 59 y 59 Bis de esta ley; XI a XXIV. ...	Artículo 101. Constituyen infracciones a la presente ley: I. a X. XI. La violación a lo dispuesto en los artículos 59 Bis y 59 Ter de esta ley; (La actual fracción XI pasa a ser la fracción XII, y las demás fracciones recorren su número.) XII. a XXV. Artículo 103. Se impondrá multa de cinco mil a cincuenta mil pesos en los casos de las fracciones I, II, III, VIII, XI, XIV, XXII, XXIII y XXIV del artículo 101 de esta ley. Artículo 104. Se impondrá multa de quinientos a cinco mil pesos en los casos de las fracciones IV, V, VI, VII, IX, X, XII, XIII, XV, XVI, XVII, XVIII, XIX, XX, XXI y XXV del mismo artículo 101.

Datos Relevantes

Se propone una serie de multas o infracciones por no cumplir lo establecido respecto a la programación infantil.

Texto Vigente	Iniciativa (3)
No se localizaron artículos para comparación en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión.	Artículo 104 Ter. Las infracciones que los concesionarios cometan a esta ley serán registradas por la Secretaría de Gobernación. En caso de reincidencia se duplicará la sanción pecuniaria y se confiscará a favor de la Tesorería de la Federación el numerario que el concesionario hubiere obtenido por la transmisión del programa, comercial o mensaje indebido.

Datos Relevantes

Se propone que la Secretaría de Gobernación tenga la facultad para registrar las infracciones que los concesionarios cometieran.

➤ Ley para la Protección de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes

Texto Vigente	Iniciativa (1)
<p>Artículo 68. De conformidad con lo establecido en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión respecto a la programación dirigida a niñas, niños y adolescentes, así como los criterios de clasificación emitidos de conformidad con la misma, las concesiones que se otorguen en materia de radiodifusión y telecomunicaciones deberán contemplar la obligación de los concesionarios de abstenerse de difundir o transmitir información, imágenes o audios que afecten o impidan objetivamente el desarrollo integral de niñas, niños y adolescentes, o que hagan apología del delito, en contravención al principio de interés superior de la niñez.</p>	<p>Artículo 43 Sin perjuicio de lo previsto en la normatividad aplicable a los medios de comunicación masiva, las autoridades federales, en el ámbito de sus competencias, procurarán verificar que éstos:</p> <p>A. Difundan información y materiales que sean de interés social y cultural para niñas, niños y adolescentes, de conformidad con los objetivos de educación que dispone el artículo 3o. de la Constitución y la Convención sobre los Derechos del Niño.</p> <p>B. Eviten la emisión de información contraria a los objetivos señalados y que sea perjudicial para su bienestar o contraria con los principios de paz, no discriminación y de respeto a todas las personas.</p> <p>C. Difundan información y materiales que contribuyan a orientarlos en el ejercicio de sus derechos, les ayude a un sano desarrollo y a protegerse a sí mismos de peligros que puedan afectar a su vida o su salud.</p> <p>D. Eviten la difusión o publicación de información en horarios de clasificación A, con contenidos perjudiciales para su formación, que promuevan la violencia o hagan apología del delito y la ausencia de valores.</p> <p>E. Vigilen que se clasifiquen los espectáculos públicos, las películas, los programas de radio y televisión, los videos, los impresos y cualquier otra forma de comunicación o información que sea perjudicial para su bienestar o que atente contra su dignidad.</p> <p>F. No transmitan propaganda o anuncios de productos industriales, comerciales o de actividades que engañen al público o le causen algún perjuicio por la exageración o falsedad en la indicación de sus usos, aplicaciones o propiedades, a fin de proteger adecuadamente los derechos de las y los niños y l adolescentes en lo que se refiere a la publicidad divulgada.</p>

Datos Relevantes

Se plantea que tanto las autoridades correspondientes así como los medios de comunicación tendrán el deber de vigilar la realización de la clasificación de los espectáculos públicos, las películas, los programas de radio y televisión, los videos, los impresos y cualquier otra forma de comunicación, información o publicidad destinados para los menores de edad.

➤ Ley General de Educación

Texto Vigente	Iniciativa (1)
Artículo 74.- Los medios de comunicación masiva, en el desarrollo de sus actividades, contribuirán al logro de las finalidades previstas en el artículo 7, conforme a los criterios establecidos en el artículo 8o.	Artículo 74 Los medios de comunicación masiva, en el desarrollo de sus actividades, contribuirán al logro de las finalidades previstas en el artículo 7, conforme a los criterios establecidos en el artículo 8o. Apegados a estos fines, deberán transmitir información objetiva, imparcial y veraz, con el fin de contribuir a una educación que fortalezca la integración nacional y el mejoramiento de las formas de convivencia humana.

Datos Relevantes

La iniciativa plantea que los medios de comunicación tengan el deber de transmitir información objetiva, imparcial y veraz, con el propósito de contribuir a una mejor educación que fortalezca en gran medida la convivencia humana.

• **LEGISLATURA LXIII**

No. de Iniciativa	Fecha de Publicación Gaceta Parlamentaria	Reforma(s) y/o adición(es)	Presentado por	Estado de la Iniciativa
1	Gaceta Parlamentaria, número 4422-VIII, miércoles 9 de diciembre de 2015. (585)	Reforma el artículo 15 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, a fin que el Instituto Federal de Telecomunicaciones sea la instancia encargada de emitir los lineamientos del sistema de clasificación de contenidos audiovisuales, en lugar de la Secretaría de Gobernación	Diputada Marisol Vargas Bárcena, PAN.	Turnada a la Comisión de Radio y Televisión.

EXPOSICION DE MOTIVOS

Iniciativa (1)
<p>Con fecha 11 de junio de 2013 se publicó en el Diario Oficial de la Federación el “Decreto por el que se reformaron y adicionaron diversas disposiciones de los artículos 6º, 7º, 27, 28, 73, 78, 94 y 105 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en materia de telecomunicaciones”.</p> <p>La reforma tuvo como objetivo principal <u>crear un nuevo diseño institucional para la aplicación de un marco jurídico de regulación y de competencia en el sector de las telecomunicaciones y de la radiodifusión</u>. En el nuevo marco jurídico se establecieron principios para generar una mayor <u>certeza jurídica</u> a los agentes económicos participantes en el sector; principios como el de efectividad, certidumbre jurídica, promoción de la competencia, regulación eficiente, inclusión social digital, independencia, transparencia y rendición de cuentas, pasaron a formar parte del nuevo sistema normativo de telecomunicaciones.</p> <p>Asimismo, en la reforma se establecieron los derechos de los usuarios en materia de telecomunicaciones; así, se determinó que las telecomunicaciones son servicios públicos de interés general, se estableció el derecho de las audiencias y la previsión para que en la legislación secundaria se definiera un catálogo de derechos de las audiencias y los correspondientes mecanismos para su defensa.</p> <p>Por otra parte, se consideraron las legítimas demandas de los usuarios de los servicios de telecomunicaciones y radiodifusión, como fue fijar normas que permitieran generar las condiciones para la reducción de costos de los servicios de telecomunicaciones, la generación de una mayor oferta, y sobre todo, se definieron los derechos de los usuarios.</p> <p>En fecha 14 de junio de 2014, se publicó en el Diario Oficial de la Federación la <u>Ley Federal de Telecomunicación y Radiodifusión</u>, a efecto de regular el <u>uso, aprovechamiento y explotación del espacio radioeléctrico</u>, las <u>redes públicas de telecomunicaciones</u>, la prestación de los servicios públicos de interés general de <u>telecomunicaciones y radiodifusión</u>, así como su convergencia. En cuanto a los derechos de los <u>usuarios</u> y de las <u>audiencias</u> se estableció un apartado específico los <u>derechos de los usuarios</u>, así como otro dedicado a las <u>audiencias</u>, se incluyó otro apartado</p>

específico para los usuarios con discapacidad y se determinó prohibir todo tipo de discriminación en la prestación de servicios de telecomunicaciones.

El 4 de noviembre del presente año, se publicaron en el Diario Oficial de la Federación los lineamientos de clasificación de contenidos audiovisuales de las transmisiones radiodifundidas y del servicio de televisión y audio restringidos, emitido por el Subsecretario de Normatividad de Medios de la Secretaría de Gobernación. En este documento normativo se fijaron las reglas en materia de contenidos y los criterios de clasificación que deben observar los concesionarios que presten los servicios de radiodifusión o de televisión o audio restringidos, así como para los programadores prestadores de servicio. En sus artículos transitorios se señala que los Lineamientos entrarán en vigor 30 días hábiles posteriores a su publicación en el diario oficial de la federación.

En los citados lineamientos se establecen franjas horarias para la transmisión de contenidos y criterios específicos de clasificación de contenidos, sin que se explique en sus consideraciones la metodología utilizada, o bien, la aplicación del procedimiento correspondiente para determinar las características de los lineamientos en cuanto hace a la determinación de las franjas horarias o los criterios que en ellos se enumeran.

Asimismo, el documento en cuestión carece de una debida motivación, pues se argumenta que la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión establece que la Secretaría de Gobernación tiene la "atribución exclusiva" de emitir los lineamientos del sistema de clasificación de contenidos audiovisuales de las transmisiones radiodifundidas y de televisión y audio restringidos; sin que en el cuerpo normativo citado se establezca dispositivo alguno en el que se le otorgue la singular atribución a la secretaría.

Por otra parte, en cuanto hace a los contenidos expresados en los Lineamientos, estos resultan violatorios del sistema de derechos humanos establecido en la Constitución, entre los que están considerados los derechos de las audiencias, tutelados a partir de la reforma constitucional en materia de telecomunicaciones, y más grave aún, son violatorios de los derechos de las niñas, niños y adolescentes.

Los criterios emitidos por la Secretaría de Gobernación a través de la Subsecretaría de Normatividad de Medios, reduce la protección de los menores de 12 años, toda vez que permiten la transmisión de programas para adolescentes y adultos a partir de las 16:00 horas, siendo que al día de hoy sólo pueden ser transmitidos a partir de las 20:00 horas.

Con lo anterior, se incumple con la obligación constitucional de promover, respetar, proteger y garantizar los derechos humanos de conformidad con los principios de universalidad, interdependencia, indivisibilidad y progresividad. Asimismo, se incumple y se omite velar con el principio del interés superior de la niñez, garantizando de manera plena sus derechos, entre los que se encuentra la satisfacción de sus necesidades de sano esparcimiento para su desarrollo integral. Principio referente para el diseño, ejecución, seguimiento y evaluación de las políticas públicas dirigidas a la niñez.

Lo anterior da cuenta de un acto administrativo de la administración pública federal violatorio de los derechos de las audiencias reconocidos dentro del sistema de derechos humanos establecido en la Constitución, así como los derechos de las niñas, niños y adolescentes, considerado en el artículo 4o. constitucional.

De igual forma, queda de manifiesto que la dependencia de la Secretaría de Gobernación facultada para la emisión de los lineamientos carece de capacidad técnica para la elaboración de un instrumento normativo respetuoso del marco de los derechos de las audiencias y en general del sistema de derechos humanos.

Por lo anterior, resulta necesario generar el marco normativo que de paso al diseño institucional que permita la elaboración y emisión de los instrumentos normativos adecuados que cumplan con los objetivos de la reforma constitucional en materia de telecomunicaciones con total respeto de los derechos humanos y de los derechos de las audiencias.

Por otra parte, el que sea la Secretaría de Gobernación la autoridad encargada determinar cuáles son los criterios para la restricción de contenidos, tampoco responde a los requerimientos y necesidades del nuevo marco de regulación de las telecomunicaciones, considerando la creación de una institución de naturaleza autónoma como es el Instituto Federal de Telecomunicaciones, órgano público autónomo, independiente

en sus decisiones y funcionamiento, y que además tiene a su cargo la regulación, promoción y supervisión del uso, aprovechamiento y explotación del espectro radioeléctrico, los recursos orbitales, los servicios satelitales, las redes públicas de telecomunicaciones y la prestación de los servicios de radiodifusión y de telecomunicaciones.

El objetivo principal de esta propuesta es generar el marco jurídico propicio para el fortalecimiento de los derechos fundamentales y consecuentemente el apuntalamiento del marco institucional; por lo que se faculta de forma expresa a la Instituto Federal de Telecomunicaciones, para que a través de un proceso de consulta y participación ciudadana, con pleno respeto a los derechos humanos, emita los Lineamientos para la clasificación de contenidos audiovisuales.

Para este objetivo proponemos adicionar una facción LX al artículo 15 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, y recorrer las cuatro facciones subsecuentes.

...

• **CUADROS COMPARATIVOS**

Texto Vigente	Iniciativa (1)
<p>Artículo 15. Para el ejercicio de sus atribuciones corresponde al Instituto:</p> <p>I. a LIX. ...</p> <p>LX. Supervisar que la programación dirigida a la población infantil respete los valores y principios a que se refiere el artículo 3o. de la Constitución, las normas en materia de salud y los lineamientos establecidos en esta Ley que regulan la publicidad pautada en la programación destinada al público infantil, con base en las disposiciones reglamentarias emitidas por las autoridades competentes;</p> <p>...</p>	<p>Artículo 15. Para el ejercicio de sus atribuciones corresponde al Instituto:</p> <p>...</p> <p>LX. Expedir los lineamientos para la regulación y clasificación de los contenidos de las transmisiones de radio y televisión, los cuales serán puestos a consideración del Consejo Consultivo del Instituto y del Consejo Ciudadano del Instituto para que emitan una opinión, y los cuales podrán recibir comentarios, opiniones y aportaciones de cualquier interesado;</p> <p>...</p>

Datos Relevantes

La iniciativa propone que también le corresponda al Instituto Federal de Telecomunicaciones emitir los lineamientos para la regulación y clasificación de contenidos audiovisuales, los cuales serán puestos a consideración del Consejo Consultivo del Instituto y del Consejo Ciudadano del Instituto para que emitan o reciban opiniones de cualquier interesado.

7. DERECHO COMPARADO

A continuación se expone a través de cuadros comparativos la regulación de diversos países de Latinoamérica —a excepción de España— respecto de los lineamientos establecidos para la clasificación de la programación, especialmente la de carácter infantil.

ARGENTINA	CHILE	COSTA RICA
Ley de Servicio de Comunicación Audiovisual (26.522) ³²	Ley Crea Consejo Nacional de Televisión (18838) ³³	Reglamento de Ley General de Telecomunicaciones ³⁴
<p>Capítulo II Del Contenido de las Emisiones Protección al menor. Artículo 17.- En ningún caso podrán emitirse programas calificados por autoridad competente como prohibidos para menores de dieciocho años. En el horario de protección al menor que fije la reglamentación de esta ley, las emisiones deberán ser aptas para todo público. Fuera de ese horario, los contenidos mantendrán a salvo los principios básicos de esta ley. Los programas destinados especialmente a niños y jóvenes deberán adecuarse a</p>	<p>Título Preliminar Artículo 1.- Créase el Consejo Nacional de Televisión, en adelante el Consejo, a que se refiere el artículo 19, número 12, de la Constitución Política, el que será un servicio público autónomo, funcionalmente descentralizado, dotado de personalidad jurídica y de patrimonio propio, que se relacionará con el Presidente de la República por intermedio del Ministerio Secretaría General de Gobierno. Corresponderá a este Consejo velar por el correcto funcionamiento de los servicios de televisión, y, para tal fin, tendrá su supervigilancia y fiscalización, en cuanto al contenido de las emisiones que a través de ellos se efectúen, en conformidad con las normas de esta ley. Se entenderá por correcto funcionamiento de esos servicios el permanente respeto, a través de su programación, a los valores morales y culturales propios de la Nación, a la dignidad de las personas, a la protección de la familia; al pluralismo; a la democracia; a la paz; a la protección del medio ambiente; y, a la</p>	<p>Sección III De la programación Artículo 146.— Contenido de la programación. La programación que se difunda a través de las redes, procurará contribuir con la integración familiar, al desarrollo armónico de la niñez, al mejoramiento de los sistemas educativos, a la difusión de nuestros valores cívicos, artísticos, históricos y culturales, y al desarrollo sustentable. Artículo 147.— Información sobre programación. El concesionario que preste los servicios de televisión por suscripción deberá informar previamente a los suscriptores los títulos de los programas y su clasificación, según las normas que al efecto establecen las empresas que originan la señal. Dicha información podrá ser suministrada mediante guías impresas o mediante dispositivos dentro del mismo sistema que informen sobre la programación con anticipación a la transmisión del espacio correspondiente. Cuando el concesionario modifique la distribución en su red de los canales</p>

³² Disponible en la dirección de Internet: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/15000-19999/17694/texact.htm> Fecha de Consulta: Mayo de 2016.

³³ Disponible en la dirección de Internet: <http://www.cntv.cl/cntv/site/artic/20110217/asocfile/20110217134337/ley18838.pdf> Fecha de Consulta: Mayo de 2016.

³⁴ Disponible en la dirección de Internet: [http://www.palermo.edu/cele/pdf/Regulaciones/CostaRicaReglamentoLeyGeneraldeTelecomunicaciones\(2008\).pdf](http://www.palermo.edu/cele/pdf/Regulaciones/CostaRicaReglamentoLeyGeneraldeTelecomunicaciones(2008).pdf)

Fecha de Consulta: Mayo de 2016.

<p>los requerimientos de su formación.</p> <p>En el supuesto en que la Hora Oficial no guarde uniformidad en todo el territorio de la República, el horario de protección al menor se fijará teniendo en cuenta las diferencias horarias existentes, de modo de no violar las disposiciones del presente artículo. <i>(Párrafo incorporado por art. 1° de la Ley N° 24.232 B.O. 24/8/1993).</i></p> <p>Participación de menores.</p> <p>Artículo 22. - No será permitida la participación de menores de doce años en programas que se emitan entre las 22,00 y las 08,00 horas, salvo que éstos hayan sido grabados fuera de ese horario, circunstancia que se mencionará en la emisión.</p> <p>Anuncios publicitarios.</p> <p>Artículo 23. - Los anuncios publicitarios deberán ceñirse a los criterios establecidos por esta ley y su reglamentación, fundamentalmente en lo inherente a la integridad de la familia y la moral cristiana. <i>(Artículo sustituido por art. 4° del Decreto N° 1.005/99 B.O. 27/9/1999).</i></p>	<p>formación espiritual e intelectual de la niñez y la juventud dentro de dicho marco valórico.</p> <p>Título II</p> <p>De la Competencia</p> <p>Artículo 12° :</p> <p>El Consejo Nacional de Televisión tendrá las siguientes funciones y atribuciones:</p> <p>a) Velar porque los servicios de radiodifusión televisiva de libre recepción y los servicios limitados de televisión se ajusten estrictamente al "correcto funcionamiento", que se establece en el artículo 1° de esta ley.</p> <p>Artículo 13° :</p> <p>El Consejo no podrá intervenir en la programación de los servicios de radiodifusión televisiva de libre recepción ni en la de los servicios limitados de televisión. Sin embargo, podrá: a) adoptar las medidas tendientes a evitar la difusión de películas que no corresponda calificar al Consejo de Calificación Cinematográfica y de programas o publicidad que atenten contra la moral, las buenas costumbres o el orden público; b) determinar la hora a partir de la cual podrá transmitirse material fílmico calificado para mayores de 18 años de edad por el Consejo de Calificación Cinematográfica; y c) fijar, de manera general, un porcentaje de hasta un 40% de producción chilena de los programas que transmitan los canales de servicios de radiodifusión televisiva de libre recepción. Dentro de este porcentaje podrá incluir la exhibición de películas nacionales.</p> <p>Los canales de servicio de radiodifusión televisiva de libre recepción y de servicios limitados de televisión, serán exclusiva y directamente responsables de todo y cualquier programa, nacional o extranjero, que transmitan, aún cuando se trate de transmisiones o retransmisiones vía satélite.</p> <p>Se prohíbe la transmisión o exhibición de películas rechazadas por el Consejo de Calificación Cinematográfica.</p>	<p>que transmite, deberá informar a sus suscriptores, con una antelación mínima de diez días naturales, la identificación de las señales que ofrece y el número de canal correspondiente a cada una de ellas en el equipo terminal. Las modificaciones en la distribución de canales, deberán informarse por parte de los concesionarios al Ministerio de Ambiente, Energía y Telecomunicaciones, dentro de los diez (10) días naturales siguientes a la fecha en que las realicen.</p> <p>Artículo 148.— Programación con restricción.</p> <p>Los concesionarios estarán en la obligación de tener a disposición de sus suscriptores la información necesaria para, de acuerdo con la tecnología disponible, bloquear discrecionalmente la señal. Asimismo brindarán la asistencia necesaria para la instalación e implementación de estos sistemas a los suscriptores que los adquieran.</p>
---	--	---

ECUADOR	ESPAÑA³⁵	PERU
Ley Orgánica de Comunicación³⁶	Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual³⁷	Ley de Telecomunicaciones³⁸
<p>Título IV Regulación de contenidos Art. 60.- Identificación y clasificación de los tipos de contenidos.- Para efectos de esta Ley, los contenidos de radiodifusión sonora, televisión, los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción, y de los medios impresos, se identifican y clasifican en:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Informativos -I; 2. De opinión -O; 3. Formativos/educativos/culturales -F; 4. Entretenimiento -E; 5. Deportivos -D; y, 6. Publicitarios -P. <p>Los medios de comunicación tienen la obligación de clasificar todos los contenidos de su publicación o programación con criterios y parámetros jurídicos y técnicos.</p> <p>Los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios deben identificar el tipo de contenido que transmiten; y señalar si son o no aptos para todo público, con el fin de que la audiencia pueda decidir informadamente sobre la programación de su preferencia.</p> <p>Quedan exentos de la obligación de identificar los contenidos publicitarios, los medios radiales que inserten publicidad en las</p>	<p>Artículo 7. Los derechos del menor. 1. Los menores tienen el derecho a que su imagen y voz no sean utilizadas en los servicios de comunicación audiovisual sin su consentimiento o el de su representante legal, de acuerdo con la normativa vigente. En todo caso, está prohibida la difusión del nombre, la imagen u otros datos que permitan la identificación de los menores en el contexto de hechos delictivos o emisiones que discutan su tutela o filiación. 2. Está prohibida la emisión de contenidos audiovisuales que puedan perjudicar seriamente el desarrollo físico, mental o moral de los menores, y, en particular, la de aquellos programas que incluyan escenas de pornografía, maltrato, violencia de género o violencia gratuita. Aquellos otros contenidos que puedan resultar perjudiciales para el desarrollo físico, mental o moral de los menores solo</p>	<p>Capítulo VI Servicios de Difusión Artículo 27.- El Ministerio de Educación y el Ministerio de Transportes, Comunicaciones, Vivienda y Construcción concertarán con los organismos representativos a los medios de radiodifusión, a fin de establecer un código de ética y conducta que permita difundir una programación que mantenga los principios formativos que relieven la dignidad eminente de</p>

³⁵ Este país además de contemplar la regulación que se expone a continuación, también contempla otras disposiciones que mencionan la protección audiovisual en los menores, por ejemplo:

- Ley 25/1994, sobre la coordinación de disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva, establece en su Capítulo IV, lo relativo a la Protección de los menores frente a la publicidad y frente a la programación.
- El Código de Autorregulación sobre Contenidos Televisivos e Infancia por su parte garantiza el respeto a los derechos fundamentales de los menores que participen en la programación televisiva.
- Real Decreto 410/2002, de 3 de mayo, por el que se desarrolla el apartado 3 del artículo 17 de la Ley 25/1994, de 12 de julio, modificada por la Ley 22/1999, de 7 de junio, y se establecen criterios uniformes de clasificación y señalización para los programas de televisión.

³⁶ Disponible en la dirección de Internet: http://www.asambleanacional.gob.ec/es/system/files/ley_organica_comunicacion.pdf Fecha de Consulta: Mayo de 2016.

³⁷ Disponible en la dirección de Internet: <http://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2010-5292> Fecha de Consulta: Mayo de 2016.

³⁸ Disponible en la dirección de Internet: http://transparencia.mtc.gob.pe/idm_docs/normas_legales/1_0_892.pdf Fecha de Consulta: Mayo de 2016.

<p>narraciones de espectáculos deportivos o similares que se realicen en transmisiones en vivo o diferidas.</p> <p>El incumplimiento de la obligación de clasificar los contenidos, será sancionado administrativamente por la Superintendencia de la Información y Comunicación con una multa de 1 a 5 salarios básicos por cada ocasión en que se omita cumplir con ésta.</p> <p>Art. 61.- Contenido discriminatorio.- Para los efectos de esta Ley, se entenderá por contenido discriminatorio todo mensaje que se difunda por cualquier medio de comunicación social que connote distinción, exclusión o restricción basada en razones de etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, filiación política, pasado judicial, condición socio-económica, condición migratoria, orientación sexual, estado de salud, portar VIH, discapacidad o diferencia física y otras que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos reconocidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos, o que incite a la realización de actos discriminatorios o hagan apología de la discriminación.</p> <p>Art. 62.- Prohibición.- Está prohibida la difusión a través de todo medio de comunicación social de contenidos discriminatorios que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos reconocidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales.</p> <p>Se prohíbe también la difusión de mensajes a través de los medios de comunicación que constituyan apología de la discriminación e incitación a la realización de prácticas o actos violentos basados en algún tipo de mensaje discriminatorio.</p> <p>Art. 63.- Criterios de calificación.- Para los efectos de esta ley, para que un contenido sea calificado de discriminatorio es necesario que el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación establezca, mediante resolución motivada, la concurrencia de los siguientes elementos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Que el contenido difundido denote algún tipo concreto de distinción, exclusión o restricción; 2. Que tal distinción, exclusión o restricción esté basada en una o varias de las razones establecidas en el artículo 61 de esta Ley; y, 	<p>podrán emitirse en abierto entre las 22 y las 6 horas, debiendo ir siempre precedidos por un aviso acústico y visual, según los criterios que fije la autoridad audiovisual competente. El indicador visual deberá mantenerse a lo largo de todo el programa en el que se incluyan dichos contenidos. Cuando este tipo de contenidos se emita mediante un sistema de acceso condicional, los prestadores del servicio de comunicación audiovisual deberán incorporar sistemas de control parental. Asimismo, se establecen tres franjas horarias consideradas de protección reforzada, tomando como referencia el horario peninsular: entre las 8 y las 9 horas y entre las 17 y las 20 horas, en el caso de días laborables, y entre las 9 y las 12 horas sábados, domingos y fiestas de ámbito estatal. Los contenidos calificados como recomendados para mayores de 13 años deberán emitirse fuera de esas franjas horarias, manteniendo a lo largo de la emisión del programa que los incluye el indicativo visual de su calificación por edades.</p> <p>Será de aplicación la franja de protección horaria de sábados y domingos a los siguientes días: 1 y 6 de enero, Viernes Santo, 1 de mayo, 12 de octubre, 1 de noviembre y 6, 8 y 25 de diciembre.</p> <p>Todos los prestadores de servicios de comunicación audiovisual televisiva, incluidos los de a petición, utilizarán, para la clasificación por edades de sus contenidos, una codificación digital que permita el ejercicio del control parental. El sistema de</p>	<p>la persona humana y la defensa de la familia como célula básica de la sociedad, así como los demás valores que proclama la Constitución Política del Perú como factores de integración, de identidad nacional y de pacificación.</p> <p>Artículo 28.- El código de ética y conducta a que se refiere el artículo anterior tendrá especial cuidado en señalar que durante las horas de audiencia infantil se difunda solamente programas de contenido educativo, cultural y de distracción propias de dicha audiencia.</p>
---	--	---

<p>3. Que tal distinción, exclusión o restricción tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento o goce de los derechos humanos garantizados en la Constitución y en los instrumentos internacionales; o que los contenidos difundidos constituyan apología de la discriminación o inciten a la realización de prácticas o actos violentos basados en algún tipo de discriminación.</p> <p>Art. 64.- Medidas administrativas.- La difusión de contenidos discriminatorios ameritarán las siguientes medidas administrativas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Disculpa pública de la directora o del director del medio de comunicación presentada por escrito a la persona o grupo afectado con copia a la Superintendencia de la Información y Comunicación, la cual se publicará en su página web y en la primera interfaz de la página web del medio de comunicación por un plazo no menor a siete días consecutivos; 2. Lectura o transcripción de la disculpa pública en el mismo espacio y medio de comunicación en que se difundió el contenido discriminatorio; 3. En caso de reincidencia se impondrá una multa equivalente del 1 al 10% de la facturación promediada de los últimos tres meses presentada en sus declaraciones al Servicio de Rentas Internas, considerando la gravedad de la infracción y la cobertura del medio, sin perjuicio de cumplir lo establecido en los numerales 1 y 2 de este artículo; y, 4. En caso de nuevas reincidencias, la multa será el doble de lo cobrado en cada ocasión anterior, sin perjuicio de cumplir lo establecido en los numerales 1 y 2 de este artículo. <p>La Superintendencia remitirá a la Fiscalía, para la investigación de un presunto delito, copias certificadas del expediente que sirvió de base para imponer la medida administrativa sobre actos de discriminación.</p> <p>Art. 65.- Clasificación de audiencias y franjas horarias.- Se establece tres tipos de audiencias con sus correspondientes franjas horarias, tanto para la programación de los medios de comunicación de radio y televisión, incluidos los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción, como para la publicidad comercial y los mensajes del Estado:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Familiar: Incluye a todos los miembros de la familia. La franja horaria familiar comprende desde las 06h00 a las 18h00. En esta franja solo se podrá difundir programación de clasificación "A": Apta para todo público; 2. Responsabilidad compartida: La componen personas de 12 a 18 años, con supervisión de personas adultas. La franja horaria de 	<p>codificación deberá estar homologado por la autoridad audiovisual.</p> <p>Los programas dedicados a juegos de azar y apuestas, sólo pueden emitirse entre la 1 y las 5 de la mañana. Aquellos con contenido relacionado con el esoterismo y las paraciencias, solo podrán emitirse entre las 22 horas y las 7 de la mañana. En todo caso, los prestadores del servicio de comunicación audiovisual tendrán responsabilidad subsidiaria sobre los fraudes que se puedan producir a través de estos programas.</p> <p>Quedan exceptuados de tal restricción horaria los sorteos de las modalidades y productos de juego con finalidad pública.</p> <p>En horario de protección al menor, los prestadores del servicio de comunicación audiovisual no podrán insertar comunicaciones comerciales que promuevan el culto al cuerpo y el rechazo a la autoimagen, tales como productos adelgazantes, intervenciones quirúrgicas o tratamientos de estética, que apelen al rechazo social por la condición física, o al éxito debido a factores de peso o estética.</p> <p>3. Las comunicaciones comerciales no deberán producir perjuicio moral o físico a los menores. En consecuencia tendrán las siguientes limitaciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> a) No deben incitar directamente a los menores a la compra o arrendamiento de productos o servicios aprovechando su inexperiencia o credulidad. b) No deben animar directamente a los menores a que persuadan a sus padres o terceros para que compren bienes o servicios publicitados. 	
--	---	--

<p>responsabilidad compartida transcurrirá en el horario de las 18h00 a las 22h00. En esta franja se podrá difundir programación de clasificación “A” y “B”: Apta para todo público, con vigilancia de una persona adulta; y,</p> <p>3. Adultos: Compuesta por personas mayores a 18 años.</p> <p>La franja horaria de personas adultas transcurrirá en el horario de las 22h00 a las 06h00. En esta franja se podrá difundir programación clasificada con “A”, “B” y “C”: Apta solo para personas adultas.</p> <p>En función de lo dispuesto en esta ley, el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación establecerá los parámetros técnicos para la definición de audiencias, franjas horarias, clasificación de programación y calificación de contenidos. La adopción y aplicación de tales parámetros será, en cada caso, de responsabilidad de los medios de comunicación.</p> <p>Art. 66.- Contenido violento.- Para efectos de esta ley, se entenderá por contenido violento aquel que denote el uso intencional de la fuerza física o psicológica, de obra o de palabra, contra uno mismo, contra cualquier otra persona, grupo o comunidad, así como en contra de los seres vivos y la naturaleza.</p> <p>Estos contenidos solo podrán difundirse en las franjas de responsabilidad compartida y adultos de acuerdo con lo establecido en esta ley.</p> <p>El incumplimiento de lo dispuesto en este artículo será sancionado administrativamente por la Superintendencia de la Información y Comunicación con una multa de 1 a 5 salarios básicos por cada ocasión en que se omita cumplir con esta obligación.</p> <p>Art. 67.- Prohibición.- Se prohíbe la difusión a través de los medios de comunicación de todo mensaje que constituya incitación directa o estímulo expreso al uso ilegítimo de la violencia, a la comisión de cualquier acto ilegal, la trata de personas, la explotación, el abuso sexual, apología de la guerra y del odio nacional, racial o religioso. Queda prohibida la venta y distribución de material pornográfico audiovisual o impreso a niños, niñas y adolescentes menores de 18 años.</p> <p>El incumplimiento de lo dispuesto en este artículo será sancionado administrativamente por la Superintendencia de la Información y Comunicación con una multa de 1 a 5 salarios básicos por cada ocasión</p>	<p>c) No deben explotar la especial relación de confianza que los menores depositan en sus padres, profesores, u otras personas.</p> <p>d) No deben mostrar, sin motivos justificados, a menores en situaciones peligrosas.</p> <p>e) No deben incitar conductas que favorezcan la desigualdad entre hombres y mujeres.</p> <p>f) Las comunicaciones comerciales sobre productos especialmente dirigidos a menores, como los juguetes, no deberán inducir a error sobre las características de los mismos, ni sobre su seguridad, ni tampoco sobre la capacidad y aptitudes necesarias en el menor para utilizarlas sin producir daño para sí o a terceros.</p> <p>4. La autoridad audiovisual competente promoverá entre los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisiva el impulso de códigos de conducta en relación con la comunicación comercial audiovisual inadecuada, que acompañe a los programas infantiles o se incluya en ellos, de alimentos y bebidas que contengan nutrientes y sustancias con un efecto nutricional o fisiológico, en particular aquellos tales como grasas, ácidos transgrasos, sal o sodio y azúcares, para los que no es recomendable una ingesta excesiva en la dieta total.</p> <p>5. Cuando se realice el servicio de comunicación audiovisual mediante un catálogo de programas, los prestadores deberán elaborar catálogos separados para aquellos contenidos que puedan perjudicar seriamente el desarrollo físico, mental o moral de los menores. A estos efectos los</p>	
---	---	--

<p>en que se omita cumplir con esta obligación, sin perjuicio de que el autor de estas conductas responda judicialmente por la comisión de delitos y/o por los daños causados y por su reparación integral.</p> <p>Art. 68.- Contenido sexualmente explícito.- Todos los mensajes de contenido sexualmente explícito difundidos a través de medios audiovisuales, que no tengan finalidad educativa, deben transmitirse necesariamente en horario para adultos.</p> <p>Los contenidos educativos con imágenes sexualmente explícitas se difundirán en las franjas horarias de responsabilidad compartida y de apto para todo público, teniendo en cuenta que este material sea debidamente contextualizado para las audiencias de estas dos franjas. El incumplimiento de lo dispuesto en este artículo será sancionado administrativamente por el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación con una multa de 1 a 5 salarios básicos por cada ocasión en que se omita cumplir con esta obligación.</p> <p>Art. 69.- Suspensión de publicidad.- De considerarlo necesario, y sin perjuicio de implementar las medidas o sanciones administrativas previstas en esta Ley, la Superintendencia de la Información y Comunicación podrá disponer, mediante resolución fundamentada, la suspensión inmediata de la difusión de publicidad engañosa.</p> <p>Artículo 94.- La publicidad y propaganda respetarán los derechos garantizados por la Constitución y los tratados internacionales. Se prohíbe la publicidad engañosa así como todo tipo de publicidad o propaganda de pornografía infantil, de bebidas alcohólicas, de cigarrillos y sustancias estupefacientes y psicotrópicas. Los medios de comunicación no podrán publicitar productos cuyo uso regular o recurrente produzca afectaciones a la salud de las personas, el Ministerio de Salud Pública elaborará el listado de estos productos. La publicidad de productos destinados a la alimentación y la salud deberá tener autorización previa del Ministerio de Salud. La publicidad que se curse en los programas infantiles será debidamente calificada por el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación a través del respectivo reglamento. El Superintendente de la Información y Comunicación dispondrá la suspensión de la publicidad que circula a través de los medios de comunicación cuando ésta viole las prohibiciones establecidas en este artículo o induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la</p>	<p>prestadores establecerán dispositivos, programas o mecanismos eficaces, actualizables y fáciles de utilizar que permitan el control parental a través del bloqueo a los contenidos perjudiciales para los menores, de forma que estos no puedan acceder a los contenidos que no estén dirigidos a ellos.</p> <p>6. Todos los productos audiovisuales distribuidos a través de servicios de comunicación audiovisual televisiva deben disponer de una calificación por edades, de acuerdo con las instrucciones sobre su gradación que dicte el Consejo Estatal de Medios Audiovisuales. La gradación de la calificación debe ser la homologada por el Código de Autorregulación de Contenidos Televisivos e Infancia. Corresponde a la autoridad audiovisual competente, la vigilancia, control y sanción de la adecuada calificación de los programas por parte de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisiva.</p>	
--	---	--

toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos reconocidos en la Constitución. Esta medida puede ser revocada por el mismo Superintendente o por juez competente, en las condiciones que determina la ley.		
---	--	--

URUGUAY	VENEZUELA
Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (Nº 19.307)³⁹	Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos⁴⁰
<p>Capítulo II Derechos de los Niños, Niñas y Adolescentes Artículo 29. (Deber de protección).- De conformidad con lo dispuesto en la legislación nacional e instrumentos internacionales, el Estado tiene la obligación de proteger los derechos de todos los niños, niñas y adolescentes, asegurando la aplicación de normas que den efectividad a esos derechos en su relación con los servicios de comunicación audiovisual. Artículo 30. (Deber de promoción).- Reconociendo la importante función que desempeñan los medios de comunicación, en especial los servicios de comunicación audiovisual, para el efectivo ejercicio de los derechos de los niños, niñas y adolescentes, entre otras acciones el Estado, en particular a través del Consejo de Comunicación Audiovisual y de la Dirección Nacional de Telecomunicaciones y Servicios de Comunicación Audiovisual del Ministerio de Industria, Energía y Minería: A) Incentivará a los medios a difundir programas y servicios que tengan por finalidad promover su bienestar social y afectivo y su salud física y mental. ...</p>	<p>Capítulo Disposiciones Generales Artículo 1 Objeto y ámbito de aplicación Esta Ley tiene por objeto establecer, en la difusión y recepción de mensajes, la responsabilidad social de los prestadores de los servicios de radio y televisión, proveedores de medios electrónicos, los anunciantes, los productores y productoras nacionales independientes y los usuarios y usuarias, para fomentar el equilibrio democrático entre sus deberes, derechos e intereses a los fines de promover la justicia social y de contribuir con la formación de la ciudadanía, la democracia, la paz, los derechos humanos, la cultura, la educación, la salud y el desarrollo social y económico de la Nación, de conformidad con las normas y principios constitucionales de la legislación para la protección integral de los niños, niñas y adolescentes, la cultura, la educación, la seguridad social, la libre competencia y la Ley Orgánica de Telecomunicaciones. ... Artículo 3 Objetivos Generales Los objetivos generales de esta Ley son: 4. Procurar la difusión de información y materiales dirigidos a los niños, niñas y adolescentes que sean de interés social y cultural, encaminados al desarrollo progresivo y pleno de su personalidad, aptitudes y capacidad mental y física, el</p>

³⁹ Disponible en la dirección de Internet: https://www.ursec.gub.uy/wps/wcm/connect/ursec/21bd135e-7854-4c6c-9524-72baba6a9893/Ley+No.+19.307.pdf?MOD=AJPERES&CONVERT_TO=url&CACHEID=21bd135e-7854-4c6c-9524-72baba6a9893 Fecha de Consulta: Mayo de 2016.

⁴⁰ Disponible en la dirección de Internet: <http://www.conatel.gob.ve/ley-de-responsabilidad-social-en-radio-television-y-medios-electronicos/> Fecha de Consulta: Mayo de 2016.

<p>Artículo 31. (Derecho a la privacidad).- Los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a que se respete la privacidad de su vida. Tienen derecho a que no se utilice su imagen en forma lesiva, ni se publique ninguna información que los perjudique y pueda dar lugar a la individualización de su persona.</p> <p>En el contexto de hechos delictivos, así como en circunstancias donde se discutan su tutela, guarda, patria potestad o filiación, los servicios de comunicación audiovisual se abstendrán de difundir nombre o seudónimo, imagen, domicilio, la identidad de sus padres o el centro educativo al que pertenece u otros datos que puedan dar lugar a su individualización.</p> <p>Artículo 32. (Horarios de protección).- Establécese el horario de protección a niños, niñas y adolescentes todos los días de la semana desde la hora 6 a la hora 22.</p> <p>Los programas, los mensajes publicitarios y la autopromoción emitidos en este horario por todos los servicios de comunicación audiovisual, deberán ser aptos para todo público y deberán favorecer los objetivos educativos que dichos medios de comunicación permiten desarrollar.</p> <p>Se podrán establecer dentro de este horario recomendaciones y guías para informar y orientar a la población sobre la programación en estos temas, en función de franjas de edad.</p> <p>Debe evitarse, en el horario antedicho, la exhibición de programas que promuevan actitudes o conductas violentas, morbosas, delictivas, discriminatorias o pornográficas, o fomenten el esoterismo, los juegos de azar o las apuestas.</p> <p>Sin perjuicio de la información de los hechos, la programación emitida durante el horario de protección a niños, niñas y adolescentes no deberá incluir:</p> <p>A) Imágenes con violencia excesiva, entendida como violencia explícita utilizada de forma desmesurada o reiterada, en especial si tiene resultados manifiestos de lesiones y muerte de personas y otros seres vivos (asesinatos, torturas, violaciones, suicidios o mutilaciones)</p> <p>B) Truculencia, entendida como la presentación de conductas ostensiblemente crueles o que exalten la crueldad, o que abusen del sufrimiento, del pánico o del terror, o que exhiban</p>	<p>respeto a los derechos humanos, a sus padres, a su identidad cultural, a la de las civilizaciones distintas a las suyas, a asumir una vida responsable en libertad, y a formar de manera adecuada conciencia de comprensión humana y social, paz, tolerancia, igualdad de los sexos y amistad entre los pueblos, grupos étnicos, y personas de origen indígena y, en general, que contribuyan a la formación de la conciencia social de los niños, niñas, adolescentes y sus familias.</p> <p>Artículo 5 Tipos de Programas</p> <p>A los efectos de la presente Ley se definen los siguientes tipos de programas:</p> <p>1. Programa cultural y educativo: aquél dirigido a la formación integral de los usuarios y usuarias en los más altos valores del humanismo, la diversidad cultural, así como en los principios de la participación protagónica del ciudadano en la sociedad y el Estado, a los fines de hacer posible entre otros aspectos:</p> <p>a) Su incorporación y participación en el desarrollo económico, social, político y cultural de la Nación.</p> <p>b) La promoción, defensa y desarrollo progresivo de los derechos humanos, garantías y deberes, la salud pública, la ética, la paz y la tolerancia.</p> <p>c) La preservación, conservación, defensa, mejoramiento y mantenimiento del ambiente para promover el desarrollo sustentable del hábitat, en su beneficio y de las generaciones presentes y futuras.</p> <p>d) El desarrollo de las ciencias, las artes, los oficios, las profesiones, las tecnologías y demás manifestaciones del conocimiento humano en cooperación con el sistema educativo.</p> <p>e) El fortalecimiento de la identidad, soberanía y seguridad de la Nación.</p> <p>f) La educación crítica para recibir, buscar, utilizar y seleccionar apropiadamente la información adecuada para el desarrollo humano emitida por los servicios de radio y televisión.</p> <p>2. Programa informativo: cuando se difunde información sobre personas o acontecimientos locales, nacionales e internacionales de manera imparcial, veraz y oportuna.</p> <p>3. Programa de opinión: dirigido a dar a conocer pensamientos, ideas, opiniones, criterios o juicios de valor sobre personas, instituciones públicas o privadas, temas o acontecimientos locales, nacionales e internacionales.</p> <p>4. Programa recreativo o deportivo: dirigido a la recreación, entretenimiento y el esparcimiento de los usuarios y usuarias, y no clasifique como programa de tipo cultural y educativo, informativo o de opinión.</p>
---	--

<p>cadáveres o resultados de crímenes en forma abierta y detallada.</p> <p>C) Apología, exaltación o incitación de la violencia y las conductas violentas, del delito o las conductas delictivas.</p> <p>D) Pornografía, entendida como la exhibición de materiales, imágenes o sonidos de actos sexuales, o sus reproducciones, con el fin de provocar la excitación sexual del receptor.</p> <p>E) Exhibición de escenas con actos sexuales explícitos, obscenos o degradantes, o de elementos de prácticas sadomasoquistas.</p> <p>F) Apología, exaltación o incitación a la pornografía, la explotación sexual o los delitos sexuales.</p> <p>G) Exhibición de consumo explícito y abusivo de drogas legales e ilegales.</p> <p>H) Apología, exaltación o incitación al consumo de drogas o al narcotráfico.</p> <p>I) Presentación como exitosas o positivas a las personas o a los personajes adictos a drogas o que participan del narcotráfico.</p> <p>Contenidos que hagan apología, promuevan o inciten a actos o conductas discriminatorias o racistas</p> <p>En programas informativos, cuando se trate de situaciones de notorio interés público, excepcionalmente podrán incluirse imágenes de violencia excesiva como las definidas en el literal A) de este artículo, incluyendo avisos explícitos para prevenir la exposición del público infantil a estas.</p> <p>En aplicación de estas disposiciones deberá valorarse el contexto y la finalidad de los programas que incluyan estos contenidos.</p> <p>En ningún caso estas pautas deben interpretarse como una imposibilidad de informar, analizar y discutir, en particular durante programas educativos, informativos y periodísticos, sobre situaciones de violencia, sus causas o sus repercusiones en materia de seguridad ciudadana u otros abordajes sobre la realidad uruguaya, ni sobre temas relacionados a la sexualidad, ni sobre temas relacionados a las drogas legales e ilegales, ni sobre temas relacionados a la discriminación, todos ellos en sus más variadas dimensiones. En particular, las presentes</p>	<p>5. Programa mixto: el que combine cualquiera de los tipos de programas anteriormente enumerados.</p> <p>Artículo 6 Elementos clasificados</p> <p>A los efectos de esta Ley, se definen los siguientes elementos clasificados: lenguaje, salud, sexo y violencia.</p> <p>1. Son elementos de lenguaje:</p> <p>a. Tipo .A. Textos, imágenes o sonidos de uso común, que pueden ser presenciados por niños, niñas y adolescentes sin que se requiera la orientación de madres, padres, representantes o responsables, y que no clasifiquen en los tipos .B y .C..</p> <p>b. Tipo .B. Textos, imágenes o sonidos que, en su uso común, tengan un carácter soez.</p> <p>c. Tipo .C. Textos, imágenes o sonidos que, en su uso común, tengan carácter obsceno, que constituyan imprecaciones, que describan, representen o aludan, sin finalidad educativa explícita, a órganos o prácticas sexuales o a manifestaciones escatológicas.</p> <p>2. Son elementos de salud:</p> <p>a. Tipo .A. Textos, imágenes o sonidos utilizados para la divulgación de información, opinión o conocimientos sobre la prevención, tratamiento o erradicación del consumo de alcohol, tabaco, sustancias estupefacientes o psicotrópicas, así como de la práctica compulsiva de juegos de envite y azar y de otras conductas adictivas que puedan ser presenciados por niños, niñas y adolescentes sin que se requiera la orientación de madres, padres, representantes o responsables.</p> <p>b. Tipo .B. Textos, imágenes o sonidos utilizados para la divulgación de información, opinión o conocimientos sobre la prevención, tratamiento o erradicación del consumo de alcohol, tabaco, sustancias estupefacientes o psicotrópicas, así como de la práctica compulsiva de juegos de envite y azar y de otras conductas adictivas, que de ser presenciados por niños, niñas y adolescentes requieran la orientación de sus madres, padres, representantes o responsables.</p> <p>c. Tipo .C.. Textos, imágenes o sonidos en los programas y promociones que se refieran directa o indirectamente al consumo moderado de alcohol o tabaco, sin que se expresen explícitamente sus efectos nocivos o tengan como finalidad erradicar las conductas aditivas que producen; al consumo excesivo de bebidas alcohólicas o de tabaco, en los cuales se expresan explícitamente sus efectos nocivos; a la práctica compulsiva a los juegos de envite y azar, en los cuales se</p>
--	---

<p>directivas no deben ser interpretadas como una limitación a las expresiones surgidas en el debate de opinión o durante manifestaciones políticas, aun si ellas pudieran considerarse agresivas o hirientes para las autoridades públicas o actores políticos y partidarios.</p> <p>Los programas no aptos para todo público deberán estar debidamente señalizados con signos visuales y sonoros al comienzo y durante su transmisión, y se deberá asegurar que los servicios interactivos, tales como las guías electrónicas de programas, incluyan la información que advierta de manera suficiente y veraz del contenido del programa a efectos de la protección de niños, niñas o adolescentes.</p> <p>La señalización de los programas deberá realizarse ajustándose al patrón que oportunamente el Poder Ejecutivo aprobará, en base a la propuesta del Consejo de Comunicación Audiovisual.</p> <p>Los servicios de televisión para abonados podrán habilitar gratuitamente mecanismos cifrados de acceso para posibilitar el control parental de las señales no establecidas en Uruguay. Las señales con programación exclusiva para adultos no podrán estar nunca en abierto.</p> <p>Artículo 33. (Publicidad dirigida a niños, niñas y adolescentes).- En atención a la protección de los derechos de los niños, niñas y adolescentes, los mensajes publicitarios no deberán producirles perjuicio moral o físico. En consecuencia, su emisión tendrá las siguientes limitaciones:</p> <p>A) No debe incitar directamente a los niños, niñas y adolescentes a la compra o arrendamiento de productos o servicios aprovechando su inexperiencia o credulidad, ni incluir cualquier forma de publicidad engañosa.</p> <p>B) No debe animar directamente a los niños, niñas y adolescentes para que compren productos o servicios publicitados, ni prometerles premios o recompensas para ganar nuevos compradores.</p> <p>C) No puede ser presentada de una manera que se aproveche de la lealtad de niños, niñas y adolescentes o de su confianza, sobre todo en los padres, profesores u otras</p>	<p>expresan explícitamente sus efectos nocivos; o, al consumo de sustancias estupefacientes o psicotrópicas, en los cuales se expresa explícitamente sus efectos nocivos.</p> <p>d. Tipo .D.. Textos, imágenes o sonidos en los programas y promociones que directa o indirectamente se refieran al consumo excesivo de bebidas alcohólicas o tabaco, en los cuales no se exprese explícitamente sus efectos nocivos para la salud; se refieran a la práctica compulsiva de juegos de envite y azar, en los cuales no se exprese explícitamente sus efectos nocivos para la salud; asocien el consumo de bebidas alcohólicas o tabaco con ventajas en la posición económica, en la condición social o en el ejercicio de la sexualidad; asocien la práctica compulsiva de juegos de envite y azar, con ventajas en la posición económica, en la condición. social o en el ejercicio de la sexualidad; asocien el consumo de bebidas alcohólicas o tabaco con una mejora en el rendimiento físico o psicológico; presenten en forma negativa la sobriedad o la abstinencia de bebidas alcohólicas y tabaco; se refieran al consumo de sustancias estupefacientes o psicotrópicas, en las cuales no se expresen explícitamente sus efectos nocivos para la salud; asocie el consumo de sustancias estupefacientes o psicotrópicas con ventajas en la posición económica, en la condición social o en el ejercicio de la sexualidad; asocien el consumo de sustancias estupefacientes o psicotrópicas con una mejora en el rendimiento físico o psicológico; o presenten en forma negativa la abstinencia de sustancias estupefacientes o psicotrópicas.</p> <p>3. Son elementos de sexo:</p> <p>a. Tipo .A. Textos, imágenes o sonidos utilizados para la difusión de información, opinión y conocimiento sobre salud sexual y reproductiva, maternidad, paternidad, promoción de la lactancia materna y de expresiones artísticas con fines educativos, que pueden ser recibidos por niños, niñas y adolescentes sin que se requiera la orientación de madres, padres, representantes o responsables.</p> <p>b. Tipo .B. Textos, imágenes o sonidos utilizados para la difusión de información, opinión y conocimientos sobre sexualidad y reproducción humana y de expresiones artísticas con fines educativos, que de ser recibidas por niños, niñas y adolescentes, requieran la orientación de sus madres, padres, representantes o responsables.</p> <p>c. Tipo .C. Textos, imágenes o sonidos sexuales implícitos sin finalidad educativa; o manifestaciones o aproximaciones de carácter erótico que no incluyan actos o prácticas sexuales explícitas.</p>
---	---

<p>personas. No puede socavar la autoridad de estas personas y su responsabilidad.</p> <p>D) No deben anunciar ninguna forma de discriminación, incluyendo cualquiera que se base en la raza, nacionalidad, religión o edad, ni deberán en ninguna forma menoscabar la dignidad humana.</p> <p>E) Deberá tener especialmente en cuenta las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud en lo que se refiere a publicidad de alimentos con altos contenidos de grasa, sal o azúcares.</p> <p>F) Está prohibida la emisión de publicidad no tradicional en los programas infantiles con excepción de emplazamiento de productos y el auspicio.</p>	<p>d. Tipo .D. Textos, imágenes o sonidos, sobre desnudez sin finalidad educativa, en las cuales no se aludan o muestren los órganos genitales; actos o prácticas sexuales dramatizados, en los cuales no se muestren los órganos genitales; mensajes sexuales explícitos; o dramatización de actos o conductas sexuales que constituyan hechos punibles, de conformidad con la Ley.</p> <p>e. Tipo .E. Textos, imágenes o sonidos sobre actos o prácticas sexuales reales; desnudez sin finalidad educativa en las cuales se muestren los órganos genitales; actos o prácticas sexuales dramatizados en los cuales se aludan o muestren los órganos genitales; actos o prácticas sexuales reales o dramatizados en los cuales se amenace o viole el derecho a la vida, la salud y la integridad personal o se menoscabe la dignidad humana; o actos o conductas sexuales reales que constituyan hechos punibles de conformidad con la Ley.</p>
<p>Continuación de la Ley de Venezuela:</p> <p>4. Son elementos de violencia:</p> <p>a. Tipo .A. Textos, imágenes o sonidos utilizados para la prevención o erradicación de la violencia, que pueden ser presenciados por niños, niñas y adolescentes sin que se requiera la orientación de madres, padres, representantes o responsables, siempre que no se presente el hecho violento o sus consecuencias en forma detallada o explícita.</p> <p>b. Tipo .B. Textos, imágenes o sonidos que presenten violencia dramatizada o sus consecuencias de forma no explícita.</p> <p>c. Tipo .C. Textos, imágenes o descripciones gráficas utilizadas para la prevención o erradicación de la violencia, que de ser recibidas por niños, niñas o adolescentes, requieren la orientación de sus madres, padres, representantes o responsables, siempre que no presenten imágenes o descripciones gráficas detalladas o explícitas del hecho violento o sus consecuencias.</p> <p>d. Tipo .D. Textos, imágenes o descripciones gráficas que presenten violencia real o sus consecuencias, de forma no explícita; o violencia dramatizada o sus consecuencias de forma explícita y no detallada.</p> <p>e. Tipo .E.. Textos, imágenes o descripciones gráficas que presenten violencia real o dramatizada, o sus consecuencias de forma explícita y detallada; violencia física, psicológica o verbal entre las personas que integran una familia contra niños, niñas y adolescentes o contra la mujer; violencia sexual, la violencia como tema central o un recurso de impacto reiterado; o que presenten, promuevan, hagan apología o inciten al suicidio o a lesionar su propia integridad personal o salud personal.</p> <p>Capítulo II De la Difusión de Mensajes Artículo 7 Tipos, bloques de horarios y restricciones por horario</p> <p>A los efectos de esta Ley se establecen los siguientes tipos y bloques de horarios:</p> <p>1. Horario todo usuario: es aquél durante el cual sólo se podrá difundir, mensajes que puedan ser recibidos por todos los usuarios y usuarias, incluidos niños, niñas y adolescentes sin supervisión de sus madres, padres, representantes o responsables. Este horario está comprendido entre las siete antemeridiano y las siete postmeridiano.</p>	

2. Horario supervisado: es aquél durante el cual se podrá difundir mensajes que, de ser recibidos por niños, niñas y adolescentes, requieran de la supervisión de sus madres, padres, representantes o responsables. Este horario está comprendido entre las cinco antemeridiano y las siete antemeridiano y entre las siete postmeridiano y las once postmeridiano.

3. Horario adulto: es aquél durante el cual se podrá difundir mensajes que están dirigidos exclusivamente para personas adultas, mayores de dieciocho años de edad, los cuales no deberían ser recibidos por niños, niñas y adolescentes. Este horario está comprendido entre las once postmeridiano y las cinco antemeridiano del día siguiente.

En los servicios de radio o televisión, durante el horario todo usuario no está permitida la difusión de: mensajes que contengan elementos de lenguaje tipo .B. y .C., elementos de salud tipo .B., .C. y .D., elementos sexuales tipo .B., .C y .D. ni elementos de violencia tipo .C., .D. y .E.; mensajes que atenten contra la formación integral de los niños, niñas y adolescentes; mensajes con orientación o consejos de cualquier índole que inciten al juego de envite y azar; publicidad de juegos de envite y azar o de loterías, salvo que se trate de rifas benéficas por motivos de ayuda humanitaria; publicidad de productos y servicios de carácter sexual, salvo aquéllos dirigidos a promover la salud sexual y reproductiva. En el horario todo usuario podrá difundirse hasta dos horas de radionovelas o telenovelas y al menos un cincuenta por ciento (50%) deberá ser producción nacional.

En los servicios de radio o televisión, durante el horario supervisado no está permitida la difusión de: mensajes que contengan elementos de lenguaje tipo .C. elementos de salud tipo .D., elementos sexuales tipo .D. ni elementos de violencia tipo .E.. En el horario supervisado podrá difundirse hasta dos horas de radionovelas o telenovelas y al menos un cincuenta por ciento (50%) deberá ser producción nacional.

En los servicios de radio o televisión, durante los horarios todo usuario y supervisado, no está permitida la difusión de infocomerciales que excedan de quince minutos de duración.

En los servicios de radio o televisión no está permitida la difusión de mensajes que contengan elementos sexuales tipo .E.. En los servicios de radio o televisión no está permitida la difusión de mensajes que utilicen técnicas audiovisuales o sonoras que impidan o dificulten a los usuarios o usuarias percibirlos conscientemente.

Las promociones de programas correspondientes al horario adulto deberán ser difundidas en el mismo horario en que es permitida la transmisión de éstos.

En los servicios de radio o televisión, cuando se trate de mensajes difundidos en vivo y directo durante los horarios todo usuario y supervisado, podrán presentarse descripciones gráficas o imágenes de violencia real, si ello es indispensable para la comprensión de la información; la protección de la integridad física de las personas o como consecuencia de situaciones imprevistas, en las cuales los prestadores de servicios de radio o televisión no puedan evitar su difusión. Las descripciones gráficas o imágenes deberán ajustarse a los principios éticos del periodismo en cuanto al respeto a la dignidad humana, tanto de los usuarios y usuarias como de aquellas personas que son objeto de la información; no se podrá hacer uso de técnicas amarillistas como deformación del periodismo que afecte el derecho de los usuarios y usuarias a ser correctamente informados, de conformidad con la legislación correspondiente, y en ningún caso podrán ser objeto de exacerbación, trato morboso o énfasis sobre detalles innecesarios.

DATOS RELEVANTES

Como se puede ver son muchos y variados los criterios establecidos en cada uno de los países analizados, ya que los medios de comunicación han sido objeto de regulación en cuanto a la potencial influencia que puedan ejercer sobre las personas y la sociedad, siendo los niños la población más vulnerable respecto a los efectos de este medio, es por ello que a continuación lo más relevante:

Argentina

La ley que en Argentina regula las comunicaciones es la ley Nacional de Radiodifusión, reglamenta las pautas para los servicios de radiodifusión en todo el territorio.

Con respecto a la protección al menor dispone que la prohibición a la posibilidad de emitir programas calificados por autoridad competente como prohibidos para menores de dieciocho años, en el horario de protección al menor que fije la reglamentación de la Ley, las emisiones deberán ser aptas para todo público. Fuera de ese horario, los contenidos mantendrán a salvo los principios básicos de esta ley. Los programas destinados especialmente a niños y jóvenes deberán adecuarse a los requerimientos de su formación. En el supuesto en que la hora oficial no guarde uniformidad en todo el territorio de la República, el horario de protección al menor se fijara teniendo en cuenta las diferencias horarias existentes, de modo de no violar las disposiciones del presente.

Tampoco se permite la participación de menores de doce años en programas que se emitan entre las 22 y las 8 horas, salvo que estos hayan sido grabados fuera de ese horario, circunstancia que se mencionara en la emisión, y establece que los anuncios publicitarios deberán ceñirse a los criterios establecidos por esta ley y su reglamentación, fundamentalmente en lo inherente a la integridad de la familia y la moral cristiana.

Chile

Establece el Consejo Nacional de Televisión, al cual le corresponderá velar por el correcto funcionamiento de los servicios de televisión, y, para tal fin, tendrá su vigilancia y fiscalización, en cuanto al contenido de las emisiones que a través de ellos se efectúen, en conformidad con las normas de esta ley.

Es función de dicho organismo de velar porque los servicios de radiodifusión televisiva de libre recepción y los servicios limitados de televisión se ajusten estrictamente al "correcto funcionamiento", que es promover, financiar o subsidiar la producción, transmisión o difusión de programas de alto nivel cultural o de interés nacional o regional, así calificados por el Consejo Nacional de televisión.

En cuanto a la presentación de imágenes de niños y niñas: prohíbe a los servicios de televisión las transmisiones de cualquier naturaleza que contengan violencia excesiva, truculencia, pornografía o participación de niños o adolescentes en actos reñidos con la moral o las buenas costumbres.

Costa Rica

El reglamento de la Ley General de Telecomunicaciones establece que la programación que se difunda a través de las redes, procurará contribuir con la integración familiar, al desarrollo armónico de la niñez, al mejoramiento de los sistemas educativos, a la difusión de nuestros valores cívicos, artísticos, históricos y culturales, y al desarrollo sustentable.

En relación a la información de la programación señala que el concesionario que preste los servicios de televisión por suscripción deberá informar previamente a los suscriptores los títulos de los programas y su clasificación, mediante guías impresas o mediante dispositivos dentro del mismo sistema que informen sobre la programación con anticipación a la transmisión del espacio correspondiente.

Ecuador

La Ley de este país establece una clasificación respecto a su programación en televisión, de acuerdo a lo siguiente:

- Informativos I
- De opinión -O;
- Formativos/educativos/culturales -F;
- Entretenimiento -E;
- Deportivos -D; y,
- Publicitarios -P

Menciona tres tipos de audiencias con sus correspondientes franjas horarias, tanto para la programación de los medios de comunicación de radio y televisión, incluidos los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción, como para la publicidad comercial y los mensajes del Estado, de acuerdo a lo siguiente:

Franja Horaria	Audiencia
06h00 a las 18h00	Familiar: Incluye a todos los miembros de la familia. En esta franja solo se podrá difundir programación de clasificación "A": Apta para todo público
18h00 a las 22h00	Responsabilidad compartida: La componen personas de 12 a 18 años, con supervisión de personas adultas. En esta franja

	se podrá difundir programación de clasificación “A” y “B”: Apta para todo público, con vigilancia de una persona adulta.
22h00 a las 06h00	Adultos: Compuesta por personas mayores a 18 años. En esta franja se podrá difundir programación clasificada con “A”, “B” y “C”: Apta solo para personas adultas

Indica también que:

- Los contenidos educativos que contengan imágenes sexualmente explícitas se difundirán en las franjas horarias de responsabilidad compartida y de apto para todo público, teniendo en cuenta que este material sea debidamente contextualizado para las audiencias de estas dos franjas.
- Queda prohibida la venta y distribución de material pornográfico audiovisual o impreso a niños, niñas y adolescentes menores de 18 años.
- Queda prohibida la difusión a través de los medios de comunicación de todo mensaje que constituya incitación directa o estímulo expreso al uso ilegítimo de la violencia, a la comisión de cualquier acto ilegal, la trata de personas, la explotación, el abuso sexual, apología de la guerra y del odio nacional, racial o religioso.

España

La Ley de este país dispone que queda prohibida la emisión de contenidos audiovisuales que puedan perjudicar seriamente el desarrollo físico, mental o moral de los menores, y, en particular, la de aquellos programas que incluyan escenas de pornografía, maltrato, violencia de género o violencia gratuita.

Aquellos otros contenidos que puedan resultar perjudiciales para el desarrollo físico, mental o moral de los menores solo podrán emitirse en abierto entre las 22 y las 6 horas, debiendo ir siempre precedidos por un aviso acústico y visual, según los criterios que fije la autoridad audiovisual competente.

Establece que el indicador visual deberá mantenerse a lo largo de todo el programa en el que se incluyan dichos contenidos.

Menciona tres tipos de audiencias con sus correspondientes franjas horarias consideradas de protección reforzada, tomando como referencia el horario peninsular: entre las 8 y las 9 horas y entre las 17 y las 20 horas, en el caso de días laborables, y entre las 9 y las 12 horas sábados, domingos y fiestas de ámbito estatal.

Señala que los contenidos calificados como recomendados para mayores de 13 años deberán emitirse fuera de esas franjas horarias, manteniendo a lo largo de la emisión del programa que los incluye el indicativo visual de su calificación por edades.

Dispone que en horario de protección al menor, los prestadores del servicio de comunicación audiovisual no podrán insertar comunicaciones comerciales que promuevan el culto al cuerpo y el rechazo a la autoimagen, tales como productos adelgazantes, intervenciones quirúrgicas o tratamientos de estética, que apelen al rechazo social por la condición física, o al éxito debido a factores de peso o estética.

Perú

La ley de Telecomunicaciones de este país dicta que el Ministerio de Educación y el Ministerio de Transportes, Comunicaciones, Vivienda y Construcción concertarán con los organismos representativos a los medios de radiodifusión, a fin de establecer un código de ética y conducta que permita difundir una programación que mantenga los principios formativos que relieven la dignidad eminente de la persona humana y la defensa de la familia como célula básica de la sociedad, así como los demás valores que proclama la Constitución Política del Perú como factores de integración, de identidad nacional y de pacificación.

Uruguay

La Ley correspondiente establece que el Estado tiene la obligación de proteger los derechos de todos los niños, niñas y adolescentes, asegurando la aplicación de normas que den efectividad a esos derechos en su relación con los servicios de comunicación audiovisual

Considera un horario de protección a niños, niñas y adolescentes todos los días de la semana desde la hora 6 a la hora 22. Dispone que se podrán establecer dentro de este horario recomendaciones y guías para informar y orientar a la población sobre la programación en estos temas, en función de franjas de edad.

Señala que en el horario de los menores se evitara la exhibición de programas que promuevan actitudes o conductas violentas, morbosas, delictivas, discriminatorias o pornográficas, o fomenten el esoterismo, los juegos de azar o las apuestas. Menciona que en la programación emitida durante el horario de protección a niños, niñas y adolescentes no deberá incluir:

- Imágenes con violencia excesiva, entendida como violencia explícita utilizada de forma desmesurada o reiterada, en especial si tiene resultados manifiestos de lesiones y muerte de personas y otros seres vivos (asesinatos, torturas, violaciones, suicidios o mutilaciones)
- Truculencia, entendida como la presentación de conductas ostensiblemente crueles o que exalten la crueldad, o que abusen del sufrimiento, del pánico o del terror, o que exhiban cadáveres o resultados de crímenes en forma abierta y detallada.
- Apología, exaltación o incitación de la violencia y las conductas violentas, del delito o las conductas delictivas.

- Pornografía, entendida como la exhibición de materiales, imágenes o sonidos de actos sexuales, o sus reproducciones, con el fin de provocar la excitación sexual del receptor.
- Exhibición de escenas con actos sexuales explícitos, obscenos o degradantes, o de elementos de prácticas sadomasoquistas.
- Apología, exaltación o incitación a la pornografía, la explotación sexual o los delitos sexuales.
- Exhibición de consumo explícito y abusivo de drogas legales e ilegales.
- Apología, exaltación o incitación al consumo de drogas o al narcotráfico.
- Presentación como exitosas o positivas a las personas o a los personajes adictos a drogas o que participan del narcotráfico.

Venezuela

La ley de este país considera que uno de sus objetivos es procurar la difusión de información y materiales dirigidos a los niños, niñas y adolescentes que sean de interés social y cultural, encaminados al desarrollo progresivo y pleno de su personalidad, aptitudes y capacidad mental y física, el respeto a los derechos humanos, a sus padres, a su identidad cultural, a la de las civilizaciones distintas a las suyas, a asumir una vida responsable en libertad, y a formar de manera adecuada conciencia de comprensión humana y social, paz, tolerancia, igualdad de los sexos y amistad entre los pueblos, grupos étnicos, y personas de origen indígena y, en general, que contribuyan a la formación de la conciencia social de los niños, niñas, adolescentes y sus familias.

8. INFORME DE CONSUMO DE TELEVISIÓN Y OTROS MEDIOS DE COMUNICACIÓN (INTERNET Y VIDEOJUEGOS) EN LOS MENORES DE EDAD DE MÉXICO

El interés superior de la niñez, y la protección de esta audiencia son una prioridad, es por ello que a continuación se muestran los principales niveles de consumo durante el 2015 respecto de los medios de Televisión, Internet y Videojuegos en México, retomados del **“Primer Informe por los derechos de la audiencia infantil”** así como también del **“Estudio sobre oferta y consumo de programación para público infantil en radio, televisión radiodifundida y restringida”**.

Perfil Demográfico de menores en México

- Según el Consejo Nacional de Población (CONAPO), en México, hay un total de 33 millones 524 mil 563 menores de 15 años, que representan el 28% de la población total, 48.9% son niñas y 51.1% niños.

Televisión⁴¹

- Las horas que los niños dedican semanalmente al consumo de medios (televisión, videojuegos e Internet), es 3 veces mayor al tiempo que dedican a la escuela.
- Según datos de la OCDE en México el 92% de los niños asisten a primarias públicas, con un promedio de 800 horas anuales. Si comparamos, se obtiene un resultado de consumo de televisión de 1,584 horas frente a las 800 horas en la escuela, cerca del doble del tiempo.
- El 80 % de los niños asisten a la escuela por las mañanas, por lo que gran parte de la programación dirigida a ellos, está colocada en horarios que no pueden verla. Por ejemplo, a partir de las 15:00 horas, horario en que la mayor parte del público infantil ve televisión, solo el 9% de la programación es apta para éstos.
- **Entre las 13 y 22 horas los menores se encuentran expuestos al mayor porcentaje de niños antes un televisor.**

⁴¹ Primer Informe por los derechos de la audiencia infantil. Consejo de Audiencias. Una Iniciativa de: A favor de lo Mejor. Págs. 10, 13, 15, 16, 17. Disponible en la dirección de Internet: <http://www.afavordelomejor.org/assets/uploads/2015/11/Primer-Informe.-Consejo-de-Audiencias-2015.pdf>
Fecha de Consulta: Junio de 2016.

- Aportaciones Televisoras:

Televisa	TV Azteca
<p>Si bien es el canal 5, es el que tiene mayor porcentaje de programación dirigida a niños, prácticamente no se observan contenidos que promuevan el desarrollo integral y armónico de la niñez.</p>	<p>No ofrece programación dirigida a público infantil de lunes a viernes.</p> <p>Su mayor esfuerzo es en programación destinada a público familiar.</p>
Canal Once	Canal 22
<p>Destina, desde hace varios años, una barra infantil ubicada en un horario de las 13:00 hasta las 17:00 horas. Y a partir del 20 de agosto lanza 11.2 un canal digital con transmisión las 24 horas del día, que son programadas con una estructura básica de ocho horas con tres repeticiones. Las primeras seis horas están dedicadas al público infantil; y dos horas más dedicadas a jóvenes.</p> <p>La mayoría de estas producciones son extranjeras, y entre ellas se encuentran series de suspenso o fantásticas, además de las ya conocidas animaciones infantiles.</p> <p>Presentan programas que promueven la creatividad y que aportan datos informativos a los niños, siempre acordes a su edad.</p> <p>También existen producciones propias del canal que responden a este mismo patrón de emisiones pertenecientes a la barra infantil, que se esfuerzan en desarrollar la curiosidad de los niños por conocer y aprender más del mundo que los rodea.</p>	<p>Ofrece programación adecuada y recomendable para la niñez y está colocada en horarios apropiados.</p> <p>En su programación promueve la difusión de valores artísticos y culturales que propician un desarrollo armónico de la niñez buscando ser incluyentes. Entablan un diálogo que fomenta en la audiencia la curiosidad de su entorno y las ganas de poner en práctica los valores expuestos.</p>

- Los géneros que mayor audiencia en televisión abierta, versa sobre telenovelas, *reality shows* y entretenimiento dirigidos a un público de mayor edad.
- En el raking mundial⁴², el público infantil mexicano es el que más tiempo destina a ver televisión, es decir:

⁴² Instituto Federal de Telecomunicaciones. Tabla retomada del “Estudio sobre oferta y consumo de programación para público infantil en radio, televisión radiodifundida y restringida”. Febrero 2015. Pág. 26. Disponible en la dirección de Internet: <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/comunicacion-y-medios/estudiosninosfinalacc.pdf>
 Fecha de Consulta: Junio de 2015.

País	Edad	Horas
México	4 a 12 años	4:34
EUA	No especifica edad de niños	3 a 4
Perú	7 a 11 años	3:30
Colombia	No especifica edad de niños	2:45
Italia	4 a 12 años	2:42
España	4 a 12 años	2:38
Francia	4 a 12 años	2:18
Alemania	4 a 12 años	1:33

Usuarios de Internet⁴³

- En México hay un universo de 53.9 millones de usuarios de Internet.
- De los niños con acceso a internet 43% tienen de 3 a 6 años y el 47% ronda entre los 6 y 12 años.
- El lugar de conexión del 84% de los niños es en la computadora de su casa.
- El medio de conexión de los infantes es la computadora, seguida por el celular y la Tablet.
- El 50% de los niños pasan al menos una hora navegando por internet.
- La principal razón de consumo a tan baja edad, se hace referencia a que es por entretenimiento, con un 58%, y un 40% de los niños tiene un consumo del medio, por razones escolares.
- El tiempo promedio de conexión de niños de 6 a 12 años, es de 45 minutos.
- Facebook es la red social más usada por niños entre 6 y 12 años, aun cuando la edad mínima para tener un perfil son los 13.
- La búsqueda de información y las páginas de vídeos encabezan las preferencias de los niños, seguidas por las redes sociales. Por sexo es muy similar, por lo que podemos hablar de una preferencia generalizada en los niños, de tipos de sitios.
 - ✚ Google lleva la delantera con el **45%**
 - ✚ Seguido por Youtube con el **13.75%**
 - ✚ El tercer lugar lo ocupa Yahoo con el 2% y el 4to. Facebook con el **1.69%**

Videojuegos⁴⁴

- Sobre el Consumo: La Industria de los videojuegos ha visto cuadruplicarse el número de videojugadores en México durante los últimos 15 años, lo cual alcanza una cifra de 57.1 millones de usuarios al cierre de 2014 10, es decir casi el 47% de la población.
De este, el:

⁴³ Primer Informe por los derechos de la audiencia infantil. Págs. 11, 23, 24,25.

⁴⁴ Ibídem. Págs. 30 y 31.

- ✚ 74% es menor a 20 años
- ✚ 47% de la población
- ✚ 74% de los niños y adolescentes menores a 20 años
- ✚ 29% de los adultos entre 31 y 40 años e incluso
- ✚ 7% de aquellos que superan la barrera de los 50 años
- Los niños de 6 a 12 años son usuarios esporádicos. Solo el 27% de los gamers lo hace diario, mientras que el 27% lo hace dos o tres veces a la semana, mientras que un porcentaje igual de 27% juega de manera semanal.
- Los videojuegos más mencionados por los niños:
 - ✚ Minecraft: juego de destreza en el cual tiene que cumplir retos de construcción con la posibilidad de hacer equipos online.
 - ✚ FIFA: juego de futbol donde eliges a tu equipo y jugadores favoritos. Se puede jugar solo contra la consola, en equipo con varios controles o bien con rivales online.
 - ✚ Mario Bros: es un juego de destreza considerado un clásico de los videojuegos.
 - ✚ Grand Theft Auto: un juego de rol, para adultos.

9. OPINIONES ESPECIALIZADAS

A continuación, se exponen algunas consideraciones de autores especializados en el tema, con interesantes análisis y aportaciones:

“Nula calidad en el contenido televisivo en México.”⁴⁵

En México la televisión basura no tiene una definición concreta o características que puedan categorizar los programas sobre todo en las dos cadenas más importantes del país; televisa que tiene más de cuarenta años al aire y televisión azteca que nació hace catorce años debido a la privatización de la cadena Imediación.

Algunos críticos y sociólogos la describen como un entretenimiento soez, vulgar, ficticio, amoral y promiscuo dentro de los parámetros sociales o culturales; por ejemplo en Colombia las telenovelas manejan tópicos relativamente fuertes comparados a los de Venezuela o México.

Se sabe que el entretenimiento dentro de los medios masivos siempre ha sido un factor muy importante que los altos ejecutivos no pueden dejar a un lado; desde los programas matutinos que van dirigidos a una audiencia principalmente compuesta de amas de casa, las telenovelas por la tarde, caricaturas, series, talk shows, deportes, música, chismes, concursos etc, donde los talk shows y los programas de prensa rosa(chismes de la farándula)son sensacionalismo puro.

En 1955 al nacer la cadena Televisa con el apoyo del presidente Ruiz Cortines, nace una innovación no solo en el medio sino en la sociedad, el objetivo principal era informar y entretener a la población mexicana, convertir a la empresa como un símbolo del nacionalismo e internacionalizar nuevos proyectos mexicanos.

La época del cine de oro se encontraba en el apogeo, y la televisión era un medio excelente para impulsar a nuevas ideas, esto llevó a la pantalla la adaptación de la película “Senda Prohibida” en la modalidad de episodios cortos que se transmitían tres o cinco veces por semana, la telenovela nació en México para convertirse en uno de los géneros más rentables en los últimos años; tan solo en 1997 Televisa ganó más de 100 millones de dólares por la exportación ya sea por el guión o la adaptación para otros países.

Esto catapultó a México a nivel internacional y se dio a conocer por sus tramas intensas y dramáticas, las actuaciones y la colocación de cámaras que a pesar de ser un poco rústicas fueron muy bien recibidas por otras cadenas como la BBC o la Warner Brothers. La telenovela se convirtió en una parte esencial dentro de la programación cotidiana, al paso de los años los tópicos fueron variando hasta convertirse en lo que conocemos ahora. Dentro de la columna vertebral de los horarios estelares se encontraban los programas de concursos, que tenían altos niveles de audiencia así como noticieros y los de espectáculos.

El impulsar la cultura como entretenimiento se convirtió en una meta que se implementó en la televisión a principios de la década de los setenta como un implemento nuevo por parte del gobierno de la república para fortalecer la educación y la valorización de nuestras costumbres; sin embargo la audiencia no recibió estos programas con tanta efusión como se esperaba. A raíz de la apatía por la innovación en programación abierta surgieron

⁴⁵ Captain Strobe Experience. Artículo disponible en la dirección de Internet: <http://captainstrobe-experience.blogspot.mx/2010/11/nula-calidad-en-el-contenido-televisivo.html>
Fecha de Consulta: Mayo de 2016.

canales independientes que transmitían documentales o películas extranjeras, aunque su rating era muy bajo se decidió mantener al aire a esos canales.

Por consecuencia Televisa decide impulsar la industria de la música creando el programa “Siempre en Domingo” en donde diversos músicos e intérpretes se daban a conocer y sobretodo se convertía en el primer programa de variedades en la televisión.

Durante las décadas de los ochenta y noventa se vivió un estatismo en la televisión, pero sobretodo en el control de la información por parte del gobierno; y se mantenían al aire las mismas ideas solo que cambian la escenografía, los conductores o actores y el horario; es por eso que el público dejó de ser crítico debido a que la formula, por muy monótona o simple que se oiga, funcionaba a la perfección y hoy en día claramente nos podemos dar cuenta de que esto sigue sucediendo. En 1993 TV Azteca por medio del Grupo Salinas adquiere los canales siete y trece con una propuesta fresca pero sin abandonar el esquema implantado por su competencia anteriormente; por lo pronto el monopolio de la televisión mexicana se convertía en un dúo polio. Una de las razones por las cuales la televisión nacional dejó de imponer creatividad fue la globalización de los medios, los sistemas de cable y el internet, el público ya tenía otras opciones; así que la influencia de otros países fue muy importante; comprando series de cadenas como NBC o FOX para transmitir las dobladas o intercambiando ideas para adaptarlas como ocurrió con “Big Brother” o “La Academia”.

Con toda esta difusión de culturas en los medios, se perdía la esencia pero nunca los altos índices de audiencia; a principios de los noventa el arraigo que sufrían los medios de información, particularmente en el gobierno de Salinas de Gortari, llevó a la censura y la llamada disfunción narcotizante aquel efecto de lo medios provocado por datos o hechos supuestos en conjunto con el morbo y la exageración, para lograr distraer al público y evitar manifestaciones o reclamos.

En el entretenimiento no se tocaban temas profundos o de interés social, cada día el humor se convertía en vulgar o tosco, los noticieros solo acaparaban la nota roja, las mujeres usaban menos ropa; la situación caótica en los medios era el reflejo de lo que ocurría en el país.

Sin embargo las nuevas propuestas no dejaron de surgir, el deporte también se convirtió en una de las más importantes fuentes de ingresos para las televisoras, ya sean los partidos de futbol, el boxeo o las olimpiadas y el mundial de futbol que dejan millones de dólares para las televisoras. Pero entonces, ¿Cuándo surge la televisión basura? Las opiniones son encontradas, se dice que todo inicia a raíz de la escasez de valores en la sociedad, las influencias extranjeras que pervierten a México, es culpa del gobierno que no aplica el código de ética en las comunicaciones, y no podemos dejar de mencionar a los que opinan que la culpa es de los “jóvenes de ahora” con sus ideas rebeldes.

...

Por supuesto es una exageración querer culpar a la televisión por lo que ocurre actualmente con el dialecto, actitudes, formas de vestir e ideologías, aunque esta no deja de tener una gran influencia sobre los tele-espectadores.

El problema que acecha es que la calidad, el compromiso con la sociedad y la creatividad han sido desvirtuados y estigmatizados con la idea de que “el que no enseña no vende” la mercadotecnia se ha convertido en el exhibicionismo y la morbosidad no solo con el cuerpo humano, también con la política, las adicciones, la homosexualidad y la muerte; temas que se manejan con irresponsabilidad y falta de información.

Aunque también existe la contraparte que defiende la nueva era de la televisión, sobretodo por que no puede existir un estancamiento en el entretenimiento día tras día se encuentran en desarrollo nuevas propuestas dando a conocer las contraculturas de México y el mundo,

pero quizá lo más importante es que poco a poco se va rompiendo esa censura de sexenios pasados. Lo que hemos olvidado es que nosotros cancelamos o mantenemos esos programas al aire, la rentabilidad se refleja en nosotros; la misma sociedad se identifica con lo que prefiere ver en pantalla.

La televisión basura siempre ha existido solo que dependiendo la época los límites estaban escritos como hasta ahora, es decir en los años ochenta las escenas de sexo en las telenovelas tenían una duración menor al minuto y sin embargo los reclamos por algunos grupos moralistas estaban latentes; hoy las escenas de sexo duran alrededor de tres a cinco minutos.

Conforme los tabús y las concepciones religiosas van perdiendo fuerza en cuanto a su credibilidad, el público va adoptando nuevas formas de aceptación dentro de su comunidad y esto es gracias a la televisión basura, que aunque sucia, amoral o incluso monótona da pie a nuevas ideas, al atrevimiento de hacer cosas creativas incorporándolas a los problemas sociales que día a día enfrentamos.

La televisión basura es parte de la idiosincrasia actual, sin querer la mayoría sabe de la existencia de aquel programa sabatino donde Maribel Guardia y Latin Lover parecen dueños de un cabaret, pero que aquel concepto es nuevo dentro de la televisión mexicana, la libertad de expresión como estandarte aunque sea un contenido banal, pero ¿cuando fue la última vez que existió un programa en México de calidad?

Que los medios de comunicación, en este caso la Televisión, son un arma de manipulación masiva no es secreto alguno, aunque el gran pueblo ignorante no quiera admitirlo y siga manteniendo fe ciega en que su televisión, cadena radiofónica, periódico, revista o sitio Web favorito es independiente e imparcial y que siempre dice la verdad. Demostrar que todos dicen siempre una pequeña parte de verdad y sobre ella construyen una gran mentira sólo requiere de:

1. Prestar atención a cada uno de ellos y no sólo a aquel que nos dice lo que queremos oír.
2. Tener claro que no hay medio de comunicación independiente y que tras éstos hay empresas con intereses económicos y partidos políticos con intereses también económicos.
3. Hay que saber que empresas y grupos empresariales por una parte, y partidos políticos por otra, hay detrás de cada medio de comunicación.
4. Dudar de todos los datos que nos hacen llegar y construir nosotros la información a partir de un análisis de los mismos.
5. Cada medio de comunicación nos cuenta los “trapos sucios” de su competidor, y es ahí donde más hay que prestar atención.

Ahora bien, todo lo anterior carecería de importancia si no fuese porque quién al final sufre esa manipulación es la ciudadanía. Lo más grave es cuando se intenta manipular al poder judicial y cuando grandes (o pequeñas) desgracias quedan sin responsables ni soluciones: Cuando un juez realiza una sentencia acorde a la opinión de un medio de comunicación y del partido político vinculado a éste, ambos declaran que ese juez acierta en su decisión. En caso contrario, declaran que el juez se ha equivocado, es decir, ellos siempre aciertan y, además, difunden la desconfianza en el poder judicial y falta de confianza en el mismo. Cuando en una ciudad sucede una gran desgracia, el partido que se encuentra en la oposición culpabiliza al gobierno e insiste en que se investigue hasta saber que provocó esa desgracia. El gobierno, por su parte, siempre afirma que se debió a un accidente del cual no son responsables e intenta evitar que se investigue ese suceso. Los medios de comunicación partidarios de la oposición comienzan a intentar convencer al pueblo de que el gobierno no quiere investigar y los medios partidarios a éste último intentan convencer de que fue un accidente.

Es curioso que cuando se cambian los papeles, tanto los políticos como los periodistas actúan de la misma manera.

"Tener fe en unos o en otros es algo absurdo y estúpido. Nadie debería pensar por ti; diferente es que no seas capaz de pensar, no quieras pensar o ambas cosas."

En conclusión la denominada Tele-basura solo es una designación dada por los sociólogos. Realmente nadie puede decir que algo/alguien es "basura". Eso depende del criterio, los valores y el nivel de cultura que cada persona posee. La televisión es entretenimiento, información, incluso aprendizaje; pero todo eso también puede hallarse en un libro. Nadie está obligado a ver la televisión, si un programa os parece desagradable es porque tal vez las personas que así lo perciben no son de la clase de público a quien va dirigido. Es la eterna e inútil discusión. Simplemente apaga la tv o cambia de canal, esa es la mejor solución".

"Sólo 6% de contenidos de televisión abierta son aptos para niños: AFM"⁴⁶

En un reporte preliminar sobre la programación infantil disponible en la televisión mexicana, la organización A Favor de lo Mejor (AFM) dio a conocer que los niños pasan 4.34 horas frente a la "pantalla chica" y lo que más ven son telenovelas y películas para adultos que caricaturas.

En el marco de la presentación de su Consejo de Audiencias, AFM destacó además que mientras esos niños ven la televisión, 81% lo hace sin la supervisión de un adulto.

Precisó que sólo 6% de la programación que se transmite en horario infantil en la televisión pública es considerada "apropiada" para los niños, y de los 10 canales de televisión abierta disponibles, agregó, sólo tres ofrecen programación infantil.

La organización destacó que a raíz de la aprobación de la reforma en Telecomunicaciones, su Consejo de Audiencias vigilará el cumplimiento de los derechos de las audiencias, principalmente para las programaciones infantil y juvenil.

De igual manera, apuntó, elaborará un reporte cuatrimestral sobre los avances en su cumplimiento, por ejemplo, que los concesionarios den a conocer sus códigos de ética, que se diseñen y transmitan contenidos específicos para el público infantil, y la posibilidad de que los contenidos que se transmiten por la televisión abierta estén clasificados de acuerdo con la edad del público al que van dirigidos.

En febrero pasado el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) informó que los niños mexicanos pasan en promedio cuatro horas con 34 minutos diarios frente al televisor, cifra que, sostuvo, representa un ligero descenso frente a la tendencia de siete años atrás.

En aquella ocasión el regulador admitió que la mayoría de los programas de televisión que ven los niños mexicanos de entre cuatro y 12 años de edad no están diseñados para ellos. De la oferta para público infantil, precisó, 74% son caricaturas, género que ocupa el séptimo lugar en cuanto a los transmitidos, detrás de programas de revista, noticiarios, películas, mercadeo, culturales y deportivos, según los "Estudios Sobre Oferta y Consumo de Programación para Público Infantil en Radio, Televisión Radiodifundida y Restringida".

Otro de los datos que arrojó ese estudio es que la presencia de contenidos para niños y niñas de todos los niveles socioeconómicos se ha incrementado en la televisión restringida en los últimos años.

"Actualmente se ofrecen hasta 10 canales con programación exclusiva para ellos", señaló. El IFT determinó necesario prever mecanismos que incentiven a las televisoras a incluir barras de programación dirigidas al público infantil en las que se destaquen la cultura, el deporte, la

⁴⁶ Artículo de la Revista Proceso. Disponible en la dirección de Internet: <http://www.proceso.com.mx/402494/solo-6-de-contenidos-de-television-abierta-son-aptos-para-ninos-afm>
Fecha de Consulta: Junio del 2016.

conservación del medio ambiente, el respeto a los derechos humanos, el interés superior de la niñez, la igualdad de género y la no discriminación”.

“Necesario generar contenidos televisivos para los niños: Ellen Kleila⁴⁷”

Es necesario que México y América Latina generen contenidos televisivos de calidad y con valores, dirigidos a niños, que permitan inculcar una cultura de paz y evitar estructuras violentas en la sociedad, afirmó la directora alemana de documentales infantiles, juveniles y especiales, Ellen Kleila.

Explicó que al generar proyectos con valores, las actuales y futuras generaciones no aceptarán tan fácilmente la violencia que se genera en su entorno, y además, se formará a niños pensantes, críticos y participativos, respetuosos de los derechos de los demás, pero también conscientes de las obligaciones que tienen.

Indicó que la televisión la hace el televidente y para realizar programas para menores, hay que pensar como ellos, para entender sus necesidades y problemas, tomando en cuenta su contexto social, lo que generará atracción e interés del sector y por tanto, mayor penetración del mensaje que se quiera transmitir.

La especialista en contenidos infantiles de cadenas televisivas europeas como Zweites Deutsches Fernsehen (ZDF), 3sar y Arte, planteó la necesidad de generar programas que tengan lógica en su contenido, ya que de lo contrario, se quedarán con muchas preguntas en su mente, que al paso del tiempo le generará conflictos al interactuar con el resto de la sociedad.

Por último, hizo un llamado tanto a sociedad como a los gobiernos, para trabajar más en el fomento de la cultura de derechos humanos, para inculcar a la niñez la necesidad de exigir sus derechos y también de cumplir sus deberes como parte de una sociedad incluyente”.

“La Influencia de la Televisión en los Niños⁴⁸”

La televisión disminuye la sensibilidad y hace que los niños sean más indiferentes hacia la violencia. Con frecuencia, cuando los padres no están disponibles para los hijos, el niño busca, en el mundo mágico que le ofrece la televisión, llenar el vacío afectivo y la soledad que siente en su propio entorno.

La televisión se transforma en una especie de madre o amiga que suple el cariño y la comunicación que le falta; esto genera que la mayoría de los niños pasen muchas veces un gran número de horas sentados frente al televisor cuando no puedan dedicar a sus hijos la atención que requieren.

El niño, dado que tiene una mente plástica y muy receptora con todo lo que acontece a su alrededor, trata de asumir e interiorizar inconscientemente todos los valores, roles, normas, actitudes y deseos que el mensaje televisivo le ofrece continuamente.

⁴⁷ Kleila. Ellen. Quadratin CDMX. Artículo disponible en la dirección de Internet: <https://mexico.quadratin.com.mx/Necesario-generar-contenidos-televisivos-para-los-ninos-Ellen-Kleila/>
Fecha de Consulta: Mayo de 2016.

⁴⁸ Perlado Ekman. Laura. Sevillano García. María Luisa. La Influencia de la Televisión en los Niños. Documento disponible en la dirección de Internet: http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/bibliuned:20332/influencia_television.pdf
Fecha de Consulta: Mayo de 2016.

La mayoría de los alumnos tienen muy asumidas las actitudes negativas de los personajes televisivos que, cuando se sitúan delante de la pantalla del televisor, ven la violencia, peleas, agresividad, malas contestaciones, etc., como normales.

La imagen que transmiten los programas de televisión sobre personajes famosos, simpáticos, se transforma en deseable, admirable, imitable. Los niños los transforman en sus favoritos, no distinguiendo la realidad de los mismos de la ficción, tampoco aprecian la bondad de sus conductas y comportamientos, sino que en función de la apreciación global del personaje favorito, sus acciones les sugieren imitación y grandeza o rechazo.

La publicidad sobre juguetes ejerce tal fuerza en el niño que analizada la relación existente entre los anunciados en programas vistos por ellos y los existentes en sus casas se establece una relación muy alta de coincidencia. La imagen que de los mismos tienen, propiciada por el anuncio correspondiente, y expresada en forma de dibujo es muy superior a la percibida en la realidad una vez que disponen del juguete deseado. No se corresponden los atributos de tamaño, belleza, utilidades.”

“Análisis de contenido de programas infantiles transmitidos en la televisión abierta mexicana: ¿Violencia, valores o variables de calidad?”⁴⁹

El tiempo que le dedican los niños a ver televisión varía de acuerdo a la edad, sexo, clase social y está relacionada con el tiempo dedicado por los padres. Pero haciendo un promedio se tiene que los niños ven televisión de 22 a 25 horas semanales. Sin embargo, para los niños en edad preescolar las horas que pasan frente a la televisión se incrementa y en promedio llega a ser hasta de **54 horas semanales.**

Al mismo tiempo, se observa que en México existen más de treinta millones de niños que si multiplicamos dicha cantidad por el número de horas semanales 25 que pasan frente al televisor son 750'000.000, la cantidad es impresionante.

Por lo anterior se puede deducir que la situación que se presenta en la exposición de los niños frente a los contenidos de los programas infantiles es preocupante. Por un lado, se transmiten con contenido de violencia en sus manifestaciones de: violencia sexual, lenguaje, física y adicción a vicios. Por otro, son pocos los programas infantiles que cumplen con su objetivo educar de manera íntegra al infante.

¿Por qué los niños ven televisión? Los niños recurren a la televisión porque es el medio que más tienen a su alcance; porque buscan satisfacer sus necesidades de entretenimiento; porque los programas son “aspiracionales” y las niñas anhelan a ser princesas y los niños superhéroes; porque la televisión es impuesta por el medio. En definitiva, porque la televisión es un tema recurrente con sus amigos; en muchos de los casos es la niñera electrónica.

Pero ver televisión no es, algo indeseable. Se debe recurrir a mecanismos que ayuden a la selección de la programación infantil como es el caso del Observatorio de Medios que se mencionó en este estudio. Por otro lado, nosotros como padres de familia tenemos la obligación de saber qué es lo que ven los menores en la televisión; cuál es el contenido de la programación infantil que les ayuda a crecer íntegramente; qué es lo que ayuda a su

⁴⁹ Gómez Morales, Delia Guadalupe. Análisis de contenido de programas infantiles transmitidos en la televisión abierta mexicana: ¿Violencia, valores o variables de calidad? Universidad Anáhuac, México Norte Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada Facultad de Comunicación. Artículo disponible en la dirección de Internet: www.unav.edu/matrimonioyfamilia/.../uploads/33201_Gomez_CH2011_Analisis.pdf
Fecha de Consulta: Mayo de 2016.

formación como personas. Somos nosotros los que podemos ser guías para la selección de programas y, sobre todo, para su formación.

También está el caso de los productores, directores, guionistas de programas infantiles, quienes deben tomar conciencia que los contenidos televisivos infantiles deben entretener, pero también educar; deben divertir, pero también formar; deben de desarrollar la creatividad en el niño, pero de manera sana y no violenta; deben de cultivar en los niños la capacidad de sorprenderse y que es parte de su formación integral.

Los niños pueden aprender conductas agresivas; pueden llegar a desensibilizarlos; pueden llegar a causar temor o miedo a la realidad en que se vive a través de programas televisivos; pero también en nosotros como educadores, guías y padres de familia recae esa enorme responsabilidad”.

10. GLOSARIO

A continuación, se muestra un glosario de términos básicos, relacionados con el tema relativo “contenidos televisivos”, a fin de brindar un mejor entendimiento de los términos correspondientes, cabe señalar que esta sección se retomó de los Glosarios de la “Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión”⁵⁰, del “Estudios sobre oferta y consumo de programación para público infantil en radio, televisión radiodifundida y restringida”⁵¹, así como de la obra “Del ágora al rating: la investigación y medición de audiencias”⁵².

Audiencia. La palabra suele utilizarse indistintamente en singular o en plural, ligada a diferentes medios de comunicación (radio, internet, televisión, impresos, etcétera) y con un significado común referido al conjunto de personas que ven, escuchan o leen un contenido o un medio.

Canal de programación. Organización secuencial en el tiempo de contenidos audiovisuales, puesta a disposición de la audiencia, bajo la responsabilidad de una misma persona y dotada de identidad e imagen propias y que es susceptible de distribuirse a través de un canal de radiodifusión.

Caricaturas. Son todos los programas que están hechos con alguna de las siguientes técnicas; dibujos animados, plastilina, arcilla (stop motion), animación vectorial y de tercera dimensión. No deben considerarse dentro de este género los cortometrajes animados.

Cómico. Programa cuyo contenido está enfocado al esparcimiento de la audiencia, maneja cuadros cómicos, chistes, cuentos y cualquier otro elemento que intente provocar la risa”

Concurso. Formato de programa en el cual los participantes realizan una serie de actividades en busca de superar a sus competidores. Un concurso puede hacer competir tanto a individuos, como a grupos y/o instituciones privadas o públicas. En estos pueden o no obtenerse premios.

Cultural. Programación que presenta las formas y expresiones de una sociedad. Su contenido es referente a los siguientes temas: artísticos, arquitectura, danza, escultura, literatura, ópera, pintura, teatro, museos, exposiciones; sociales: académicos, científicos, históricos, gastronómicos, etnográficos, ciencias naturales, simbólicos: biografías, entrevista de semblanza a personajes involucrados en la cultura, happenings.

Dramatizado unitario. Programas de ficción en los que cada capítulo constituye una unidad narrativa independiente; en su contenido se manifiestan situaciones conflictivas y/o trágicas. Cada episodio tiene inicio, desarrollo y final. En muy pocas ocasiones puede extenderse a más de una emisión.

⁵⁰ Localizada en la dirección de Internet: http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFTR_181215.pdf
Fecha de Consulta: Abril de 2016.

⁵¹ Instituto Federal de Telecomunicaciones. Estudios sobre oferta y consumo de programación para público infantil en radio, televisión radiodifundida y restringida.
Localizado en la dirección de Internet:
<http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/industria/estudiosninosfinalacc.pdf>
Fecha de Consulta: Abril de 2016.

⁵² Navarro Rodríguez, Fidela. Del ágora al rating: la investigación y medición de audiencias. México: Cámara de Diputados, LXI Legislatura: M.A. Porrúa, 2010.

Debate. Espacio argumentativo en el cual se emiten ideas antagónicas sobre un tema o temas específicos. Contempla un panel de especialistas y un moderador quienes aportan puntos de vista desde su campo de conocimiento.

Deportivos. Son aquellos cuyo elemento central y definitorio lo constituye el deporte, en cualquiera de sus manifestaciones, sean competitivas o no. Comprende los siguientes subgéneros: acontecimientos deportivos, magazines deportivos, revistas y noticias deportivas y otros”.

Educativos. Son los programas que se ajustan a planes oficiales de enseñanza y se hacen, generalmente, en colaboración con el Ministerio de Educación u otros organismos estatales. Incluye los siguientes subgéneros: escolares y preescolares, universitario, post-universitarios, educación adultos, institucionales y otros.

Ficción y largometrajes. Son reconstrucciones o representaciones dialogadas o dramáticas, interpretadas por actores, que recrean o reconstruyen unos hechos históricos o producto de la imaginación del autor. Según el matiz de su tratamiento (entre el humor y la tragedia), su estructura narrativa o bien, el formato de producción, se diferencian diversos subgéneros o formatos: ficción seria o dramática (teleteatro, telenovela o culebrón, series filmadas), ficción cómica o ligera (telecomedias y comedias de situación), telefilmes o especiales TV (programas piloto), largometrajes cinematográficos, cortometrajes y otros programas de ficción.

Género o contenido temático. Al objeto de disponer de unas categorías normalizadas conceptualmente en cuanto a su contenido principal o dominante, que faciliten la organización y distribución de los diferentes proyectos entre las diversas unidades especializadas de producción (programadores o productores ejecutivos), así como su planificación en la emisión. Se conviene una clasificación genérica basándose en su contenido temático (o al público que están dirigidos) que responde a los siguientes marbetes: ficción y largometrajes, variedades, musicales, deportivos, informativos, divulgativos y documentales, educativos, religiosos, otros programas, presentaciones, promociones y publicidad.

Gobierno. La Ley Federal de Radio y Televisión ordena a los medios electrónicos de comunicación la transmisión gratuita diaria con duración de hasta 30 minutos continuos o discontinuos de programas dedicados a difundir temas educativos, culturales y de orientación social. Todas las estaciones de radio y televisión en el país estarán obligadas a encadenarse cuando se trate de transmitir informaciones de trascendencia para la Nación a juicio de la Secretaría de Gobernación.

Infantil. Son programas enfocados directamente a los niños, aunque no excluyen a un auditorio adulto. Estas producciones no incluyen generalmente caricaturas, ya que su tendencia es didáctica y se estructuran a partir del uso de lenguaje sencillo en función de la edad del auditorio objetivo. En ocasiones, la conducción recae en niños para lograr una mayor identificación.

Informativos. Comprende todas aquellas producciones que tienen por objeto dar cuenta de los hechos de actualidad y de interés general, ya sea desde la formula periodística de la noticia o desde cualquiera de sus géneros. Abarca los siguientes subgéneros o formatos de programa: telediaros, avances informativos, revista semanal, reportaje, coloquio, debate o entrevista, información política, transmisiones parlamentarias, comunicados de partidos políticos, magazines de actualidad, información meteorológica y otros.

Internet. Conjunto descentralizado de redes de telecomunicaciones en todo el mundo, interconectadas entre sí, que proporciona diversos servicios de comunicación y que utiliza protocolos y direccionamiento coordinados internacionalmente para el enrutamiento y procesamiento de los paquetes de datos de cada uno de los servicios. Estos protocolos y direccionamiento garantizan que las redes físicas que en conjunto componen Internet funcionen como una red lógica única.

Mercadeo. Programa que promueve la venta de productos vía telefónica; generalmente en este tipo de programas se realizan demostraciones o explicación del funcionamiento del o de los artículos ofrecidos. También se encuentran dentro de esta categoría los programas pagados por instituciones, asociaciones civiles o religiosas en los cuales el tiempo aire es utilizado para la difusión de un mensaje.

Magazine. Programas cuya producción contiene diferentes cuadros, tales como variedades, entrevistas, reportajes, investigaciones y comentarios. Dentro de este género también se contemplan aquellos programas cuyas características no sean clasificables dentro de algún otro género, tales como cobertura de eventos (exceptuando los religiosos, deportivos y culturales).

Multiprogramación. Distribución de más de un canal de programación en el mismo canal de transmisión.

Musicales. Programas de corte musical, tales como videos, conciertos, presentaciones de cantantes y grupos, pueden incluir o no semblanzas o entrevistas con los artistas presentados.

Partidos Políticos. Programa cuyo contenido es la presentación o difusión de los mensajes y/o actividades de los diferentes partidos políticos registrados. Las identificaciones de la producción pueden presentar a una o varias asociaciones políticas.

Películas. Producción genérica al nombre. Normalmente realizada para el cine o videohome y transmitida por televisión. En este caso se incluyen las producciones nacionales y extranjeras. No se incluirá dentro de este género el cine documental de carácter didáctico o que incluya entrevistas.

Películas cinematográficas. Creación audiovisual compuesta por imágenes en movimiento, con o sin sonorización incorporada, con una duración de sesenta minutos o superior. Son películas nacionales las realizadas por personas físicas o morales mexicanas o las realizadas en el marco de los acuerdos internacionales o los convenios de coproducción suscritos por el gobierno mexicano, con otros países u organismos internacionales.

Programación. Es la actividad profesional encaminada a la determinación de los programas, espacios de emisión, y su distribución en el tiempo en función del estilo de la emisora, las expectativas la audiencia y de la demanda de los publicitarios. Dicho de otro modo: es la previsión de los programas que se van a producir, contratar y emitir.

Programa televisivo. Son cada una de las unidades independientes (de contenido) que conforman la programación de una emisión. Desde un criterio corporativo, los programas son el producto de la actividad de los productores ejecutivos, y desde una perspectiva empresarial (comercial), los programas son el soporte de la publicidad.

Programación de oferta de productos. La que, en el servicio de radio y televisión tiene por objeto ofrecer o promover la venta de bienes o la prestación de servicios y cuya duración es superior a cinco minutos continuos.

Publicidad. Son los espacios constituidos por unidades de publicidad o *spts* cuya finalidad es la información comercial y persuasiva sobre productos. Conforman el género: publicidad ordinaria, pases profesionales. Publi-reportajes, publicidad institucional y propaganda política.

Rating. Es la audiencia expresada en un porcentaje, es decir, el porcentaje de hogares o personas que se encuentran viendo un canal de televisión en un momento determinado.

Reality Show. También conocidos como Televisión Real, es un género televisivo en donde un grupo de personas –comunes o famosas- permite que sus vidas sean grabadas durante un

periodo determinado. Generalmente se encuentran en un sitio común, sin importar su locación, y pueden o no estar compitiendo por un premio.

Religiosos. Están basados en las diferentes formas de culto o de inspiración similar con objeto de informar al público. Comprende los siguientes formatos: servicios religiosos, religiosos católicos, religiosos no católicos y otros.

Receptor. En un acto de comunicación, persona que recibe el mensaje.

Series. Formato presentado en emisiones sucesivas, cada una de ellas mantiene una unidad argumental en sí misma y con continuidad, al menos temática, entre los diferentes episodios que la integran. Incluye diferentes subgéneros como la ficción, acción, suspenso, comedia, etcétera. Bajo este género se pueden encontrar tanto producciones nacionales como extranjeras. Las miniseries también se agrupan en este formato.

Talk show. Programa de televisión en el que varios invitados hablan sobre un tema de actualidad o brindan testimonios personales (los invitados no son especialistas en el tema).

Televisión. Es, usualmente, una fuente primordial de la experiencia común de las gentes y, en caso todos los países del mundo, la forma principal de entretenimiento e información. El medio televisivo es parte consustancial de las dinámicas sociales, del imaginario colectivo y de los sistemas de representación imperantes en las sociedades contemporáneas. Desde otras perspectivas, la televisión ocupa en la actualidad un lugar privilegiado en las discusiones sobre los medios de comunicación, y ello hasta el punto que los debates sobre su definición pública provocan muchos esfuerzos investigadores a las comunidades universitarias y forman parte, en un sentido más amplio, de la práctica diaria de los profesionales.

Telenovelas. Historias o novelas producidas para la televisión, transmitidas en episodios diarios y consecutivos; narran una historia ficticia (aunque puede estar basada en hechos reales) de contenido melodramático (no se excluyen otros géneros); cada capítulo cuenta con los elementos inicio, desarrollo, clímax y, al término, una situación de suspenso que puede ser coincidente con el clímax.

Variedades. El concepto de variedades ha desplazado al de entretenimiento que durante décadas designó a este grupo de producciones, en parte porque la idea de entretenimiento (en su acepción de espectáculo) ha terminado por impregnar la globalidad de las producciones televisivas; así pues quedan adscritos a este grupo todos aquellos programas en los que domina el estilo y espíritu del género teatral de las variedades: espectáculo ligero en que se alternan números de diverso carácter: musicales, circenses, coreográficos, etc. El género incluye los programas específicos de juegos, concursos, espectáculos y variedades con actuaciones artísticas, charla, música y humor. Comprende los siguientes formatos: juegos, concursos, talk-shows (tertulias), entrevistas, espectáculos, variedades, programas satíricos, dibujos animados y otros.

CONSIDERACIONES FINALES

La infancia es una de las etapas de la vida que son clave respecto a la construcción de los hábitos que tienen como referencia el hogar. De acuerdo al rol que actualmente desempeñan tanto el padre como la madre, al tener que ser los dos proveedores en el hogar, la televisión se ha convertido y trascendido en su papel educativo en los niños, ya que a través de sus contenidos, se convierte en protagonista, entre otros factores, de algunas de las transformaciones sociales que afectan directamente a la organización de la vida familiar y social.

La televisión en particular, destaca por su estrecha relación con lo cotidiano, ya que es uno de los medios para la reproducción de la realidad social, de las personas y sus situaciones, y por mucho tiempo hasta la aparición del Internet y sus distintas herramientas, ha sido la principal fuente de entretenimiento del grueso de la población, en especial de los niños, quienes al no poder salir a jugar por la inseguridad que impera en las calles a toda hora o por estar solos, es que pasan mucho más tiempo que el debido ante la televisión.

Las cifras que se manejan en cuanto a las horas que un niño está expuesto a los contenidos de la televisión, sin la supervisión de un adulto, resultan alarmantes, -de 22 a 25 horas semanales- ya que si bien cuenta en el mejor de los casos con una educación formal que lo guíe con los parámetros adecuados en su desarrollo integral, los contenidos televisivos contrarrestan esta situación con conductas nocivas, creado además estereotipos conductuales.

Si bien lo ideal, sería que estos consumidores, los niños, opten por otras opciones, las cuales deberían estar a la mano de ellos como el hacer un deporte, o simplemente jugar, sin embargo, mientras esto no sea posible, se considera que deben de exigirse mejores contenidos televisivos como lo marca la ley en la materia, ya que actualmente hay un relajamiento en cuanto al cumplimiento de la norma en este ámbito, el cual puede ser constatado con el simple hecho de prender la televisión comercial y observar el tipo de programas deberían de ser aptos para toda la familia por el horario en que éstos son transmitidos, y no es así.

El futuro inmediato de la recepción de los contenidos televisivos convierte a las nuevas generaciones en protagonistas de las nuevas modalidades de relación entre audiencia y televisión, si bien esta idea es innegable, deben de reforzarse los lineamientos y reglas para ello, en función de que el entrenamiento que tienen los niños diariamente sea lo más sano posible, tal como lo establece la regulación vigente, evitando con ello conductas posteriores encaminadas a una serie de acciones que van en contra del bien estar común, como lo son la discriminación de cualquier índole, el *bullying*, la carencia de valores, la violencia, entre otros muchos.

FUENTES DE INFORMACION

Bibliografía:

- Barroso García, Jaime. Realización de los Géneros Televisivos. Comunicación Audiovisual. Editorial Síntesis. Madrid. 2002.
- Jara Elías, Rubén. Garnica Andrade, Alejandro. Medición de audiencias de televisión en México. Grupo Editorial Patria. 2009.
- Navarro Rodríguez, Fidela. Del ágora al rating: la investigación y medición de audiencias. México: Cámara de Diputados, LXI Legislatura: M.A. Porrúa, 2010.
- Pérez Tornero. José Manuel. "El desafío educativo de la televisión. Para comprender y usar el medio". 1ª edición, 1994.
- Rebeil. María Antonieta. Gómez. Delia Guadalupe. Ética, Violencia y Televisión. Editorial Trillas. 2008.
- Diccionario El pequeño ESPASA. Banco BILBAO-VIZCAYA. Espasa- Calpe, S.A., Madrid, 1988.

Legislación Nacional

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos

http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/1_29ene16.pdf

Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión

http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFTR_181215.pdf

Ley Federal de Cinematografía

http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/103_171215.pdf

Ley General de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes

http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGDNNA_041214.pdf

Legislación Internacional

Argentina

Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (26522)

[http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/15000-](http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/15000-19999/17694/texact.htm)

[19999/17694/texact.htm](http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/15000-19999/17694/texact.htm)

Chile

Ley Crea Consejo Nacional de Televisión (18838)

[http://www.cntv.cl/cntv/site/artic/20110217/asocfile/20110217134337/ley18838.](http://www.cntv.cl/cntv/site/artic/20110217/asocfile/20110217134337/ley18838.pdf)

[pdf](http://www.cntv.cl/cntv/site/artic/20110217/asocfile/20110217134337/ley18838.pdf)

Costa Rica

Reglamento de Ley General de Telecomunicaciones

[http://www.palermo.edu/cele/pdf/Regulaciones/CostaRicaReglamentoLeyGener](http://www.palermo.edu/cele/pdf/Regulaciones/CostaRicaReglamentoLeyGeneraldeTelecomunicaciones(2008).pdf)
[aldeTelecomunicaciones\(2008\).pdf](http://www.palermo.edu/cele/pdf/Regulaciones/CostaRicaReglamentoLeyGeneraldeTelecomunicaciones(2008).pdf)

Ecuador

Ley Orgánica de Comunicación

[http://www.asambleanacional.gob.ec/es/system/files/ley_organica_comunicacio](http://www.asambleanacional.gob.ec/es/system/files/ley_organica_comunicacion.pdf)
[n.pdf](http://www.asambleanacional.gob.ec/es/system/files/ley_organica_comunicacion.pdf)

España

Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual

<http://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2010-5292>

Perú

Ley de Telecomunicaciones

http://transparencia.mtc.gob.pe/idm_docs/normas_legales/1_0_892.pdf

Uruguay

Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (Nº 19.307)

https://www.ursec.gub.uy/wps/wcm/connect/ursec/21bd135e-7854-4c6c-9524-72baba6a9893/Ley+No.+19.307.pdf?MOD=AJPERES&CONVERT_TO=url&CA CHEID=21bd135e-7854-4c6c-9524-72baba6a9893

Venezuela

Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos

<http://www.conatel.gob.ve/ley-de-responsabilidad-social-en-radio-television-y-medios-electronicos/>

Información diversa:

Declaración Universal de Derechos Humanos

<https://www.scjn.gob.mx/libro/InstrumentosDeclaracion/PAG0131.pdf>

Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos

<https://www.scjn.gob.mx/libro/InstrumentosPacto/PAG0141.pdf>

Convención Americana sobre Derechos Humanos

<https://www.scjn.gob.mx/libro/InstrumentosConvencion/PAG0259.pdf>

Declaración de los Derechos del Niño, 1959

<http://www.juridicas.unam.mx/publica/librev/rev/derhum/cont/4/pr/pr20.pdf>

Convención sobre los Derechos del Niño

<https://www.scjn.gob.mx/libro/InstrumentosConvencion/PAG0177.pdf>

Lineamientos de clasificación de contenidos audiovisuales de las transmisiones radiodifundidas y del servicio de televisión y audio restringidos”

http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5414284&fecha=04/11/2015

García Fernando David. Augusto González Cesar. Televisión, dinámicas y representaciones del mundo social.

<http://www.bdigital.unal.edu.co/16482/1/11372-27748-1-PB.pdf>

Estudios sobre oferta y consumo de programación para público infantil en radio, televisión radiodifundida y restringida

<http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/industria/estudiosninosf inalacc.pdf>

Primer Informe por los derechos de la audiencia infantil. Consejo de Audiencias. Una Iniciativa de: A favor de lo Mejor.

<http://www.afavordelomejor.org/assets/uploads/2015/11/Primer-Informe.->

Consejo-de-Audiencias-2015.pdf

Diccionario de la Real Academia Española

<http://dle.rae.es/>

Gaceta Parlamentaria

<http://gaceta.diputados.gob.mx/>

Nula calidad en el contenido televisivo en México.

<http://captainstrobe-experience.blogspot.mx/2010/11/nula-calidad-en-el-contenido-televisivo.html>

Sólo 6% de contenidos de televisión abierta son aptos para niños: AFM

<http://www.proceso.com.mx/402494/solo-6-de-contenidos-de-television-abierta-son-aptos-para-ninos-afm>

Necesario generar contenidos televisivos para los niños: Ellen Kleila

<https://mexico.quadratin.com.mx/Necesario-generar-contenidos-televisivos-para-los-ninos-Ellen-Kleila/>

La Influencia de la Televisión en los Niños

http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/bibliuned:20332/influencia_television.pdf

Análisis de contenido de programas infantiles transmitidos en la televisión abierta mexicana: ¿Violencia, valores o variables de calidad?

http://www.unav.edu/matrimonioyfamilia/.../uploads/33201_Gomez_CH2011_Analisis.pdf



CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA

**COMISIÓN BICAMARAL
DEL SISTEMA DE BIBLIOTECAS**

Sen. Oscar Román Rosas González
Presidente

Dip. María Esther Guadalupe Camargo Félix
Dip. Francisco Xavier Nava Palacios
Dip. Luz Argelia Paniagua Figueroa
Sen. Juan Carlos Romero Hicks
Sen. Adolfo Romero Lainas
Integrantes

SECRETARÍA GENERAL

Mtro. Mauricio Farah Gebara
Secretario General

SECRETARÍA DE SERVICIOS PARLAMENTARIOS

Lic. Juan Carlos Delgadillo Salas
Secretario



**DIRECCIÓN GENERAL DE
SERVICIOS DE DOCUMENTACIÓN, INFORMACIÓN Y ANÁLISIS**

Lic. José María Hernández Vallejo
Director

DIRECCIÓN DE SERVICIOS DE INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS

Mtra. Avelina Morales Robles
Directora

SUBDIRECCIÓN DE ANÁLISIS DE POLÍTICA INTERIOR

Mtra. Claudia Gamboa Montejano
Investigadora Parlamentaria
Subdirectora

Mtra. Sandra Valdés Robledo
Lic. Arturo Ayala Cordero
Asistentes de Investigación

Lic. Miriam Gutiérrez Sánchez
Auxiliar de Investigación