



# NIÑEZ Y ADOLESCENCIA: OFERTA AUDIOVISUAL Y PROTECCIÓN

INFORMES PRAI 2020-2022



Plataforma  
de Reguladores  
del Sector Audiovisual  
de Iberoamérica



## **PLATAFORMA DE REGULADORES AUDIOVISUALES DE IBEROAMÉRICA - PRAI**

### **Grupo de Trabajo Niñez y adolescencia: oferta audiovisual y protección**

<https://prai.tv/>

#### **Presidencia**

Comisión de Regulación de Comunicaciones – CRC (Colombia)

#### **Vicepresidencias**

Consejo Audiovisual de Cataluña – CAC (Cataluña)

Instituto Federal de Telecomunicaciones – IFT (México)

### **Grupo de Trabajo: Niñez y adolescencia: oferta audiovisual y protección**

#### **Líder**

Ente Nacional de Comunicaciones –ENACOM (Argentina)

#### **Integrantes:**

Ente Nacional de Comunicaciones –ENACOM (Argentina)

Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación – CCE (Ecuador)

Consejo Audiovisual de Cataluña – CAC (España)

Consejo Nacional de Televisión de Chile- CNTV (Chile)

Consejo Consultivo de Radio y Televisión – CONCORTV (Perú)

Instituto Federal de Telecomunicaciones – IFT (México)

Comisión de Regulación de Comunicaciones – CRC (Colombia)

## **PRESENTACIÓN DEL GRUPO DE TRABAJO**

El derecho a la libertad de expresión de niños, niñas y adolescentes y la importante función de los medios de comunicación social como fuente de información, reconocidos en la Convención sobre los Derechos del Niño de Naciones Unidas, requieren de acciones y compromisos de los Estados. En tal sentido, es fundamental reconocer a los niños, niñas y adolescentes como sujetos de derecho, promover la producción y difusión de materiales que sean de su interés social y cultural y protegerlos de información perjudicial para su bienestar.

Por lo tanto, los reguladores audiovisuales deben promover la participación activa de niñas, niños y adolescentes, tanto en términos de audiencia como de productores de discursos comunicacionales ligados a sus propios intereses y necesidades y el estímulo a la producción audiovisual destinada a las infancias o realizadas por ellas.

Las acciones preventivas tanto de formación como de promoción de buenas prácticas en el ámbito de las nuevas tecnologías también constituyen un campo de trabajo para este Grupo, con miras a considerar de una manera integral los derechos comunicacionales de las niñas, niños y adolescentes.

### **Objetivos**

- Fomentar la participación activa de niñas, niños y adolescentes (NNyA) en la comunicación audiovisual iberoamericana, tanto en su carácter de productores/as de sus propios discursos como en las representaciones que de ellos/as hacen los medios y las TICs.
- Promover buenas prácticas comunicacionales en la programación regional dirigida a NNyA como así también en aquella general que se emite en el horario ATP. Este objetivo implica priorizar la construcción de ciudadanía crítica con valores de derechos humanos y desalentar los discursos de odio y discriminación.
- Realizar diagnósticos o recomendaciones que permitan fortalecer el marco regulatorio de protección y promoción de derechos de niños, niñas y adolescentes frente a su alta exposición a los medios y las TICs en múltiples soportes y pantallas.
- Elaborar instrumentos diagnósticos que den cuenta de distintos factores ligados a los derechos comunicacionales de NNyA, a los consumos y a los contenidos dedicados en Iberoamérica en tal materia.
- Generar espacios de intercambio de experiencias y propuestas tendientes a incentivarla producción audiovisual para las audiencias infantiles en la región, promoviendo su participación activa en la realización y en las representaciones que sobre ellas se desarrollen.

## INFORME REGIONAL

### MARCO NORMATIVO Y POLÍTICAS AUDIOVISUALES SOBRE INFANCIAS

#### ACRÓNIMOS

**ANR:** Autoridad Nacional de Reglamentación  
**CAA:** Consejo Audiovisual de Andalucía (Andalucía)  
**CAC:** Consell de l'Audiovisual de Catalunya (Cataluña)  
**CCAA:** Comunidades Autónomas  
**CCE:** Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación (Ecuador)  
**CNMC:** Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (España)  
**CNTV:** Consejo Nacional de Televisión de Chile (Chile)  
**CRC:** Comisión de Regulación de Comunicaciones de Colombia (Colombia)  
**CONACAI:** Consejo Asesor de la Comunicación Audiovisual y la Infancia (Argentina)  
**CONCORTV:** Consejo Consultivo de Radio y Televisión (Perú)  
**ENCCA:** Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales (México)  
**ENACOM:** Ente Nacional de Comunicaciones (Argentina)  
**EE. UU.:** Estados Unidos  
**ERC:** Entidade Reguladora para a Comunicação Social (Portugal)  
**FOMECA:** Fondo de Fomento a Medios Comunitarios y de Pueblos Originarios (Argentina)  
**FILM:** Foro Informal sobre Alfabetización Mediática (Portugal)  
**IFT:** Instituto Federal de Telecomunicaciones (México)  
**LGCA:** Ley General de Comunicación Audiovisual (España)  
**LFTR:** Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (México)  
**LOC:** Ley Orgánica de Comunicación (Ecuador)  
**LTSAP:** Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido (Portugal)  
**NNA:** Niños, niñas y adolescentes  
**PRAI:** Plataforma de Reguladores del Sector Audiovisual de Iberoamérica  
**SENAF:** Secretaría de Niñez, Adolescencia y Familia (Argentina)  
**STEM:** (por sus siglas en inglés) es el acrónimo de los términos en inglés Science, Technology, Engineering and Mathematics  
**TDT:** Televisión Digital Terrestre  
**TIC:** Tecnologías de la Información y las Comunicaciones

## INFORME REGIONAL: MARCO NORMATIVO Y POLÍTICAS AUDIOVISUALES SOBRE INFANCIAS

La Plataforma de Reguladores del Sector Audiovisual de Iberoamérica (PRAI) tiene por objetivo principal el de generar un piso académico e investigativo donde basar la toma de decisiones regulatorias. Para cumplir con los lineamientos de este objetivo, dentro de sus funciones se encuentra el constituirse en una plataforma de intercambio de información sobre aspectos legales y normativos de interés común a todos los reguladores, y configurarse como un espacio para la discusión y solución dialogada de problemas y disensiones entre las entidades reguladoras.

Los Estados tienen como labor garantizar los derechos humanos, la diversidad cultural y la representatividad en los contenidos audiovisuales emitidos y distribuidos a las diversas audiencias. En este sentido, los reguladores audiovisuales acuerdan promover la participación activa de niñas, niños y adolescentes, tanto en términos de audiencia como de productores de discursos comunicacionales ligados a sus propios intereses y necesidades y el estímulo a la producción audiovisual destinada a las infancias o realizadas por ellas.

En este orden de cosas, la Comisión de Regulación de Comunicaciones de Colombia (CRC) quien asumió la presidencia de la PRAI para el periodo 2020-2022, propuso “planear y diseñar estudios e investigaciones a nivel Iberoamericano, que permitan generar mediciones estandarizadas para conocer las similitudes y diferencias en materia de oferta y consumo de contenidos audiovisuales entre los organismos miembros”, por lo tanto, se elabora el presente informe considerando la legislación existente en materia de derechos comunicacionales de las infancias y adolescencias, y su alcance jurisdiccional. A su vez, se coloca una mirada sobre la cantidad de canales y señales tanto en espacios públicos como privados, así como la oferta y evolución de contenidos dedicados, las producciones nacionales y extranjeras, regionales o provinciales. Incluso la situación de niños, niñas y adolescentes frente a las pantallas en épocas de pandemia con el confinamiento domiciliario.

En este marco, el Grupo de Trabajo “Niñez y adolescencia: oferta audiovisual y protección”<sup>1</sup> de la PRAI coordinó la realización de un informe destinado a obtener información para realizar un diagnóstico de la situación regional en materia de promoción y protección de las infancias y adolescencias en los medios de comunicación audiovisual y los contenidos digitales. El insumo sustancial para este informe consistió en información de primera fuente proporcionada por los miembros de la PRAI que se detallan a continuación, a través del diligenciamiento de un formulario común:

---

<sup>1</sup> El Grupo de Trabajo se creó para desarrollar sus actividades durante el bienio 2021-2022. Está coordinado por ENACOM y cuenta con la participación de los siguientes miembros de la PRAI: CNTV, CRC, CCE, CAC, IFT y CONCORTV. Sus integrantes decidieron realizar este informe para obtener un diagnóstico y compartir experiencias entre sus miembros, como punto de partida para construir conocimiento sobre esta línea de trabajo.

Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM) - Argentina

Consejo Nacional de Televisión de Chile (CNTV) - Chile

Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) - Colombia

Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación (CCE) - Ecuador

Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) - España

Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) - España

Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA) - España

Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) - México

Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCORTV) - Perú

Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC)- Portugal

Los puntos principales del relevamiento efectuado se exponen a continuación.

Por último, este documento cuenta con un Anexo en el cual se detallan los enlaces de acceso a los documentos específicos brindados por los distintos organismos y reguladores, ya que constituye un interesante insumo para profundizar en el conocimiento de cada uno de los temas tratados. Esos documentos formarán parte del repositorio que organiza el Grupo de Trabajo “Niñez y adolescencia: oferta audiovisual y protección”, que se pondrá a disposición en el sitio web de la PRAI.

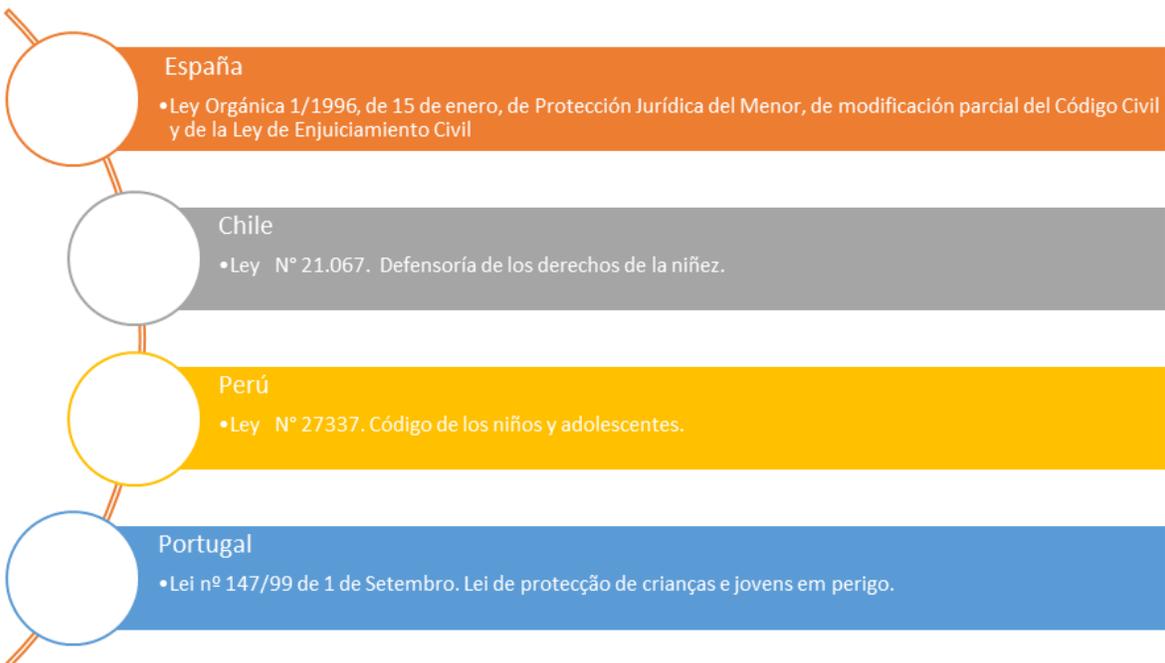
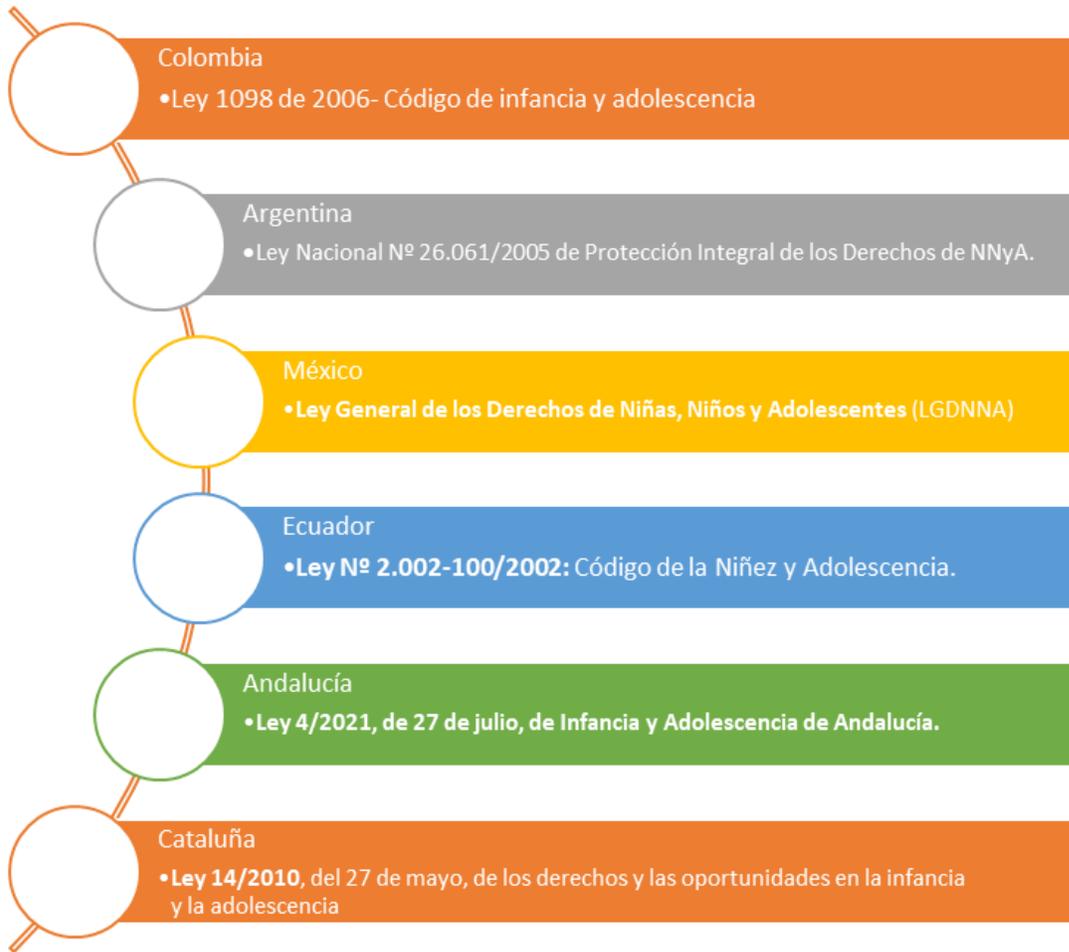
## MARCO NORMATIVO

---

Al analizar la legislación existente en materia de derechos comunicacionales de las infancias y adolescencias de los miembros de la PRAI que hacen parte de este ejercicio consultivo, un elemento común ha sido la referencia rectora de convenciones de tipo universal como la de Derechos Humanos y la de los Derechos del niño, exaltando particularmente vocaciones que se relacionan con la libertad de opinión y expresión, el desarrollo a la personalidad, y el derecho a la educación, la comunicación y la cultura, también se destaca la protección contra toda forma de discriminación, y la comprensión del niño y niña como interés superior.

Cabe señalar que dichas convenciones y tratados gozan de jerarquía constitucional en casi todos los países y, por lo tanto, tienen supremacía normativa respecto de las leyes y normativas locales.

Respecto de la legislación específica, resulta interesante la manera como algunos de estos reguladores reseñan normatividad dirigida específicamente a la protección de la infancia y adolescencia, veamos:



En este mismo sentido, a continuación, compartimos un relevamiento internacional a modo de inventario de la reglamentación dirigida a la prestación del servicio de televisión, resaltamos de manera especial los fines y principios, organismos y mecanismos ligados a los procesos de regulación del servicio en lo que compete a infancia y adolescencia.

- **Argentina** expone la **Ley Nacional de Servicios de Comunicación Audiovisual (Ley 26.522)**, donde además de establecer pautas y criterios de protección de la niñez tanto en los contenidos como en la publicidad informa la creación del **CONACAI** que es el **Consejo Asesor de la Comunicación Audiovisual y la Infancia**, cuya coordinación funciona en la órbita de la **Dirección Nacional de Servicios Audiovisuales de ENACOM** y propone orientaciones a la autoridad de aplicación de la **Ley 26.522** sobre políticas de comunicación destinadas a la promoción y protección de los derechos de las infancias y adolescencias.

Es multidisciplinario, plural, federal y está integrado por otros organismos nacionales, representaciones de gobiernos provinciales, sectores de la producción, gremios docentes, universidades y organizaciones de la sociedad civil nacionales e internacionales. También expone normatividad referida al campo digital.

- **Colombia**, a través de la **Ley 182 de 1995** reglamentó y formuló las políticas para la democratización y el acceso al servicio público de televisión, y fijó dentro de sus principios la protección de la juventud, la infancia y la familia, así como la responsabilidad social de los medios de comunicación. Dichos principios van de la mano con el artículo 47 de la **Ley 1098 de 2006** que contempla responsabilidades y deberes especiales en pro de los derechos de los niños, niñas y adolescentes. Por su parte, la **Ley 1341 de 2009** modificada por la **Ley 1978 de 2019** le atribuyó las competencias en materia de contenidos audiovisuales a la Comisión de Regulación de Comunicaciones.

Adicionalmente a las normas de orden legal, a partir de las funciones atribuidas por la **Ley 1978 de 2019**, la CRC procedió a compilar las normas de carácter regulatorio aplicables al servicio público de televisión, las cuales se encuentran contenidas actualmente en la **Resolución CRC 5050 de 2016**.

- **Chile** enuncia la **Ley de prensa** y exalta el articulado que protege la integridad de los niños y niñas en los medios. También hace referencia al **Consejo Nacional de Televisión** y reseña a los contenidos dedicados, horarios y franjas, expuestos en la **Ley 18,838**, artículos 1° y 12° y las Normas Generales sobre Contenidos de las Emisiones de Televisión dictadas por el **CNTV**, se resguarda a los niños, niñas y adolescentes de contenidos dañinos.
- **Perú** describe la **Ley de Radio y Televisión (Ley 28278)**, donde se define el Horario familiar, también comenta el articulado que protege a la niñez en el **CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR (Ley 29571)**.

- **México** hace referencia a la **Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (LFTR)** que reconoce que el derecho de información, de expresión y de recepción de contenidos a través del servicio público de radiodifusión y de televisión y audio restringidos. Al respecto, la LFTR establece diversos **principios y mecanismos** de protección con la finalidad de promover el libre desarrollo armónico e integral de niñas, niños y adolescentes, define las intencionalidades de los contenidos dedicados, características de la programación, regulación ad hoc.
- **Ecuador** comparte el articulado que establece los parámetros técnicos para la definición de audiencias, franjas horarias, clasificación de programación, calificación de contenidos, incluidos los publicitarios, que se difunden en los medios de comunicación social. Particularmente expone la **Ley Orgánica de Comunicación** que establece los mecanismos de protección de la infancia de manera detallada, finaliza con el reglamento para la difusión de publicidad en los medios de comunicación social en cuya producción participen o esté dirigida a niñas, niños y adolescentes.
- En **España y Cataluña** refieren la **Ley General de Comunicación Audiovisual**. Esta norma establece las normas básicas de la prestación del servicio de comunicación audiovisual, siendo competencia de las Comunidades Autónomas su desarrollo y concreción para su ámbito propio y relaciona los Organismos de aplicación y/o con competencias. En el caso de los servicios de ámbito nacional y plataformas de intercambio de vídeos, la CNMC es el organismo competente para la aplicación de la norma. En el caso de los servicios de carácter autonómico (regional) y local, las autoridades competentes son los gobiernos y reguladores independientes de cada una de las 17 Comunidades Autónomas (CCAA) que integran España.,.

De manera particular, Cataluña refiere la Ley de la comunicación audiovisual de Cataluña y la Instrucción general sobre protección de la infancia y la adolescencia, señalización orientativa y derecho a la información de las personas usuarias de los servicios de televisión. También enuncia normativa sectorial con referencias a la protección de los menores de edad ligada a la regulación de las actividades de juego, así como sus comunicaciones comerciales y también a la publicidad. En relación con los nuevos servicios audiovisuales de tipo digital remite a la Directiva (UE) 2018/1808 (Directiva de servicios de comunicación audiovisual) que equipara las exigencias legales para los servicios lineales y a petición.

- **Andalucía**, por su parte, enuncia el Estatuto de Autonomía (Art 131). La referencia normativa está abocada a la protección de la infancia y la regulación de los medios desde una perspectiva del derecho superior de la infancia.

Entre los principios rectores destacan el interés superior del menor, el valor social de la infancia, su participación o la prevención y protección integral contra cualquier forma de violencia. Asimismo, se configura todo un elenco de derechos de los menores: a la identidad de género, al desarrollo y crecimiento en el seno de la familia, al honor, a la intimidad

personal y a la propia imagen, a ser oída y escuchada, de información, al desarrollo de la competencia digital, etc.

- **Portugal** enuncia la **Ley 27/2007**, de 30 de julio, que prevé en su artículo 6, bajo el epígrafe “principio de cooperación”, fomentar los mecanismos de correulación y autorregulación, en materia de protección en materia de derechos de los niños y jóvenes, y hace referencia al articulado que da protección integral a los niños y niñas respecto a la programación tanto en televisión como en los *media services*.

Refiere el **Código Civil** desde el cual se le da definición al niño y/o adolescente. Aborda aspectos ligados a la publicidad, al tipo de contenido, al horario y de manera especial, a la protección de datos personales.

En esta misma línea, consideramos oportuno dar a conocer el siguiente esquema, en el que a modo de síntesis se refiere la norma, el ente y el procedimiento a la que se ciñe cada uno de los casos en mención, permitiendo así, entrever las coincidencias o divergencias en los modos de hacer y enfrentar lo que para este grupo es esencial, es decir, la protección de los niños, niñas y adolescentes desde una perspectiva del derecho comunicacional.

<b>PAÍS/CCAA</b>	<b>NORMA GENERAL</b>	<b>ENTE REGULADOR</b>	<b>PROCEDIMIENTO DE FISCALIZACIÓN</b>
<b>Argentina</b>	<b>Ley Nacional N.º 26.522/2009 de Servicios de Comunicación Audiovisual</b>	Mediante el Decreto N.º 267/15, se creó el <b>ENTE NACIONAL DE COMUNICACIONES</b> , organismo autárquico y descentralizado, como Autoridad de Aplicación de las Leyes N.º 27.078 y N.º 26.522.	-El control de las emisiones de los servicios de comunicación audiovisual se realiza por muestreo, conforme los recursos humanos y técnicos con los que el Organismo cuenta, tratando de cubrir la mayor cantidad de horas de emisión dentro del horario establecido como “apto para todo público.”

			<p>-Sin perjuicio de la fiscalización que el Organismo realiza de oficio, también verifica el cumplimiento de la normativa vigente, tramitando las denuncias efectuadas por los usuarios, la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual, la Defensora de los Derechos de la Niña, Niño y Adolescentes, entre otros.</p>
<b>Andalucía</b>	<p><b>Estatuto de Autonomía de Andalucía que por medio de la Ley 1/2004 define la creación del CAA.</b></p>	<p>El Consejo Audiovisual de Andalucía, el CAA es la autoridad audiovisual independiente encargada de velar por el respeto de los derechos, libertades y valores constitucionales y estatutarios en el ámbito de los medios audiovisuales en Andalucía y por el cumplimiento de la normativa vigente en materia audiovisual y de publicidad.</p>	<p>Los procedimientos de fiscalización se inician a raíz de las quejas presentadas o de oficio ante las alertas detectadas por el sistema de seguimiento de medios. El CAA cuenta con una Oficina de Defensa de la Audiencia, que recibe y tramita todas las quejas, peticiones y sugerencias que cualquier persona fórmula sobre la programación o publicidad emitida por los medios de comunicación audiovisual. Junto a ello, cuenta con un</p>

			sistema de seguimiento de medios basado en una red de recepción, grabación y archivo de emisiones y catalogación de contenidos captados en Andalucía.
<b>Cataluña</b>	<b>Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de Comunicación Audiovisual (LGCA), y de allí la Ley 22/2005, de 29 de diciembre, de la comunicación audiovisual de Cataluña</b>	El Consell de l'Audiovisual de Cataluña es el organismo que tiene la función de asegurar el cumplimiento y la observancia de lo dispuesto en la legislación en materia de menores y adolescentes, respecto de la comunicación audiovisual, de acuerdo con la letra k del artículo 10 de la Ley 2/2000, de 4 de mayo, del Consell de l'Audiovisual de Catalunya.	Cuando se detecta una posible infracción en esta materia, se procede al análisis del contenido, la elaboración de un informe y la elevación al Consejo del CAC, en Comisión o Plenario, que decide las medidas que ha de tomar teniendo en cuenta su ámbito competencial y el régimen sancionador.
<b>Colombia</b>	<b>- Ley 182 de 1995 -Ley 335 de 1996 - Ley 1098 de 2006</b>	<b>La Ley 1978 de 2019,</b> modificatoria de la Ley 1341 de 2009, <b>en su artículo 39 otorgó a la Comisión de Regulación de Comunicaciones</b>	La Comisión de Regulación de Comunicaciones es el órgano encargado entre otras, de promover el pluralismo informativo, garantizar la protección de

	<p>- Ley 1341 de 2009, modificada por la Ley 1978 de 2019</p> <p>- Resolución CRC 5050 de 2016</p>	<p><i>todas las funciones de regulación y de inspección, vigilancia y control en materia de contenidos audiovisuales.</i></p>	<p>los derechos de los usuarios; así como sancionar a los operadores, concesionarios de espacios de televisión y contratistas de televisión nacional cuando violen las disposiciones constitucionales y legales que amparan específicamente los derechos de la familia y de los niños, niñas y adolescentes.</p>
<p><b>Chile</b></p>	<p><b>Ley de prensa</b></p>	<p>De acuerdo con la Constitución de la República, el Consejo Nacional de Televisión es el encargado de “velar por el correcto funcionamiento” de los servicios de televisión, para lo cual debe supervigilar y fiscalizar el contenido de las emisiones (televisivas), sin intervenir a priori en la programación de los servicios televisivos.</p>	<p>En cuanto al procedimiento de fiscalización, ella se realiza de oficio o por denuncia. Se realizan periódicamente Informes de Supervisión, de Televisión Abierta y de Televisión de pago, que dan cuenta de emisiones que en sus contenidos presentan algún nivel de conflicto con la normativa legal. La ley establece que cualquier particular puede denunciar ante el Consejo</p>

			una eventual infracción al correcto funcionamiento.
<b>Ecuador</b>	<b>Ley Orgánica de Comunicación</b>	El Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación; es el ente es el encargado de realizar el análisis y la evaluación de los contenidos difundidos por los medios de comunicación.	El Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación pueden expedir informes técnicos de contenido para la determinación de posible contenido discriminatorio, violento o sexualmente explícito para su posterior trámite en la Defensoría del Pueblo u órgano judicial correspondiente.
<b>España</b>	<b>Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de Comunicación Audiovisual (LGCA)</b>	En España, las competencias en materia de comunicación audiovisual dependen del ámbito geográfico en el que opere el prestador en cuestión; si es de ámbito regional o local, será la ANR o Gobierno regional pertinentes, mientras que para los prestadores de ámbito nacional será la CNMC la encargada del control de contenidos.	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.

<b>México</b>	<b>Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (LFTR)</b>	Tanto la Secretaría de Gobernación y la Secretaría de Salud, como el Instituto Federal de Telecomunicaciones, cuentan con facultades de supervisión y fiscalización de contenidos.	<p>La LFTR atribuye al Instituto Federal de Telecomunicaciones la facultad de supervisar la programación dirigida a la población infantil, con base en las regulaciones emitidas por la Secretaría de Gobernación y la Secretaría de Salud, así como informar a dichas dependencias los resultados de la mencionada supervisión, para que ejerzan, en su caso, las facultades de sanción que les corresponde.</p> <p>Asimismo, la LFTR atribuye al IFT para, en su caso, ordenar la suspensión precautoria de las transmisiones que violen las normas en materia de programación dirigida a este grupo etario.</p>
<b>Perú</b>	<b>Ley 28278, Ley de radio y televisión</b>	Consejo Consultivo de Radio y Televisión – CONCORTV	<p>Se aplica la autorregulación desde los propios medios.</p> <p>Mecanismos de queja ante el incumplimiento de las</p>

			disposiciones del horario familiar. La queja se presenta al propio medio. Si este no recibe la queja, o en 30 días no da una resolución, se puede presentar una denuncia ante el ministerio de transportes y comunicaciones.
<b>Portugal</b>	<b>La Ley 27/2007, de 30 de julio.</b>	El ERC es responsable de regular y supervisar los principios y límites legales a los contenidos difundidos por las entidades que desarrollan actividades mediáticas, en particular en términos de exactitud de la información y protección de los derechos, libertades y garantías personales.	Los procedimientos de verificación pueden resultar de las inspecciones ordinarias realizadas en el marco de la evaluación quinquenal a la que están sujetos los servicios o como resultado de la participación ciudadana.

#### PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS DEDICADOS A LAS INFANCIAS

El informe cuantitativo de canales y señales públicos que poseen una oferta televisiva dirigida a niños, niñas y adolescentes indica que la gran mayoría de los países integrantes posee al menos un canal dedicado a las infancias, salvo en Andalucía, donde no existen canales o señales públicas ni privadas específicas, y Colombia que posee dos señales TDT de canales públicos regionales.

En cuanto al sector privado, actualmente la oferta de los canales y señales nacionales o regionales es poco significativa y ha ido disminuyendo con el tiempo, a medida que se incrementó en forma considerable la oferta global. La escasa oferta de producción privada proviene de canales y señales extranjeras, que incluyen franjas de programación para infancias.

Los niveles de producción nacional y local varían según los países, pero en líneas generales en Latinoamérica encontramos mayores intentos de producción de contenidos propios que en los países y las localidades europeas. En Cataluña, por ejemplo, el mayor porcentaje de tiempo de las emisiones y programación es europea extrazona. La programación originada en Latinoamérica para Cataluña es mínima, un 0,1% del total de programación emitida por el canal infantil, con los siguientes países de origen: Brasil, coproducciones entre Argentina y España y entre Colombia y Cataluña.

- En **España** el origen extranjero de las emisiones en el canal CLAN es porcentualmente muy superior a su propuesta nacional, con una alta participación de EE. UU.
- En **Colombia**, de manera general, se puede afirmar que son mayores las emisiones de contenidos infantiles nacionales que las extranjeras, emitiéndose en su mayoría los fines de semana por la mañana. Y de los contenidos extranjeros, un bajo porcentaje es de origen latinoamericano.
- **Argentina** cuenta con un canal infantil público, y el porcentaje de la programación es del 90 % contenido nacional, 6% contenido latinoamericano y 4% resto del mundo. Las emisoras generalistas privadas emiten contenidos dedicados, en su mayoría de procedencia extranjera. La Ley argentina exige que al menos 3 horas diarias de la programación se dedique al público infantil, tanto en medios privados (con y sin fines de lucro) como públicos.
- En la televisión abierta de **Chile**, el porcentaje de programas infantiles representa menos del 1% de la oferta general. En la actualidad no hay canales o señales privadas dirigidas exclusivamente a niñas, niños y adolescentes. Sin embargo, existen canales con cobertura nacional que ofrecen programación a este sector de la población.
- **Ecuador** produce contenidos educativos, y desde el año 2012 está al aire el proyecto del Ministerio de Educación, denominado EDUCA televisión con contenido educativo dirigido para niños, niñas y adolescentes con cobertura regional y nacional en más de 100 (cien) canales. Las radiodifusoras transmiten todos los días en forma rotativa, abarcando todo el espectro horario con contenidos educativos y la Televisión y cableoperadoras de lunes a viernes, de 15:00 a 16:00.

Las temáticas relacionadas con Niñas, Niños y Adolescentes fueron abordadas en un bajo porcentaje tanto en programas televisivos (noticioso e informativo) como en radio (curiosidad y ciencias). Si bien la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) no establece parámetros para la generación de políticas de fomento para la producción de contenidos dedicados a NNyA, el Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación, desarrolló en el año 2021 un proyecto de monitoreo encaminado a

identificar contenidos relacionados con niñas, niños y adolescentes, en medios de comunicación nacionales, televisivos, radiales, impresos y medios en Internet.

- En **México** existe un canal de televisión pública dedicado exclusivamente a las infancias, Once Niñas y Niños (XEIPN-TDT), del Instituto Politécnico Nacional e inició transmisiones el 24 de agosto de 2015. Respecto de su programación, se toman como referencia los datos que surgen de las atribuciones de cumplimiento de supervisión de contenidos infantiles del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), detectados en la semana del 15 al 21 de abril de 2019: el 59% de los contenidos eran nacionales, el 36% extranjero y el 2% coproducciones entre México y dos países latinoamericanos (Colombia y Ecuador).
- **Perú** produce y difunde programación dirigida a niños, niñas y adolescentes a través de la televisión pública, TV Perú en su canal IPE de alcance nacional. Actualmente un canal de televisión privada es el de la Universidad San Martín de Porres donde se difunde contenido educativo para niños y adolescentes a nivel nacional, todos los días, todo el día. Es importante mencionar que durante la pandemia por el Covid-19 muchas radio y televisoras regionales apoyaron la educación retransmitiendo contenidos elaborados por el Ministerio de Educación de Aprendo en casa.
- El servicio público en Portugal no dispone de programas dirigidos específicamente al público infantil y juvenil, no obstante, el segundo servicio de programas del operador público, RTP2, cuenta con una amplia oferta de programación infantil y juvenil. A nivel nacional existen cuatro servicios de programas televisivos dedicados a niños, niñas y adolescentes. Los servicios de programas privados con temática infantil y juvenil dedican toda su programación a este tipo de producciones. Sin embargo, parece que, en total, el volumen de horas anuales de primera exposición ha ido disminuyendo. El servicio de programas de operador público, RTP2, promueve algunos contenidos educativos.

Durante la pandemia COVID – 19, el servicio de programas de archivo del operador público RTP Memoria, dispuso aulas para alumnos de diversos ciclos a través de TDT como complemento de contenidos pedagógicos por vía digital.

## CONTENIDOS EDUCATIVOS

---

Cuando se indaga a los diferentes reguladores respecto a la producción de contenidos gratuitos en medios y TIC, se obtienen respuestas que remiten en forma condicionada y contextualizada al tiempo de pandemia, aun cuando no estuviese determinado de esa manera. Una respuesta a este fenómeno puede ser el papel protagónico que tuvo la televisión en la tarea de dar continuidad al proceso educativo durante el confinamiento mundial a causa del COVID-19. En dichas experiencias se comenta que este tiempo exigió la disposición de contenidos formativos y educativos en distintas áreas y durante determinado tiempo al día.

Allí el abanico de experiencias es realmente amplio y no refiere únicamente apuestas impulsadas por la televisión, también expone la manera como esta se articuló e integró con procesos de tipo radiofónico y multimedia, llegando o solo a los niños, niñas y jóvenes, pues muchos de estos contenidos fueron pensados a su vez para los padres, docentes y cuidadores que desde la distancia acompañaban el proceso de mediación y aprendizaje, un referente de ello es la experiencia de **Cataluña y Portugal**, que en esta línea coincide de manera similar a la de Latinoamérica y Centroamérica.

En tal sentido, cabe resaltar que dicho tiempo fue una oportunidad para que países como **Colombia, Ecuador, México, Argentina y Chile** estimularan el desarrollo de contenidos televisivos dedicados a la niñez y la juventud. Si bien en muchos de los casos ya se tenía un trabajo previo, en otros, constituyó un escenario que les tomó por sorpresa. Sin embargo, gracias a la conciencia colectiva que gestó el momento, lograron articularse con distintas entidades para lograr un mayor eco y resonancia.

Queda pendiente el despliegue de acciones y políticas de más largo plazo que articulen en forma sistemática y regular el rol de los medios audiovisuales y las TIC en los procesos educativos a partir de iniciativas públicas y acciones de los reguladores.

## POLÍTICAS DE FOMENTO

---

Con relación a las políticas de fomento a la producción de contenidos televisivos dirigidos a la niñez y adolescencia, en España, la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual establece que la autoridad audiovisual competente pondrá en marcha actuaciones dirigidas a fomentar la producción y emisión de programas especialmente recomendados para menores de edad, adaptados a su edad, madurez y lenguaje que promuevan su desarrollo y bienestar integral.

Por su parte, **Andalucía y Cataluña** refieren que no existen políticas específicas enfocadas a este tipo en sus respectivas Comunidades Autónomas, aunque en el caso del último se reconoce el papel del CAC en los procesos de alfabetización mediática, a través de las diferentes iniciativas enmarcadas en el programa EduCAC.

Del otro lado, en países del sur, un fenómeno común es la configuración de fondos públicos destinados a la producción de contenidos cuyas enfocados a temáticas relacionadas con los niños, niñas y adolescentes, desde una perspectiva que los involucra como sujetos de derecho y los representa desde la diversidad étnica, social y cultural, mediante múltiples representaciones narrativas que involucran variedad de géneros y formatos audiovisuales. En muchos de estos contenidos, los mismos Niños, Niñas y Adolescentes son los protagonistas y se auto representan desde sus propias perspectivas, imaginarios y cosmovisiones. Algunos ejemplos concretos son:

- En **Colombia** las políticas y acciones de fomento a la producción de contenidos televisivos dirigidos a la niñez y/o adolescencia están lideradas por el Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, el Ministerio de Cultura y el Ministerio de Educación.

- En **Argentina** la Ley 26.522 estableció fondos de fomento por concursos. En particular, a través del Fondo de Fomento a Medios Comunitarios y de Pueblos Originarios (FOMECA) se asignaron recursos para la producción de Línea Contenidos para “Infancias y Adolescencias”.
- En **Chile**, el Consejo Nacional de Televisión, a través del Fondo concursable CNTV, premia dos categorías de programas en esta línea: (1) Programas orientados al público preescolar de 3 a 6 años y (2) Programas orientados al público infantil de 6 a 12 años.
- En **México**, el Instituto Mexicano de Cinematografía establece entre sus objetivos 2020-2024 “fortalecer el desarrollo cinematográfico y audiovisual en las regiones y comunidades del país, con especial atención a los pueblos indígenas y afroamericano, nuevas generaciones de cineastas, proyectos para niñas y niños, y comunidades en situación de vulnerabilidad”.
- En **Ecuador**, la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) promulgada en el año 2013 (con una Reforma en el 2019) establece una serie de artículos encaminados al desarrollo de contenidos comunicacionales que protegen a las audiencias, con un enfoque en la protección de niñas, niños y adolescentes. La ley mencionada no establece parámetros para la generación de políticas de fomento o incentivos para la producción de contenidos dedicados a NNyA, sin embargo, el Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación, en el marco de sus competencias, desarrolló en el año 2021 un proyecto de monitoreo encaminado a identificar contenidos relacionados a niñas, niños y adolescentes.

## FISCALIZACIÓN Y MEDIDAS DE PROTECCIÓN

---

Respecto a los procesos de fiscalización, resulta muy interesante poner en evidencia la diversidad de prioridades, mecanismos y flexibilidad que en cada uno de los casos se establece, pues aun cuando se prioriza el horario familiar y/o apto para todo público, que en la mayoría de los casos va desde las 6 a las 22, es importante resaltar las experiencias de franjas de protección reforzada como la de **Cataluña y Andalucía**, así como el caso particular de Colombia que por una decisión del Consejo de Estado no implementa las franjas, o el caso ecuatoriano que maneja una franja familiar y otra de responsabilidad compartida que aplica a los medios de comunicación social que utilizan las herramientas de radio y televisión, incluyendo a los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción. En el caso de España, la recientemente adoptada Ley 13/2022, de 7 de julio de 2022, General de Comunicación Audiovisual, elimina la franja de protección reforzada, no obstante, se continúa con la franja de protección general para los servicios de comunicación audiovisual televisivo lineal en abierto (contenidos +18 solo se podrán emitir a partir de las 22:00 horas).

La Ley 13/2022 establece las normas básicas de la prestación del servicio de comunicación audiovisual, siendo competencia de las Comunidades Autónomas (CCAA) su desarrollo y concreción para su ámbito propio. La nueva Ley designa a la CNMC como la autoridad responsable de la supervisión de los servicios que se presten a través de Internet cuyo ámbito sea de carácter nacional, mientras que las autoridades autonómicas (regionales) respectivas serán las encargadas de la supervisión de los servicios de ámbito autonómico y local.

Por esta razón, hemos visto mucho más pertinente e ilustrativo presentar las características en cada uno de los casos en una ficha descriptiva:

PAÍS/CCAA	FRANJAS
Argentina	<p align="center"><b>Ley No. 26.522. Art.68</b></p> <p>El contenido de la programación, de sus avances y de la publicidad entre las 06.00 y las 22.00 horas deberán ser aptos para todo público.</p>
Andalucía	<p align="center"><b>Ley General de Comunicación Audiovisual Ley 10/2018. Art.32</b></p> <p>Protección reforzada para contenidos no aptos para menores de 12 años a las franjas comprendidas entre las 7:00 y las 9:00 horas y entre las 17:00 y las 20:00 horas en el caso de días laborables; y a las comprendidas entre las 9:00 y las 12:00 horas y las 17:00 y las 20:00 horas en el caso de sábados, domingos y los días que sean declarados festivos o no laborables de carácter nacional. Restringir solo a la franja horaria entre la 1:00 y las 5:00 horas la emisión de los programas dedicados a juegos de azar y apuestas y aquellos relacionados con el esoterismo y la paraciencia, así como las comunicaciones comerciales sobre estas materias.</p>
Cataluña	<p align="center"><b>Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, apartado 2 del artículo 7/ Ley 22/2005, de 29 de diciembre, de la comunicación audiovisual de Cataluña, apartado 2 del artículo 81.</b></p> <p>-Se deben señalar todos los programas emitidos en función de la calificación por edades (oficial o del prestador)</p> <p>-Horario de protección a menores entre las 06.00 y las 22.00 horas. Durante estas horas no se pueden emitir contenidos No recomendados para menores de 18 años.</p> <p>-Franjas de protección reforzada: laborables de 8 a 9 h y de 17 a 20 h, y fines de semana y festivos de 9 a 12 h, donde no se pueden emitir contenidos calificados como No recomendados para menores de 13 años que, además, han de mantener a lo largo de la emisión el indicativo visual de su calificación por edades.</p> <p>-No se pueden emitir programas con contenido relacionado con el esoterismo y</p>

	<p>las paraciencias entre las 7 y las 22h.</p> <p>-No se pueden emitir programas dedicados a juegos de azar y apuestas entre las 5 y la 1h.</p>
<b>Chile</b>	<p><b>Normas Generales sobre Contenidos de las Emisiones de Televisión.</b></p> <p><b>Artículo 2.</b> Se establece como horario de protección de los niños y niñas menores de 18 años, el que media entre las 06:00 y las 22:00 horas.</p>
<b>Colombia</b>	<p><b>Artículo 27 de la Ley 335 de 1996.</b></p> <p>La franja comprendida entre las 7 a.m. y las 9:30 p.m. deberá ser para programas aptos para todos los públicos</p>
<b>Ecuador</b>	<p><b>Ley Orgánica de Comunicación. Art. 60,61,62 y 63, por medio del Art 5 y 7 del Reglamento, que establecen los parámetros técnicos para la definición de audiencias y la clasificación de la programación:</b></p> <p><b>a. Familiar:</b> Incluye a todos los miembros de la familia, es decir, comprende todos los segmentos etarios de la población</p> <p><b>1. Niñas, niños y adolescentes:</b> de 0 a 12 años de edad.</p> <p><b>2. Adolescentes y jóvenes:</b> de 12 a 18 años de edad.</p> <p><b>3. Personas adultas:</b> de 18 años de edad en adelante.</p> <p><b>b. Responsabilidad Compartida:</b> Esta audiencia está compuesta por adolescentes y jóvenes de 12 a 18 años de edad con supervisión y control de personas adultas.</p> <p><b>c. Adultos:</b> Esta audiencia está compuesta por personas mayores de 18 años de edad.</p>
<b>España</b>	<p><b>Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual, apartados 1 y 2</b></p>

### **del Artículo 98. Calificación de los programas audiovisuales**

1. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo, lineal o a petición, están obligados a que los programas emitidos dispongan de una calificación por edades, visible en pantalla mediante indicativo visual y fácilmente comprensible para todas las personas.

2. La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia firmará un acuerdo de corregulación, de acuerdo con lo previsto en el artículo 15.2, entre otros, con los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo, lineal y a petición y con los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma, garantizando la participación de las asociaciones de consumidores y usuarios y de las organizaciones representativas de los usuarios de los medios, con el fin de coadyuvar al cumplimiento de las obligaciones establecidas en este artículo.

### **Ley 13/2022, de 7 de julio, General de la Comunicación**

#### **Audiovisual., apartado 2 del Artículo 99. Contenidos perjudiciales para el desarrollo físico, mental o moral de los menores..**

2. El servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal en abierto tiene las siguientes obligaciones para la protección de los menores del contenido perjudicial:

- a) Se prohíbe la emisión de programas o contenidos audiovisuales que contengan escenas de violencia gratuita o pornografía.
- b) La emisión de otro tipo de programas o contenidos audiovisuales que puedan resultar perjudiciales para los menores exigirá que el prestador forme parte del código de corregulación que se prevé en el artículo 98.2 y

	<p>disponga de mecanismos de control parental o sistemas de codificación digital.</p> <p>c) Los programas cuya calificación por edad «No recomendada para menores de dieciocho años» solo podrán emitirse entre las 22:00 y las 6:00 horas</p>
<b>México</b>	<p><b>Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (LFTR). La Secretaría de Gobernación publicó los “Lineamientos de clasificación de contenidos audiovisuales de las transmisiones radiodifundidas y del servicio de televisión y audio restringidos” (Lineamientos de Clasificación) en el Diario Oficial de la Federación el 21 de agosto de 2018, y cuya última modificación se publicó en dicho medio oficial el 14 de febrero de 2020.</b></p> <p>Los Lineamientos establecen también franjas horarias en las que pueden ser transmitidos los contenidos de conformidad con la clasificación asignada:</p> <p>Clasificación “AA”: Público infantil, en cualquier horario;</p> <p>Clasificación “A”: Apto para todo público, en cualquier horario;</p> <p>Clasificación “B”: Adolescentes, de las 16:00 a las 5:59 horas;</p> <p>Clasificación “B15”: Adolescentes mayores de 15 años, de las 19:00 a las 5:59 horas;</p> <p>Clasificación “C”: No apto para personas menores de 18 años, de las 21:00 a las 5:59 horas; y</p> <p>Clasificación “D”: Contenido extremo y adulto, de las 00:00 a las 5:00 horas.</p>
<b>Perú</b>	<p><b>LEY N.º 28278</b></p> <p>La programación que se transmita en el horario familiar debe evitar los contenidos violentos, obscenos o de otra índole, que puedan afectar los valores inherentes a la familia, los niños y adolescentes. Este horario es el comprendido entre las 06:00 y 22:00 horas.</p>
<b>Portugal</b>	<p><b>La Ley 27/2007, de 30 de julio. Apartado 3 y 4 del Art. 27</b></p> <p>La transmisión televisiva de cualesquiera otros programas susceptibles de influir negativamente en la formación de la personalidad de los niños y adolescentes deberá estar acompañada de la emisión permanente de un</p>

	<p>identificador visual adecuado y solo podrá tener lugar entre las 22:30 horas y las 6:00 horas”.</p>
<p><b>Perú</b></p>	<p align="center"><b>Decreto Supremo 005-2005—MTC. Reglamento de la Ley de Radio y Televisión</b></p> <p>Artículo 103.- Franjas horarias De acuerdo con lo establecido en la Ley es responsabilidad de los titulares de los servicios de radiodifusión vigilar el contenido de la programación a ser difundida a fin de evitar afectar los valores inherentes de la familia, propiciándose la autorregulación y, en ese sentido, la implementación de políticas para informar sobre advertencias en el contenido a ser emitido.</p> <p>Así dentro del Horario de Protección al Menor, se difunden programas y promociones, que pueden ser presenciados por niños, niñas y adolescentes menores de 14 años, sin supervisión de sus padres, madres, representantes o responsables.</p> <p>Dentro del Horario para mayores de 14 años con orientación de adultos, se procurará difundir programas y promociones, que pueden ser presenciados por adolescentes mayores de 14 años, bajo la orientación de sus padres, madres, representantes o responsables. En el Horario para Adultos se podrán difundir programas, promociones y propaganda aptos para personas mayores de 18 años de edad.</p> <p>Corresponde a los titulares de servicios de radiodifusión establecer las franjas horarias tomando en cuenta la presente clasificación horaria y respetando el Artículo 40 de la Ley. El horario familiar es el comprendido entre las 06.00 y 22.00 horas.</p>

De manera complementaria, mencionamos otros mecanismos de regulación expuestos por los distintos reguladores; entre ellos, las señalizaciones, codificaciones y catalogación de contenidos. Es importante resaltar que, de los reguladores consultados, ninguno hace caso omiso y, por el contrario, coinciden en que existe una comprensión de los niños, niñas y adolescentes como interés superior, y la protección de su integridad es prioridad.

En este sentido, la violencia, el sexo y el lenguaje inadecuado son comunes en las referencias citadas, sin embargo, existen casos en los que se va más allá y se catalogan los contenidos discriminatorios, de violencia de género, entre otros. También es relevante mencionar el papel de la publicidad en lo que concierne a niños y niñas. Sin embargo, debido a la diversidad y especificidad en cada uno de los casos, se presenta un cuadro comparativo donde es posible poner en evidencia el enfoque y perspectiva para cada caso en particular.

PAÍS/CCAA	MENSAJES DE ADVERTENCIA	TRATAMIENTO DE SEXO, VIOLENCIA, LENGUAJE INAPROPIADO Y OTROS	PUBLICIDAD
<i>Argentina</i>	<p>El <b>Decreto N.º 1225/10</b>, a través del cual se reglamentó la <b>Ley N.º 26.522</b>, dispone que, de manera previa a la difusión de flashes o avances informativos, contenidos noticiosos o de alto impacto que puedan vulnerar los principios de protección de las personas menores de edad en horarios no reservados para el público adulto, los titulares de servicios de televisión abierta o de registros de señales deberán insertar la leyenda: <b>“ATENCIÓN, CONTENIDO NO APTO PARA NIÑAS, NIÑOS O ADOLESCENTES.”</b></p>	<p><b>Ley Nacional N.º 26.522/2009, de Servicios de Comunicación Audiovisual . Art. 19:</b> Crea la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual. Ley Nacional N.º 26.522/2009*. Artículo <b>68</b> dispone que el contenido de la programación, de sus avances y de la publicidad entre las 06.00 y las 22.00 horas deberán ser aptos para todo público. Además, establece la leyenda de comienzo y fin del horario ATP.</p>	<p><b>Ley Nacional N.º 26.522/2009, de Servicios de Comunicación Audiovisual .- Art. 81 inc. h):</b> agrega como contraria a los intereses de NNyA aquellas publicidades en la que ellxs aparezcan persuadiendo a sus padres o tutores. Y establece que no se deberá inducir a error sobre productos ni sobre su seguridad y potencial daño en la utilización</p>
<i>Andalucía</i>	<p><b>Ley 10/2018, de 9 de octubre, audiovisual de Andalucía. Ley General de Comunicación Audiovisual (LGCA). Artículo 32.</b></p> <p>Normas de programación y limitaciones de las comunicaciones comerciales Incluir de manera obligatoria el indicativo visual de la calificación por edades en todos los contenidos emitidos en televisión, tanto para los servicios lineales como a petición, que habrá de mantenerse a lo largo de todo el programa, independientemente de la calificación de edad.</p>	<p><b>Ley 10/2018, de 9 de octubre, audiovisual de Andalucía. Ley General de Comunicación Audiovisual (LGCA). Artículo 8</b></p> <p>Las personas prestadoras de servicios de televisión estarán obligadas a señalar los contenidos acústica y visualmente, salvo los programas informativos, respecto de los cuales se establece la obligación de advertir, verbalmente y antes de su emisión, de los contenidos susceptibles de perjudicar el desarrollo físico, mental o moral de los menores de edad, en particular aquellos que</p>	<p><b>Adicionalmente, la Ley 4/2021, de 27 de julio, de Infancia y Adolescencia de Andalucía. Artículo 63. Publicidad y Artículo 64. Publicaciones y material audiovisual.</b></p> <p>- No podrán emitirse las que promocionen juegos de azar y apuestas, ni las relacionadas con el esoterismo y la paraciencia.</p> <p>-Se prohíben las comunicaciones comerciales que inciten conductas favorecedoras de la desigualdad entre hombres y mujeres o que transmitan</p>

		<p>contengan imágenes de especial crudeza. Dicha señalización se realizará según los criterios fijados en cada momento por el Consejo Audiovisual de Andalucía en el marco de los estándares y criterios básicos establecidos a nivel nacional. Asimismo, cuando se oferte el servicio de comunicación audiovisual mediante un catálogo de programas, se deberá establecer una clasificación separada para aquellos que puedan perjudicar el desarrollo físico, mental o moral de las personas menores.</p>	<p>estereotipos de género que fomenten actitudes, conductas y comportamientos sexistas ,discriminatorios, sexualizadores y cosificadores.</p> <p>-Queda prohibido el emplazamiento de producto en programas con importante audiencia infantil.</p> <p>-Se limitarán aquellas comunicaciones comerciales que fomenten la alimentación no saludable.</p>
<b>Cataluña</b>	<p><b>Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación audiovisual, apartado 7.2. /Acuerdo 296/2007, de 19 de diciembre, por el cual se aprueba la Instrucción general del CAC sobre protección de la infancia y la adolescencia, señalización orientativa y derecho a la información de las personas usuarias de los servicios de televisión. Artículos 6 al 10</b></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 codificación deberá estar homologado por la autoridad audiovisual. Cuando este tipo de contenidos se emita mediante un sistema de acceso condicional, los prestadores de servicio de comunicación audiovisual</p>	<p><b>Ley 22/2005, de 29 de diciembre, de la comunicación audiovisual de Cataluña.</b></p> <p><b>Artículo 80. Principios básicos de la regulación de los contenidos audiovisuales Artículo 81. Protección de la infancia y la juventud.</b></p> <p>3. Los prestadores de servicios de radio o televisión no pueden ofrecer ningún contenido que pueda perjudicar seriamente el desarrollo físico, mental o moral de los menores. De modo particular, se prohíbe la difusión, por dichos prestadores, de contenidos pornográficos o de violencia gratuita.</p>	<p><b>Ley 22/2005, de 29 de diciembre, de la comunicación audiovisual de Cataluña. Artículo 93. Publicidad y televenta prohibidas.</b></p> <p>1. Son publicidad y televenta prohibidas: cigarrillos y otros productos del tabaco, bebidas alcohólicas con una graduación inferior a veinte grados (bajo ciertas circunstancias).</p> <p>Artículo 96. Protección de menores.</p> <p>La publicidad y la televenta se rige bajo unos principios particulares, especialmente el respecto por la inexperiencia , confianza, credulidad y seguridad de los niños y niñas.</p>

	<p>deberán incorporar sistemas de control parental</p> <p>Para informar a las personas sobre la idoneidad de la programación se deberá señalar la programación, de acuerdo con las siguientes categorías de edad:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Especialmente recomendados para la infancia.</li> <li>-Para todos los públicos</li> <li>-No recomendado para menores de 7 años</li> <li>-No recomendado para menores de 13 años</li> <li>-No recomendado para menores de 18 años</li> </ul> <p>La señalización de los contenidos Especialmente recomendados para la infancia es opcional y la de los contenidos Para todos los públicos no se debe señalar. Por el contrario, es obligado que se señalicen los contenidos a partir de No recomendado para menores de 7 años. Los contenidos No recomendados para menores de 18 años deben de ir acompañados, además, de una señal acústica de 1 segundo de duración al principio de la emisión y después de cada interrupción publicitaria.</p>		<p><b>Instrucción general del CAC sobre protección de la infancia y la adolescencia, señalización orientativa y derecho a la información de las personas usuarias de los servicios de televisión.</b></p> <p>Artículo 16. Medidas de protección de la infancia y la adolescencia ante la publicidad y la televenta</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) [...] los anuncios no deben incitar a la violencia o a cometer actos delictivos, ni a la discriminación por razón de nacimiento, etnia, sexo, orientación sexual, religión, nacionalidad, opinión o cualquier otra circunstancia personal o social</li> <li>b) Las prestaciones y uso de un producto dirigido a los menores de edad deben mostrarse de manera comprensible, coincidente con la realidad y con un lenguaje sencillo y adaptado al nivel de desarrollo del público infantil y adolescente al cual se dirige.</li> <li>c) Los anuncios de productos dirigidos a menores de edad no pueden contener discriminaciones o diferencias por razón de sexo en el uso del producto.</li> <li>d) No se puede emitir ninguna forma de publicidad televisiva de locales de juego y de servicios o espectáculos violentos o que inciten a la violencia y de carácter erótico, ni aquellas formas</li> </ul>
--	--	--	---

			<p>de publicidad televisiva que promuevan la contratación de servicios de carácter esotérico.</p> <p>e) La publicidad o la televenta dirigidas a menores deben transmitir una imagen igualitaria, plural y no estereotipada de mujeres y hombres.</p>
<b>Chile</b>	<p><b>Artículo 2° de las Normas Generales sobre Contenidos de las Emisiones de Televisión</b></p> <p>Los servicios de televisión deberán comunicar diariamente, mediante una advertencia visual y acústica, el fin del horario de protección y el inicio del espacio en que pueden exhibir programación destinada a público adulto.</p>	<p><b>Normas Generales sobre Contenidos de las Emisiones de Televisión (Art 1 a 12)</b> La norma se rige bajo unas definiciones claras y concisas que pueden ser revisadas directamente en el articulado descrito:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Contenido excesivamente violento</li> <li>b) Truculencia</li> <li>c) Contenido pornográfico</li> <li>d) Participación de niños, niñas o adolescentes en actos reñidos con la moral o las buenas costumbres</li> <li>e) Horario de protección</li> <li>f) Victimización secundaria</li> <li>g) Sensacionalismo</li> </ul>	<p>La transmisión de publicidad de alcoholes y tabacos puede realizarse únicamente después de las 22:00 y hasta las 06:00 horas; se prohíbe toda publicidad del uso y consumo de drogas; los servicios de televisión están obligados a indicar diariamente y de manera destacada la hora en que pueden comenzar a emitir películas calificadas para mayores de 18 años.</p>

<p><b>Ecuador</b></p>	<p><b>Ley Orgánica de Comunicación.</b> El artículo 60 de la Ley Orgánica de Comunicación regula la identificación y clasificación de los contenidos y establece que los medios de comunicación tienen la obligación de clasificar todos los contenidos de su publicación o programación con criterios y parámetros jurídicos y técnicos, debiendo 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>Los artículos 61, 62 y 63 de la Ley Orgánica de Comunicación, determinan qué es un contenido discriminatorio, su prohibición y calificación;</p> <p>Que, en el artículo 65 de la Ley Orgánica de Comunicación, se establece que, el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación, determinará los parámetros técnicos, para la definición de audiencias, franjas horarias, clasificación de programación y calificación de contenidos;</p> <p>Que, los artículos 66, 67 y 68 de la Ley Orgánica de Comunicación determinan cuáles son los contenidos violentos, sexualmente explícitos y su prohibición.</p>	<p><b>El artículo 49, letra a y 60 de la Ley Orgánica de Comunicación</b> señalan las atribuciones del Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación respecto de la regulación de los contenidos y la obligación de los medios de comunicación de clasificar los contenidos de sus publicaciones o programación con criterios y parámetros jurídicos y técnicos determinados por el Consejo. La calificación de contenidos, en caso de que se trate de contenidos presuntamente discriminatorios, violentos o sexualmente explícitos, es una atribución del Consejo de Regulación Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación; este ente es el encargado de realizar el análisis y la evaluación de los contenidos difundidos por los medios de comunicación con el objeto de que se protejan los derechos.</p>	<p><b>EI REGLAMENTO PARA LA DIFUSIÓN DE PUBLICIDAD EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN CUYA PRODUCCIÓN PARTICIPEN O ESTÉ DIRIGIDA A NIÑAS, NIÑOS Y ADOLESCENTES.</b> Será de obligatorio cumplimiento para todas las personas naturales o jurídicas que difundan publicidad en la programación y contenidos dirigidos a niñas, niños y adolescentes a través de los medios de comunicación social, incluidos impresos, y a aquellas que en la producción de la publicidad utilizan la imagen de niñas, niños y adolescentes para la creación de sus obras.</p>
-----------------------	--	--	--

<p><i>España</i></p>	<p><b>Ley 13/2022, de 7 de julio, General de la Comunicación Audiovisual, apartado 1 del Artículo 99. Contenidos perjudiciales para el desarrollo físico, mental o moral de los menores.</b></p> <p>Todos los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal, abierto y de acceso condicional, y del servicio de comunicación audiovisual televisivo a petición facilitarán a los usuarios información suficiente e inequívoca acerca de la naturaleza potencialmente perjudicial para el desarrollo físico, mental o moral de</p>	<p><b>Ley 13/2022, de 7 de julio, General de la Comunicación Audiovisual, apartados 2 a 6 del Artículo 99. Contenidos perjudiciales para el desarrollo físico, mental o moral de los menores.</b></p> <p>2. El servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal en abierto tiene las siguientes obligaciones para la protección de los menores del contenido perjudicial:</p>	<p><b>Ley 13/2022, de 13 de julio, General de la Comunicación Audiovisual, Artículo 124. Protección de los menores frente a las comunicaciones comerciales audiovisuales.</b></p> <p>1. Las comunicaciones comerciales audiovisuales no deberán producir perjuicio físico, mental o moral a los menores ni incurrir en las siguientes conductas:</p> <p>a) Incitar directamente a los menores a la compra o arrendamiento de</p>
----------------------	--	---	--

<p>los menores de los programas y contenidos audiovisuales mediante la utilización de un sistema de descripción del contenido, advertencia acústica, símbolo visual o cualquier otro medio técnico que describa la naturaleza del contenido, de acuerdo con el acuerdo de correulación previsto en el artículo 98.2.</p> <p><b>Ley 13/2022, de 7 de julio, General de la Comunicación Audiovisual, Artículo 97</b></p> <p>Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual facilitarán información suficiente a los espectadores sobre los programas. A tal efecto, los prestadores utilizarán un sistema de descriptores adoptado mediante acuerdo de correulación de acuerdo con lo previsto en el artículo 15.2, garantizando su utilidad en cualquier dispositivo.</p>	<p>a) Se prohíbe la emisión de programas o contenidos audiovisuales que contengan escenas de violencia gratuita o pornografía.</p> <p>b) La emisión de otro tipo de programas o contenidos audiovisuales que puedan resultar perjudiciales para los menores exigirá que el prestador forme parte del código de correulación que se prevé en el artículo 98.2 y disponga de mecanismos de control parental o sistemas de codificación digital.</p> <p>c) Los programas cuya calificación por edad «No recomendada para menores de dieciocho años» solo podrán emitirse entre las 22:00 y las 6:00 horas.</p> <p>3. El servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal de acceso condicional tiene las siguientes obligaciones para la protección de los menores del contenido perjudicial:</p> <p>a) Formar parte del código de correulación previsto en el artículo 98.2.</p> <p>b) Proporcionar mecanismos de control parental o sistemas de codificación digital.</p> <p>4. El servicio de comunicación audiovisual televisivo a petición tiene las siguientes obligaciones para la protección de los menores del contenido perjudicial:</p> <p>a) Incluir programas y contenidos audiovisuales que puedan incluir escenas de pornografía o violencia gratuita en catálogos separados.</p>	<p>productos o servicios aprovechando su inexperiencia o credulidad.</p> <p>b) Animar directamente a los menores a que persuadan a sus padres o terceros para que compren bienes o servicios publicitados.</p> <p>c) Explotar la especial relación de confianza que los menores depositan en sus padres, profesores, u otras personas, tales como profesionales de programas infantiles o personajes de ficción.</p> <p>d) Mostrar, sin motivos justificados, a menores en situaciones peligrosas.</p> <p>e) Incitar conductas que favorezcan la discriminación entre hombres y mujeres.</p> <p>f) Incitar a la adopción de conductas violentas sobre los menores, así como de los menores hacia sí mismos o a los demás, o fomentar estereotipos por razón de sexo, raza u origen étnico, nacionalidad, religión o creencia, discapacidad, edad u orientación sexual.</p> <p>g) Promover el culto al cuerpo y el rechazo a la autoimagen mediante comunicaciones comerciales audiovisuales de 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>2. Las comunicaciones comerciales audiovisuales sobre productos</p>
--	---	---

		<p>b) Formar parte del código de corregulación previsto en el artículo 98.2.</p> <p>c) Proporcionar mecanismos de control parental o sistemas de codificación digital.</p>	<p>especialmente dirigidos a menores, como los juguetes, no inducirán a error sobre las características de los mismos, su seguridad, o la capacidad y aptitudes necesarias en el menor para utilizarlas sin producir daño para sí o a terceros, ni reproducirán estereotipos sexistas de conformidad con lo previsto en la letra a) del artículo 3 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.</p> <p>3. La autoridad audiovisual competente impulsará la adopción 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 grasos trans, sal o sodio y azúcares, para los que no es recomendable una ingesta excesiva en la dieta total, con la finalidad de reducir eficazmente la exposición de los menores a la comunicación comercial audiovisual de estos productos. En el caso de que no se hubieran adoptado códigos de conducta al efecto o de que la autoridad audiovisual competente llegue a la conclusión de que un código de conducta o partes del mismo han demostrado no ser suficientemente eficaces, el Gobierno establecerá</p>
--	--	--	--

			reglamentariamente restricciones en cuanto al contenido de los mensajes o su horario de emisión aplicables a dichas comunicaciones comerciales audiovisuales con la finalidad de garantizar la protección de los menores de edad.
<b>Colombia</b>	<p><b>Artículo 15.2.1.1. Resolución CRC 5050 de 2016</b></p> <p>Los operadores de televisión abierta deberán anteponer a la emisión de sus programas, un aviso que deberá contener, por lo menos, el rango de edad apto para ver el programa, contenido violento o sexual, necesidad de compañía de adulto responsable, si el programa cuenta con mecanismos de acceso para la población sorda o hipoacúsica y la clasificación de la población (infantil, adolescentes, familiar o adulto).</p>	<p><b><u>VIOLENCIA</u></b></p> <p><b>Artículo 16.4.1.5 Resolución CRC 5050 de 2016</b></p> <p>En ninguna franja se podrá mostrar la violencia para hacer apología a ella.</p> <p><b>Artículo 16.4.1.4 Resolución CRC 5050 de 2016.</b></p>	<p><b>Artículo 16.4.1.7 de la Resolución CRC 5050 de 2016</b></p> <p>En ninguna franja de la programación se podrá anunciar armas de fuego, juegos, juguetes o implementos bélicos.</p> <p>Artículo 16.4.9.2 de la Resolución CRC 5050 de 2016.</p> <p><b>Artículos 16.5.4.1, 16.5.4.2, 16.5.4.3, 16.5.4.4 y 16.5.4.5 Resolución CRC 5050 de 2016</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Se prohíbe la transmisión de publicidad directa de alcohol</li> </ul>

<p>Artículo 16.4.9.2 Resolución CRC 5050 de 2016</p> <p><b>Canal de producción propia:</b> deberán anteponer a la emisión de sus programas, un aviso que deberá contener, por lo menos el rango de edad apto para ver el programa, contenido violento o sexual, necesidad de compañía de adulto responsable, si el programa cuenta con mecanismos de acceso para la población sorda o hipoacúsica y la clasificación de la población (infantil, adolescentes, familiar o adulto).</p> <p>En el caso que se trate de programas cuyo tema central sea la violencia o el sexo, pero tenga una finalidad claramente pedagógica, así se deberá indicar en el aviso.</p>	<p>En servicio de televisión abierta, en horario apto para toda la familia se podrán transmitir contenidos violentos, pero no podrá ser el tema central del programa o publicidad, ni ser intrínseca a su contenido; a menos que tenga una finalidad claramente pedagógica.</p> <p>En todo caso, no se podrá presentar primeros planos de violencia ni enfatizar en dichas escenas mediante repeticiones sucesivas o cualquier otro medio.</p> <p>Si es tema central o no tiene una finalidad claramente pedagógica, deberá presentarse en programación y franja para adultos.</p> <p><b>Artículo 16.4.9.2 Resolución CRC 5050 de 2016</b></p> <p><b>Canal de producción propia:</b></p> <p>En el caso que se trate de programas cuyo tema central sea la violencia, pero tenga una finalidad claramente pedagógica, así se deberá indicar en el aviso consagrado en el presente artículo.</p> <p>Este aviso deberá realizarse en forma oral y escrita y a una velocidad que permita su lectura.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Se regula la publicidad promocional de alcohol entre las 21:30 y las 5:00 horas del día siguiente, y durante la transmisión del evento deportivo o cultural.</li> <li>•Se regula la publicidad indirecta de alcohol, la cual puede ser emitida entre las 22:00 y las 05:00 horas del día siguiente.</li> </ul> <p><b>Ley 1335 de 2009 artículo 14.</b></p> <p>Prohibición de publicidad de tabaco. Prohíbe promocionar productos de tabaco en televisión, cine, o cualquier medio de difusión masiva.</p>
--	--	---

**Numeral 11 del Artículo 15.5.2.1  
Resolución CRC 5050 de 2016.**

**Televisión Comunitaria**

Se prohíbe la programación de contenido violencia o que desconozca los fines y principios de la televisión

**SEXO**

**Artículo 16.4.1.8 de la Resolución CRC  
5050 de 2016.**

**Televisión abierta**

En la programación apta para toda la familia o público, se podrá presentar contenidos sexuales, pero no podrá ser el tema central, ni ser intrínseco a su contenido; a menos que tenga una finalidad claramente pedagógica.

No se podrá presentar primeros planos de relaciones sexuales o eróticas ni enfatizar en dichas escenas mediante repeticiones sucesivas o cualquier otro medio.

La programación cuyo tema central es el sexo o las relaciones sexuales o eróticas, y que no tenga una finalidad claramente pedagógica, deberá presentarse siempre en programación y franja para adultos.

		<p><b>Artículo 16.4.9.2 de la Resolución CRC 5050 de 2016</b></p> <p><b>Canal de producción propia:</b> En el caso que se trate de programas cuyo tema central sea el sexo, pero tenga una finalidad claramente pedagógica, así se deberá indicar en el aviso consagrado en el presente artículo.</p> <p>Este aviso deberá realizarse en forma oral y escrita y a una velocidad que permita su lectura.</p>	
<i>México</i>	<p>Los <b>Lineamientos de Clasificación</b> establecen que la clasificación específica de los materiales grabados, de acuerdo con sus características, se categorizan, conforme a</p>	<p>Por su parte, el <b>Lineamiento Séptimo de los Lineamientos de Clasificación</b>, establece que los concesionarios que presten servicios de radiodifusión o de</p>	<p><b>Artículo 246. En la publicidad destinada al público infantil no se permitirá:</b></p> <p>I. Promover o mostrar conductas ilegales, violentas o que pongan en</p>

	<p>los criterios rectores de violencia, adicciones, sexualidad y lenguaje, de la siguiente forma: Lineamiento Décimo. Entre otras cuestiones, las advertencias que se deberán presentar en los programas clasificados como B, B15, C y D, siendo estas las siguientes:</p> <p>(B) “Este programa puede contener escenas de violencia, adicciones, sexualidad o lenguaje no apto para audiencias menores de 12 años de edad.”</p> <p>(B15) “Este programa puede contener escenas de violencia, adicciones, sexualidad o lenguaje no apto para audiencias menores de 15 años de edad.”</p> <p>(C) “Este programa puede contener escenas de violencia, adicciones, sexualidad o lenguaje no apto para audiencias menores de 18 años de edad.”</p> <p>(D) “Programación adulta que contiene escenas extremas de violencia, adicciones, sexualidad o lenguaje soez no apto para audiencias menores de 18 años de edad.”</p>	<p>televisión y audio restringidos y los programadores, deberán hacer del conocimiento del público la clasificación y, en su caso, advertir sobre los contenidos que resulten no aptos para el público infantil.</p>	<p>riesgo su vida o integridad física, ya sea mediante personajes reales o animados;</p> <p>II. Mostrar o promover conductas o productos que atenten contra su salud física o emocional;</p> <p>III. Presentar a niñas, niños o adolescentes como objeto sexual;</p> <p>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 estos;</p> <p>V. Incitar directamente a que compren o pidan la compra o contratación de un producto o servicio;</p> <p>VI. Mostrar conductas que promuevan la desigualdad entre hombres y mujeres o cualquier otra forma de discriminación;</p> <p>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</p> <p>VIII. Contener mensajes subliminales o subrepticios.”</p>
<p><b>Perú</b></p>	<p><b>Ley 28278</b></p> <p><b>Artículo 42.- Advertencia de los programas</b></p>	<p><b>Ley 28278 Artículo 40.</b></p> <p>La programación que se transmita en el horario familiar debe evitar los</p>	<p><b>Ley 28278 Artículo 40. Artículo 8.-</b> De los anuncios publicitarios. Sin perjuicio de 10 dispuesto en la normativa general sobre publicidad, la publicidad de toda</p>

	<p>Los programas que se difundan por televisión fuera del Horario de Protección al Menor, deben incluir una advertencia previa, escrita y verbal, con la clasificación asignada libremente por el titular del servicio, como apto para mayores de catorce (14) años, con orientación de adultos, o apto solo para adultos.</p>	<p>contenidos violentos, obscenos o de otra índole, que puedan afectar los valores inherentes a la familia, los niños y adolescentes.</p> <p><b>Artículo 43.-</b> Prohibición de pornografía</p> <p>Los servicios de radiodifusión no pueden difundir programas con contenido pornográfico o que promuevan el comercio sexual.</p> <p><b>Artículo 44.-</b> Obras cinematográficas</p> <p>El titular del servicio de televisión velará que las obras cinematográficas y los avances de estas, solo se difundan en televisión en horarios adecuados a la calificación por edades que dichas obras cinematográficas tuvieron o debieron tener al exhibirse en los cines del país, o de acuerdo con los ajustes que le formulen. El público debe ser advertido de las adecuaciones realizadas a las obras cinematográficas.</p>	<p>bebida alcohólica deberá sujetarse a las siguientes restricciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Los anuncios escritos deberán consignar, en caracteres legibles y en un espacio no menor del 10% del área total del anuncio, la frase a que se hace referencia en el artículo 7 de la presente Ley.</li> <li>2. La publicidad audiovisual transmitirá en forma visual la frase a que se hace referencia en el artículo 7 de la presente Ley, por un espacio no menor a tres (3) segundos.</li> <li>3. Cuando se trate de publicidad radial, al final del anuncio se deberá expresar en forma clara pausada la frase: "TOMAR BEBIDA ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO".</li> <li>4. No se podrá utilizar argumentos que induzcan el consumo por parte de menores de edad</li> </ol> <p><b>Artículo 9.-</b> De la promoción</p> <p>Se encuentra prohibida la promoción o distribución gratuita de bebidas alcohólicas en actividades destinadas a menores de edad. Asimismo, se encuentra prohibida la promoción o distribución de juguetes que tengan</p>
--	--	---	--

			forma o aludan a productos de bebidas alcohólicas,
<b>Portugal</b>	<p><b>Apartado 4 del Art. 27 de la LTSAP.</b> Los contenidos que puedan tener una influencia nociva en el desarrollo de la personalidad de los niños y jóvenes deberán ser señalizados y siempre que los contenidos de carácter informativo se desarrollen fuera de dichas franjas horarias, deberá advertirse al público sobre la naturaleza del contenido para audiencias sensibles.</p> <p>- La transmisión televisiva de cualquier otro programa que pueda tener una influencia negativa en la formación de la personalidad de los niños y adolescentes debe ir acompañada de la transmisión permanente de una identificación visual adecuada y solo puede tener lugar entre las 22:30 y las 18:00 hrs. 00 am.</p>	<p><b>LTSAP. «Artículo 27 apartado 3</b> - No está permitida la retransmisión televisiva de programas susceptibles de atentar de forma manifiesta y grave contra la libre formación de la personalidad de los niños y jóvenes o su imagen y la reserva de la intimidad de la vida privada y familiar, a saber, los que contengan pornografía o violencia, en los servicios del programa de acceso.</p>	<p><b>LTSAP. Artículo 69-B,</b> de que las comunicaciones comerciales que transmitan no “g) tengan como destinatario específico a los niños y jóvenes, cuando se refieran a bebidas alcohólicas; [...] j) Sean susceptibles de causar daño físico, psíquico o moral a los niños y jóvenes, a saber: i) Incitarlos directamente a comprar o alquilar productos o servicios, aprovechándose de su inexperiencia o credulidad; ii) animarlos directamente a persuadir a sus padres u otras personas para que compren productos o servicios; iii) Aprovecharse de la especial confianza que los niños y jóvenes depositan en sus padres, maestros u otras personas; y iv)</p>

			Mostrar, sin causa justificada, a niños y jóvenes en situación de peligro.».
--	--	--	--

En materia de producción de reportes de monitoreo, informes, recomendaciones y guías elaboradas por los reguladores o por entidades especializadas de sus países o regiones, se advierte la preocupación común por difundir criterios que posibiliten mejorar las prácticas comunicacionales vinculadas con las infancias y adolescencias. Las propuestas, de carácter diagnóstico, conceptual o metodológico, abarcan el ámbito de los medios tradicionales en sus distintos formatos de programación, así como el de la publicidad y el de las nuevas tecnologías. En cuanto a los temas abordados, los estudios recorren tópicos vinculados con los hábitos de consumo mediático de niñas y niños en los distintos medios y dispositivos, aspectos ligados a la protección de las infancias en materia de ciudadanía digital (grooming, ciberacoso, desinformación, etc.), las representaciones que de ellas y ellos se relevan en las producciones audiovisuales (adultización, discriminación, estereotipos, criminalización, etc), y estrategias para el desarrollo de buenas prácticas comunicacionales con enfoque de derechos.\*

- En **Cataluña**, desde el CAC, se desarrollaron distintas instrucciones, recomendaciones e informes a lo largo de los últimos años. Algunos de ellos de carácter general sobre cobertura mediática o tratamiento informativo de la infancia y adolescencia, y otros específicos sobre tratamiento mediático de bulimia y anorexia, maltrato infantil, adopción, participación de personas menores de edad en programas de TV, estereotipos de género en la publicidad de juguetes en TV y en plataformas y redes sociales, publicidades de alimentos y bebidas en vídeos generados por influencers, acceso de personas menores de edad a contenidos de pornografía en internet, publicidad en contenidos de tiktokers, contenidos de juego y apuestas en línea, sexualización de contenidos protagonizados por personas menores de edad en internet e informes sobre emisiones televisivas específicas.
- En **Colombia**, la CRC desarrolló el Estudio Infancia, Adolescencia y Medios Audiovisuales sobre apropiación, usos y actitudes de consumo de contenidos audiovisuales en diversas plataformas por parte de NNyA y sus familias, así como el Manual de buenas prácticas en mediación parental “Viviendo Juntos”. Desde el Ministerio de Cultura se cuenta con los informes resultantes de los encuentros de niños y niñas con responsables de contenidos, periodistas y realizadores/as, denominado ¡Alharaca! Los niños tenemos la palabra (2014-2020), que cuenta también con un portal con recomendaciones sobre contenidos dedicados; investigaciones sobre las necesidades de niñas y niños colombianos para hacer televisión, sobre hábitos de consumo mediáticos de niñas y niños en Colombia y sobre colectivos de comunicación comunitaria con y para la niñez. Desde el Ministerio de Educación se elaboraron guías que no son específicas de comunicación, pero abordan temáticas de cuidado, desarrollo integral de NNyA, promoción de competencias socioemocionales y para la ciudadanía, varias de ellas además vinculadas con la pandemia del COVID-19. Algunos de estos materiales también tienen aspectos desarrollados en formato audiovisual.
- En materia de recomendaciones también se destaca la labor de ENACOM de **Argentina**, que elaboró una serie de documentos a través del CONACAI (Consejo Asesor de la Comunicación Audiovisual y la Infancia que nuclea especialistas de distintas instituciones y que funciona en la órbita del regulador) y del Observatorio de la Discriminación en Radio y TV, en el que

participa junto a otros organismos. Uno de los materiales más relevantes es el de los Criterios de Calidad del CONACAI para una mejor comunicación audiovisual destinada a las infancias y adolescencias, que establece principios orientativos promotores de los derechos comunicacionales de NNyA. El Consejo además elabora declaraciones ante coberturas mediáticas vulneratorias de derechos de NNyA (difusión de hechos violentos contra las infancias, protección de la dignidad e intimidad, cuidado de la imagen, revictimización, acoso y ciberacoso, etc). Otros documentos pertenecen a otros organismos que además integran el Consejo, como UNICEF, la Secretaría de Niñez, Adolescencia y Familia (SENAF) y la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual. Esta última realiza monitoreos trimestrales sobre noticieros de TV abierta, que incluyen el segmento vinculado con infancias y juventudes. Los materiales referidos abordan el tratamiento mediático de temas como ciudadanía digital, violencias digitales, AMI e infodemia, NNyA en presunta infracción a la ley penal, violencia sexual contra NNyA, extravío y abandono de domicilio de NNyA, entre otros.

- En materia de protección sobre anuncios publicitarios y contenidos potencialmente inapropiados, el CAA de **Andalucía** estableció un acuerdo sobre comerciales de alimentos y bebidas destinados a NNyA, recomendaciones e informes sobre noticias falsas, protección de NNyA en entorno digital, publicidad de actividades de juego, ciberacoso, publicidad en cadenas temáticas infantiles, comerciales de bebidas alcohólicas, estereotipos de género en publicidades de juguetes y aparición de NNyA en emisiones relativas a sucesos luctuosos, dramáticos o relacionados con conductas ilegales.
- El regulador de **España** comparte la resolución por la que se aprueban los criterios orientadores para la calificación de contenidos audiovisuales y los informes de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia al Anteproyecto de Ley Audiovisual (2020/2021) en sus apartados sobre protección de menores.
- En el caso de **Chile**, en la lógica de la no intervención en la programación de los canales, el CNTV, como regulador, ha tratado de incentivar la autorregulación de los canales. Una de las maneras, desde el Departamento de Estudios, es a través de Cartillas y Recomendaciones, como las siguientes: *CARTILLAS Programas juveniles en la TV desde la ciudadanía* (2011), *Imagen de la mujer en TV según niñas entre 8 y 10 años* (2011), *Cómo se ven los adolescentes en la TV* y *Recomendaciones de Tratamiento Mediático Niños y Niñas Víctimas de delitos o desastres* (2017).
- En **Perú**, desde el año 2008, cada 2 años el Consejo Consultivo de Radio y Televisión realiza estudios cuantitativos recogiendo la opinión de más de 9500 niños, niñas y adolescentes en 20 ciudades del país. Se firmó la Declaración de Principios sobre los Derechos de los Niños, Niñas y Adolescentes en los Medios De Comunicación (2012); lo hicieron organismos públicos, medios de comunicación, organizaciones vinculadas a la industria de medios y organizaciones de la sociedad civil que trabajan con derechos de las infancias. En el año 2021 se elaboró una guía para el tratamiento adecuado de niños, niñas y adolescentes en los medios de comunicación con el ministerio de la mujer y poblaciones vulnerables con la participación del CONCORTV.

- En **México** se realizaron estudios cualitativos sobre diversos temas vinculados a las infancias, tales como La educación de las niñas y jóvenes mujeres en Ciencias, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas, Las audiencias infantiles y consumo de contenidos en plataformas Over the Top, Las audiencias infantiles y el consumo de publicidad televisiva, Consumo de contenidos de niñas y niños por internet ENCCA2018, Acceso a internet de niñas y niños - ENCCA 2018, y otros sobre apropiación de contenidos de Radio y TV, oferta y consumo de programación para público infantil. Además, se publicaron Newsletters del IFT sobre infancias y mundo digital, alfabetización mediática, ciberseguridad, entre otros.
- **Ecuador** comparte los artículos académicos de análisis investigativos realizados durante el año 2020 sobre Alternativas para la educación escolarizada en tiempos de emergencia en Ecuador: la teleeducación y la COVID-19; El principio de interés superior de niñas, niños y adolescentes y la violencia en la tv ecuatoriana; y el conversatorio virtual sobre Niñez, adolescencia y medios de comunicación.
- Por su parte, la ERC de **Portugal** elaboró en 2008 el Estudo da receção dos meios de comunicação social. Asimismo, en 2009, realizó *A televisão e as crianças*; y los materiales *Crescendo entre ecrãs*, de 2017; y *Os menores e a rádio de serviço público*, de 2020.

#### INICIATIVAS PEDAGÓGICAS HACIA LOS ACTORES RESPONSABLES

---

Es significativa la cantidad, diversidad y calidad de programas y acciones realizadas o coordinadas por los reguladores en materia de capacitación y formación, destacándose aquellos vinculados con la pedagogía del campo audiovisual, la alfabetización en medios o televidencia crítica, así como el acceso crítico y reflexivo por parte de niñas, niños y adolescentes al mundo digital y a las redes. (\*)

En el ámbito educativo, el Consejo Audiovisual de **Catalunya** creó en 2017 EduCAC, un programa elaborado en colaboración con el Departamento de Educación de la Generalitat para promover la educación mediática en ámbitos educativos para desarrollar el conocimiento y comprensión del lenguaje audiovisual. El programa se dirige tanto a familias como a los docentes a partir de cuatro grandes temáticas: la información, el entretenimiento, la publicidad y las buenas prácticas digitales.

Un instrumento potencialmente relevante para el diagnóstico de las competencias en la materia ha sido la iniciativa europea que el Consejo de Catalunya impulsó activamente a través de la oferta a las escuelas del EduMediaTest, estudio para evaluar las competencias en educación mediática y digital de los alumnos de entre 14 y 18 años. La prueba, disponible en 10 lenguas, consta de un cuestionario en línea que evalúa las capacidades de los alumnos y ofrece materiales didácticos.

En el marco de las competencias legales asignadas en **Colombia**, la CRC impulsa la estrategia denominada Pedagogía Ciudadana del Ecosistema Audiovisual, que tiene dos líneas de acción; dar a conocer y sensibilizar al sector audiovisual y cultural colombiano sobre los resultados y principales conclusiones del Estudio *Infancia, adolescencia y medios audiovisuales*. La CRC ha participado en más de 10 eventos nacionales y latinoamericanos de la industria audiovisual y la academia, a fin de socializar este Estudio y generar espacios de reflexión y debate. También se trabajó en la

sensibilización de los padres, madres, cuidadores y docentes para fomentar una adecuada mediación parental al consumo audiovisual de las niñas y niños. Adicionalmente, se implementaron Talleres Audiovisuales de Pluralismo -TAP- destinados al abordaje pedagógico de los contenidos, el pluralismo informativo, formación de audiencias, y nuevas tendencias en la generación de contenidos audiovisuales.

Asimismo, el Consejo Audiovisual de **Andalucía** ha puesto en marcha en 2021 una nueva iniciativa denominada *‘De gira por los colegios. En busca de miradas críticas’*, que pretende promover la alfabetización mediática entre los más jóvenes y fomentar el pensamiento reflexivo sobre los mensajes que reciben a través de los medios audiovisuales. La actividad está destinada a los centros educativos andaluces y, en concreto, al alumnado de Secundaria, Bachillerato y ciclos formativos de Grado Medio y Superior. Representantes del CAA imparten sesiones en las que se invita a los estudiantes a reflexionar sobre el poder de las imágenes difundidas a través del cine, las series y otros contenidos audiovisuales.

Iniciativas similares se desarrollaron en el ámbito cinematográfico y proyecciones educativas en el 2019 y 2020.

En **Argentina**, el Consejo Asesor de la Comunicación Audiovisual y la Infancia (CONACAI) publicó una *Guía de Tratamiento Periodístico para Informar con Responsabilidad* sobre niñez y adolescencia. Se trata de recomendaciones para periodistas a la hora de construir una noticia vinculada a la niñez o a la adolescencia. Se propone una reflexión sobre el modo en que se utilizan las imágenes y las palabras en las coberturas periodísticas, ya que son un vehículo para romper o reforzar las vulneraciones de derechos de chicas y chicos. Asimismo, a través del Observatorio contra la Discriminación en Radio y TV, el ENACOM ha generado pautas de recomendación para temáticas vinculadas con las infancias.

En el año 2021, y como parte del programa anual del Departamento de Estudios, se realizaron en **Chile** coloquios y conversatorios en el marco de actividades que desarrolla anualmente el Departamento de Estudios, con el objeto de difundir su quehacer y formar una masa crítica, tanto al interior del CNTV como fuera de la institución. Uno de ellos, estuvo dedicado a la TV infantil y el rol público. Las Cartillas son distribuidas entre el público externo. Todos los años se realizan capacitaciones en forma descentralizada dirigida a estudiantes de comunicación, comunicadores y periodistas y público en general sobre los derechos de los Niños, Niñas y Adolescentes en los Medios de Comunicación.

Por su parte y a través de su micrositio, el IFT de **México** difunde información con contenido informativo, didáctico y lúdico dirigido a padres, maestros, niñas, niños y adolescentes, que les permiten fortalecer su capacidad de análisis y comprensión de contenidos para un consumo crítico y participativo. En particular, se destaca la información sobre la importancia de la Alfabetización Mediática e Informativa, y su contenido se encuentra traducido a 11 lenguas indígenas, lo que asegura la mayor inclusión posible de la población mexicana. Las actividades incluyen también la realización de foros sobre contenidos en radio y televisión para niñas y niños (2016) con la finalidad de discutir y analizar la situación de la programación dirigida a las audiencias infantiles en ambos medios.

También se distribuyen fichas para profesores sobre Alfabetización Mediática e Informativa con ejercicios útiles para la incorporación de la Alfabetización Mediática e Informativa en las aulas en escuelas de nivel primaria y secundaria, alineadas con el Programa de formación en Alfabetización Mediática e Informativa destinado a docentes de la UNESCO.

Entretanto, en **Ecuador** se han diseñado a partir de 2019 dos cursos virtuales relacionados con infancias y comunicación: *Agentes de Igualdad — Comunicación Inclusiva*, el cual ha tenido 21 réplicas y 9.654 estudiantes aprobados. Orientado a promover el cumplimiento de los derechos a la información y comunicación mediante la participación ciudadana en veedurías u observatorios que exijan el uso de un lenguaje positivo y libre de discriminación. Por otro lado el curso *Niñez y Adolescencia: Comunicación y protección de derechos*, que fortalece el conocimiento sobre la producción de contenidos comunicacionales basados en la normativa técnica y legal para el respeto y la protección de los derechos de niñas, niños y adolescentes.

**Perú**, a través del Consejo Consultivo de Radio y Televisión, desde el año 2008 realiza capacitaciones dirigidas a titulares de los servicios de radiodifusión radial y televisiva, comunicadores, estudiantes de comunicación y padres de familia en distintas regiones del Perú sobre los derechos de los niños, niñas y adolescentes en los medios de comunicación. Asimismo, en alianza con las Facultades de Comunicación a nivel nacional se dictan cursos dirigidos a futuros profesionales de comunicaciones sobre los derechos de la niñez en los medios. Se viene impulsando una mesa de diálogo sobre Alfabetización mediática integrada por profesionales en educación, comunicadores, representantes de Unesco, del Consejo Nacional de Educación y del Ministerio de Educación.

Por su parte, el ente regulador de **Portugal** (ERC) ha trabajado en materia de alfabetización mediática, siendo miembro fundador de GILM – Informal Media Literacy Group (2009). Participó en el Comité Organizador del Primer Congreso Nacional de Alfabetización, Medios y Ciudadanía (2011) y ratificó la Declaración de Braga (documento de compromiso para la promoción concertada de la alfabetización mediática - 2011). Desde esa fecha, la participación en acciones en las escuelas de alfabetización mediática es una práctica anual, que se realiza regularmente a lo largo del año. En 2016 también se creó el FILM - Foro Informal sobre Alfabetización Mediática (10 de marzo de 2016) con la participación del ente portugués. En 2020 se llevó a cabo la iniciativa “7 días con los Medios” en el formato “sin salir de casa”, debido al contexto generado por la pandemia del COVID-19, y tuvo como objetivo promover el pensamiento crítico y la educación mediática.

Asimismo, ERC se sumó en 2020 al proyecto EduMediaTest, una herramienta interactiva destinada a evaluar y mejorar la educación mediática entre los estudiantes europeos. El proyecto, que forma parte del programa europeo *Media Literacy for All*, está cofinanciado por la Comisión Europea y busca capacitar a los estudiantes en el uso de herramientas digitales.

\*El detalle y links de acceso a los documentos específicos brindados por los distintos reguladores se consigna como documento anexo y formará parte del repositorio que organiza el GT NNyA.

## INICIATIVAS PEDAGÓGICAS HACIA NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES

---

Respecto a los procesos de capacitación dirigidos específicamente a niños, niñas y adolescentes citados en la sistematización desarrollada, responden de manera específica a procesos de

alfabetización mediática tanto en ámbitos educativos como en espacios de tipo cultural y/o comunitario. Los objetivos principales que se plantean desde este enfoque son potenciar el conocimiento del lenguaje audiovisual e impulsar buenos hábitos en el consumo audiovisual de la infancia y juventud, así como fomentar el conocimiento y las habilidades de comprensión que permitan usar con eficacia y seguridad los medios.

- **Cataluña.** El Consejo Audiovisual de Catalunya es reconocido por fomentar un sinnúmero de dinámicas y estrategias a favor de la alfabetización mediática a través del programa EduCAC. En este marco, además de la elaboración de material didáctico dirigido a las familias y a la comunidad educativa, la iniciativa más veterana la constituyen los premios EduCAC (antes denominados Premios El CAC en la escuela) que el Consejo convoca anualmente desde el año 2003 y que tienen como objetivo fomentar la educación en comunicación en los centros educativos y reconocer la tarea llevada a cabo por los docentes en las aulas. En los Premios EduCAC pueden participar todos los centros educativos de Cataluña en tres categorías diferentes: centros educativos, profesorado y trabajos de investigación del alumnado.
- **Colombia.** Articulado a los procesos de alfabetización mediática, es posible identificar en países como Colombia algunas experiencias ligadas a acciones de capacitación/sensibilización/formación, cuya línea temática se enfoca al pluralismo informativo, el uso responsable, la innovación en narrativas y cultura digital. Allí se puede referir de manera concreta a la CRC y los ministerios de cultura, tic y educación.
- **Argentina.** A su vez, Argentina comparte experiencias ligadas al debate de los derechos comunicacionales desde el CONACAI, así como articulaciones con eventos literarios, festivales de cine y consejos de infancia, como el propuesto desde Pakapaka ( la señal televisiva de contenidos dedicados).
- El Consejo Audiovisual de **Andalucía** convoca desde el año 2014 los Premios Andaluces '*El Audiovisual en la Escuela*', un certamen que persigue estimular entre la población más joven la capacidad de análisis crítico ante los mensajes que reciben a través de la prensa, la radio, la televisión e internet, introduciendo así la alfabetización mediática en los centros escolares andaluces.
- **México** también presenta una oferta amplia de procesos de formación y/o capacitación dirigidos a niños, niñas y adolescentes. Muchos de ellos están alojados en distintas plataformas y pueden ser desarrollados de manera asincrónica y otros son realizados de manera presencial; entre sus líneas más evidentes se pueden identificar la formación de audiencias, alfabetización Mediática e Informativa, derechos de audiencias y usuarios de telecomunicaciones, prevención de los riesgos a los que todos estamos expuestos en internet. Un evento para resaltar es *Apantallados: Niñas, Niños y TIC en la Sociedad de la Información y el Conocimiento*: Festival celebrado durante los meses de julio y agosto de 2015 en la Ciudad de México, con el propósito de promover el ejercicio de los derechos de expresión de niñas, niños y adolescentes a través de las TIC, así como brindar información acerca de las posibilidades educativas y de desarrollo personal que les dan las nuevas tecnologías en la sociedad de la información y el conocimiento. El IFT anualmente se une a esta celebración, en la que ha organizado diversas jornadas para contribuir a la reducción de brechas entre

hombres y mujeres, y promover su participación en el campo de las ciencias, tecnologías, ingenierías y matemáticas (STEM).

- **Ecuador.** En Ecuador desde el año 2018 hasta la actualidad se han desarrollado talleres enfocados a la protección de la imagen de las niñas, niños y adolescentes en los medios , medios Contenidos comunicacionales con enfoques de derechos. El lenguaje en la reproducción de la discriminación, Imágenes y estereotipos del pueblo afroecuatoriano en los medios de comunicación, entre otros. Allí un aliado de valor ha sido la Fundación Children International.
- **Chile,** por su parte, hace referencia a las acciones impulsadas por el Ministerio de Desarrollo Social y Familia, y también al portal web: Chile Crece Contigo que es parte del Sistema de Protección Social y cuya función es acompañar, proteger y apoyar integralmente, a todos los niños, niñas y sus familias. También relaciona el Acuerdo Nacional por la infancia y las acciones clave de la Defensoría de la Niñez.
- En **Perú,** el Consejo Consultivo de Radio y Televisión ha realizado capacitaciones a niños, niñas y adolescentes que pertenecen a los Consejos Consultivos de Niños y Adolescentes, grupo importante de NNA convocados desde instituciones públicas. Asimismo, se han capacitado a NNA líderes que capacitados en alianza con instituciones como Save The Children y Acción por los Niños.
- **Portugal.** Finalmente, desde la creación del ERC, Portugal ha tomado medidas y se ha trabajado en materia de alfabetización mediática, El ERC es miembro fundador de GILM– Informal Media Literacy Group (2009) <http://www.7diascomosmedia.pt/gilm/> .En 2020 se sumó al proyecto EduMediaTest, una herramienta interactiva destinada a evaluar y mejorar la educación mediática entre estudiantes europeos El proyecto, que forma parte del programa europeo Media Literacy for All, está cofinanciado por la Comisión Europea y se realiza con el objetivo de “evaluar los niveles de alfabetización mediática de los estudiantes, entre 14 y 18 años, en siete países europeos, a través de los respectivos reguladores audiovisuales y organismos públicos en el ámbito de la educación”.

## CONCLUSIONES

El análisis del material aportado por los países que integran el Grupo de Trabajo “Niñez y adolescencia: oferta audiovisual y protección” constituye un paso relevante para contar con un diagnóstico actualizado de la situación regional en materia de promoción y protección de los derechos de las infancias y adolescencias en los medios de comunicación audiovisual y los contenidos digitales.

Se encontró que los reguladores de los países relevados cuentan con una importante base normativa que mediante leyes, protocolos y mecanismos de fiscalización mantiene un seguimiento activo de los programas vinculados con las infancias, incluyendo la vigilancia sobre material publicitario y los horarios de protección. Pero además de la recepción, se estimula -mediante diversos mecanismos de promoción y fomento- la producción de contenidos propios y la voz de las infancias en los medios locales, en un contexto de fuerte presencia de plataformas globales que comercializan contenidos para esas audiencias.

En ese marco, deben destacarse también las iniciativas tendientes a desarrollar la alfabetización mediática e informacional, procurando fortalecer la capacidad de análisis y comprensión de contenidos para un consumo crítico y participativo de aquellos que se desempeñan en el mundo digital. En muchos casos, los reguladores cuentan con organismos o áreas específicamente dedicadas al seguimiento de las temáticas, con un enfoque de derechos que incluye una pedagogía de la comunicación en los medios y las redes, apuntando al uso crítico y reflexivo del nuevo escenario comunicacional.

## Anexo

### MARCO NORMATIVO

#### Argentina

Convención de los Derechos del Niño (CDN) Vigente en Argentina desde 1990. Adquiere jerarquía constitucional en 1994. <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/0-4999/249/norma.htm>.

Constitución Nacional, en su art. 75 inc. 22 incorpora los Tratados Internacionales de DDHH, entre ellos la CDN. <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/0-4999/804/norma.htm>.

Código Civil y Comercial de la Nación (2015) Arts. 25 y 26: derechos de las personas menores de edad (hasta 18 años). Determina la adolescencia a partir de los 13 años. El CCyCN recepta el principio de interés superior y de autonomía progresiva de la CDN. <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/235000-239999/235975/norma.htm>

Ley Nacional Nº 26.061/2005 de Protección Integral de los Derechos de NNyA. <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/110000-114999/110778/norma.htm>

Ley Nacional Nº 26.522/2009 de Servicios de Comunicación Audiovisual. <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/155000-159999/158649/texact.htm>  
<http://www.consejoinfancia.gob.ar/>

Decreto 1225/2010 Reglamentario de la Ley 26.522. <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/170000-174999/171306/texact.htm>

Ley Nacional Nº 27.078/2014. Argentina Digital. <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/235000-239999/239771/texact.htm>

Decreto 690/2020. Argentina Digital <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/340000-344999/341372/norma.htm>

Decreto 267/2015. ENACOM <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/255000-259999/257461/norma.htm>

Ley Nº 26.206/2006 de Educación Nacional <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/120000-124999/123542/texact.htm>

Ley 27.590/2020 “Mica Ortega”. Programa Nacional de Prevención y Concientización del Grooming o Ciberacoso contra Niñas, Niños y Adolescentes. <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/345000-349999/345231/norma.htm>

La TV Pública elaboró su primer Código de Ética, impulsado por el Directorio de RTA, en cumplimiento de la Ley 26.522 (art. 134 inc c). <https://www.radioytelevisión.ar/codigo-de-etica-tvp/disponible-para-su-lectura/>

#### España

Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual  
[https://www.boe.es/diario\\_boe/txt.php?id=BOE-A-2022-11311](https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2022-11311)

### **México**

La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos  
[http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/1\\_280521.pdf](http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/1_280521.pdf).

Ley General de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes  
[http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGDNNA\\_110121.pdf](http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGDNNA_110121.pdf).

Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión  
[http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFTR\\_200521.pdf](http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFTR_200521.pdf).

El Instituto Federal de Telecomunicaciones emitió los “Lineamientos Generales sobre las Guías Electrónicas de Programación del Servicio de Televisión Restringida”, disponibles en:  
[http://www.dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=5610680&fecha=02/02/2021](http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5610680&fecha=02/02/2021).

“Lineamientos de clasificación de contenidos audiovisuales de las transmisiones radiodifundidas y del servicio de televisión y audio restringidos”, publicados en el DOF el 21 de agosto de 2018.  
[https://www.dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=5535366&fecha=21/08/2018](https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5535366&fecha=21/08/2018).

“Modificación a los Lineamientos de clasificación de contenidos audiovisuales de las transmisiones radiodifundidas y del servicio de televisión y audio restringidos, publicados el 21 de agosto de 2018” publicada en el DOF el 14 de febrero de 2020. Disponible en:  
[https://dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=5586597&fecha=14/02/2020](https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5586597&fecha=14/02/2020).

## **PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS DEDICADOS A LAS INFANCIAS**

### **Argentina**

Canal PakaPaka (2010): Primer canal infantil público de la Argentina. Creado como un espacio de juego e imaginación, de curiosidad y conocimiento, de innovación y desafío y, sobre todo, de descubrimiento y diversión.  
<http://www.pakapaka.gob.ar/>

### **Chile**

Iniciativa del Consejo Nacional de Televisión de Chile, del año 2000 y que produce programación de tipo cultural y educativa para niños y niñas: CNTV Infantil <https://cntvinfantil.cl/>  
<https://play.cntv.cl/infantil> el canal de YouTube CNTV Infantil

El canal público chileno, Televisión Nacional de Chile 1, creó en el año 2020, la señal TVEduca, <https://www.tvn.cl/tveducachile/> para niños y niñas hasta 12 años, que se emite por la señal 2 de TVN.

### **México**

El canal Once Niñas y Niños (XEIPN-TDT) del Instituto Politécnico Nacional, que inició sus transmisiones el 24 de agosto de 2015.  
[https://canalonce.mx/acercade/boletin\\_696.html](https://canalonce.mx/acercade/boletin_696.html).

## CONTENIDOS EDUCATIVOS

### **Argentina**

La plataforma educ.ar y la TV Pública (Canal 7) distribuyeron contenidos educativos (Seguimos educando) durante 2020, con motivo de la pandemia de Covid.

<https://www.educ.ar/>

### **México**

La Telesecundaria, un modelo de enseñanza que combina la educación a distancia con la educación presencial. <https://www.gob.mx/aprendemx/articulos/la-telesecundaria-celebra-su-52-aniversario?idiom=es>.

<https://telesecundaria.sep.gob.mx/>.

<https://telesecundaria.sep.gob.mx/Content/Discapacitados/>.

Ingenio TV, un canal de televisión a cargo de la Dirección General de Televisión Educativa -organismo centralizado de la Secretaría de Educación Pública (SEP)-, que inició transmisiones en el 2012 y cuya programación está conformada por contenidos educativos, de divulgación y culturales. Su objetivo es que niñas, niños y jóvenes desarrollen valores, habilidades y competencias. <https://www.jornada.com.mx/2012/09/01/cultura/a04n2cul>.

En el 2008 la SEP comenzó a trabajar en el desarrollo de la Universidad Abierta a Distancia de México (UnADM). <https://www.unadmexico.mx/>.

Desde el 2013 existe Telebachillerato Comunitario, el cual opera en poblaciones con menos de 2,500 habitantes que no cuentan con servicios de educación media superior a 5 kilómetros a la redonda. <http://www.sems.gob.mx/telebachilleratos>.

Prepa en Línea SEP, que dio inicio en el año 2014, brinda educación a jóvenes y adultos que hayan concluido la educación básica y deseen cursar sus estudios de bachillerato o desarrollar competencias laborales, en una opción virtual, con horarios flexibles, adaptable al contexto del estudiante y que aproveche el potencial de las nuevas tecnologías para desarrollar habilidades, conocimientos y actitudes en los estudiantes. <https://prepaenlinea.sep.gob.mx/conocenos/conoce-prepa-en-linea-sep/>.

[https://infosen.senado.gob.mx/sgsp/gaceta/64/2/2020-02-051/assets/documentos/Agenda\\_Digital\\_Educacion.pdf](https://infosen.senado.gob.mx/sgsp/gaceta/64/2/2020-02-051/assets/documentos/Agenda_Digital_Educacion.pdf).

La plataforma MéxicoX, ofrece cursos masivos abiertos en línea, de la Secretaría de Educación Pública, a través de la Dirección General de Televisión Educativa. Y está alineado a modelos y estándares de nivel internacional en materia de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), con el fin de erradicar la brecha digital en el tema de educación. <https://mexicox.gob.mx/about>.

En el contexto de la epidemia generada por el virus SARS-CoV2 (COVID-19), Aprende en Casa. Orientaciones para fortalecer las estrategias de educación a distancia durante la emergencia por COVID-19, Secretaría de Educación Pública. [https://0201.nccdn.net/4\\_2/000/000/038/2d3/05\\_Aprende\\_en\\_casa\\_Orientaciones\\_20\\_ABRIL\\_vf.pdf](https://0201.nccdn.net/4_2/000/000/038/2d3/05_Aprende_en_casa_Orientaciones_20_ABRIL_vf.pdf).

[http://www.ift.org.mx/sites/default/files/p\\_ift\\_ext\\_200420\\_9\\_2104.pdf](http://www.ift.org.mx/sites/default/files/p_ift_ext_200420_9_2104.pdf).

## POLÍTICAS DE FOMENTO

### **Colombia**

Última convocatoria dirigida al sector audiovisual por parte de MinTIC incluyó 8 producciones de animación dirigidas a niños, niñas y adolescentes por un valor de \$2.472.000.000 millones en 2021 y once contenidos de animación para Niños, Niñas y Adolescentes con un valor de \$ 3.005.893.888 en 2020. <https://www.mintic.gov.co/micrositios/convocatoriastv2021/756/w3-channel.htm>

En el Portafolio de Estímulos del Ministerio de Cultura se han realizado convocatorias anuales desde 2010 para la producción de contenidos mediáticos culturales con y para niñas, niños y adolescentes. <https://mincultura.gov.co/planes-y-programas/programas/programa-nacional-estimulos/Documents/Estimulos%202021/MANUAL%20PROGRAMA%20NACIONAL%20DE%20EST%20C3%8DMULOS%20PORTAFOLIO%202021.pdf>

### **Argentina**

A través del Fondo de Fomento a Medios Comunitarios y de Pueblos Originarios (FOMECA) se asignaron recursos para la producción de Línea Contenidos para “Infancias y Adolescencias”. [https://www.enacom.gob.ar/fomeca/concursoabiertos/linea\\_142?codigolinea=42](https://www.enacom.gob.ar/fomeca/concursoabiertos/linea_142?codigolinea=42)

### **México**

El Instituto Mexicano de Cinematografía establece entre sus objetivos 2020-2024 “fortalecer el desarrollo cinematográfico y audiovisual en las regiones y comunidades del país, con especial atención a los pueblos indígenas y afromexicanos, nuevas generaciones de cineastas, proyectos para niñas y niños, y comunidades en situación de vulnerabilidad” <http://www.imcine.gob.mx/wp-content/uploads/2021/04/Programa-Institucional-Imcine-2020-2024-DOF.pdf>.

## MATERIALES Y GUÍAS DE BUENAS PRÁCTICAS

### **Colombia**

En 2020 la CRC desarrollo el Estudio Infancia, adolescencia y medios audiovisuales en Colombia: apropiación, usos y actitudes, que tuvo como objetivos caracterizar las maneras en que la población de niños, niñas y adolescentes entre los 6 y los 17 años consumen contenidos audiovisuales en diversas plataformas y medios de comunicación audiovisual en Colombia, así como la actitud de los padres o cuidadores respecto a dicho consumo de contenidos en general, y las dinámicas de prosumo audiovisual para dicha población.

<https://www.crccom.gov.co/uploads/images/files/2021/Informe%20ejecutivo%20estudio%20de%20infancia%20VF.pdf>

Manual de buenas prácticas en mediación parental, televisión y contenidos audiovisuales en múltiples dispositivos, Viviendo Juntos. Es un recurso de gran utilidad para quienes día a día asumen la esencial y compleja labor de preparar y acompañar a sus hijos para un consumo audiovisual adecuado y constructivo, la llamada mediación parental.

[file:///D:/Users/john.sanchez/Desktop/CRC/PEDAGOG%C3%8DA%20CIUDADANA/viviendo%20juntos%20final%20\(3\)%20\(1\).pdf](file:///D:/Users/john.sanchez/Desktop/CRC/PEDAGOG%C3%8DA%20CIUDADANA/viviendo%20juntos%20final%20(3)%20(1).pdf)

Ministerio de Cultura ¡ALHARACA! Los niños tenemos la palabra (2014-2020). Se trata de un espacio de encuentro en el que se reúnen grupos de niños con responsables de contenidos, periodistas, realizadores de televisión y otros medios, para analizar juntos los contenidos de comunicación que la sociedad ofrece a la niñez.

2014: ¡ALHARACA! Los niños tenemos la palabra - regional  
<http://bancodecontenidos.mincultura.gov.co/alharaca2014/>

2015: ¡ALHARACA! Los niños tenemos la palabra por la paz  
<http://bancodecontenidos.mincultura.gov.co/alharaca2015/>

2016: ¡ALHARACA LAB! Los niños tenemos la palabra. De la opinión a la acción  
<https://mincultura.gov.co/areas/comunicaciones/comunicacion-cultural-y-ni%C3%B1ez/quehacemos/%C2%A1alharaca!/Documents/Memorias2016.pdf>

Alharaca por la paz (2017- 2018) En 2017 se consolida la metodología de Alharaca Lab y se convierte en un proceso a un año dividido en tres fases, en el que se amplían las posibilidades de creación, expresión e injerencia de los niños y los adolescentes en los temas que consideran importantes. Buscó motivar procesos de reconciliación y construcción de paz a través de expresiones artísticas y estrategias de comunicación participativa. La implementación de las tres fases se desarrolló en Florencia y San Vicente del Caguán, Caquetá, con niños y jóvenes de comunidades vulnerables que al vincularse a la experiencia empezaron a reconocerse como sujetos creativos capaces de aportar al bienestar de sus territorios.

<https://mincultura.gov.co/areas/comunicaciones/comunicacioncultural-yni%C3%B1ez/quehacemos/%C2%A1alharaca!/Paginas/default.aspx>

Con el fin de entender las necesidades de los niños y niñas colombianos, esta investigación aborda situaciones y relatos infantiles, mezclando su relación entre fantasía y realidad. El documento, sirvió de inspiración para la creación de la serie “La lleva” y “La lleva internacional”, programas de gran trascendencia en Colombia y Latinoamérica.

<https://mincultura.gov.co/areas/comunicaciones/comunicacioncultural-yni%C3%B1ez/contenidos/investigacion/Paginas/default.aspx>

Princesas, transgresores, apasionados y otros (2015) Para el año 2015, se realiza esta investigación que busca enriquecer la relación comunicación-cultura-niñez, con el fin de tener una aproximación a los hábitos de consumo mediático de los niños y niñas en Colombia. El estudio se acerca a los niños desde su personalidad, gustos, sentimientos, pensamientos y conductas, para construir un perfil que determine lo que son y lo que consumen.

<https://mincultura.gov.co/areas/comunicaciones/comunicacioncultural-yni%C3%B1ez/contenidos/investigacion/Paginas/default.aspx>

Claves Alharaca (El portal) Es una colección de recomendaciones prácticas que apuntan a la cualificación de los contenidos destinados a los niños y está dividida en las diferentes fases que se deben tener en cuenta a la hora de pensar, realizar y circular contenidos para la niñez.  
<http://bancodecontenidos.mincultura.gov.co/clavesalharaca/index.html>

Guía “Familias que cuidan y protegen” Orienta sobre las estrategias y acciones para acompañar el proceso educativo y de cuidado de los niños, niñas y adolescentes en la casa y contribuir a mitigar el riesgo de contagio COVID - 19.

Se puede consultar en [https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-394115\\_recurso\\_2.pdf](https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-394115_recurso_2.pdf)

[https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-394577\\_recurso\\_4.pdf](https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-394577_recurso_4.pdf)

Documento “Orientaciones técnicas: Alianza Familia - Escuela por el desarrollo integral de niñas, niños y adolescentes” Es dirigido a establecimientos educativos y a equipos técnicos de las secretarías de educación, orientada a fortalecer el trabajo articulado de estas dos institucionalidades, en una relación más horizontal que reconoce los saberes y las características propias de la familia, fortalecer sus capacidades para la crianza, el cuidado y la educación y cualificar los procesos conjuntos, más allá de los espacios formales creados por la normatividad. [http://aprende.colombiaaprende.edu.co/ckfinder/userfiles/files/Orientaciones%20T%C3%A9cnicas%20Alianza%20Familia%20Escuela%20por%20el%20desarrollo%20integral%20de%20ni%C3%B1as%20y%20adolescentes%20\(2\).pdf](http://aprende.colombiaaprende.edu.co/ckfinder/userfiles/files/Orientaciones%20T%C3%A9cnicas%20Alianza%20Familia%20Escuela%20por%20el%20desarrollo%20integral%20de%20ni%C3%B1as%20y%20adolescentes%20(2).pdf)

Profe en tu casa (2020) Diseño y presentación de programas dirigidos a familias, en el Programa Profe en Tu Casa producido con Radio y Televisión de Colombia – RTVC- que se emite todos los lunes de 10:00 a.m. a 11:00 a.m. <https://www.rtvplay.co/competencias-basicas-ciudadanas-socioemocionales/profe-en-tu-casa>

Estrategia Familias Buena Onda Allí se diseñó y puso a disposición de la comunidad educativa contenidos dirigidos a padres, madres y cuidadores, con enfoque de alianza familia - escuela, para apoyar a las familias en su rol de cuidado, crianza, protección y educación y la importancia del trabajo articulado con la escuela. Sus líneas de trabajo son: Crianza con amabilidad y firmeza, Derecho a la educación, salud mental y bienestar emocional, Salud y bienestar físico, seguridad en línea y fuera de línea. <https://escuelasecretarias.mineduacion.gov.co/publicaciones/55>

Colección familias que acompañan las experiencias educativas de sus niños, niñas y adolescentes. Serie de 22 fascículos dirigidos a familias. Cada fascículo es una oportunidad para que las familias profundicen en un tema propuesto desde sus saberes, características y experiencias, y lo enriquezcan con otros elementos de sus culturas y contextos cotidianos. <https://escuelasecretarias.mineduacion.gov.co/publicaciones/55>

### Argentina

Criterios de Calidad del CONACAI para una mejor comunicación audiovisual destinada a las infancias y adolescencias: es una guía que apunta a incentivar la producción de contenidos audiovisuales de calidad destinados a las infancias y adolescencias. Estos criterios -que más que una receta acabada son una base para construir- enumeran y explican cómo la comunicación audiovisual debe ser una herramienta de acceso al derecho fundamental de las infancias y adolescencias a ser escuchadas, valoradas y reconocidas. Actualización 2021. <http://www.consejoinfancia.gob.ar/wp-content/uploads/2022/05/Criterios-de-Calidad-del-CONACAI.pdf>.

### España

Resolución por la que se aprueban los criterios orientadores para la calificación de contenidos audiovisuales [https://www.cnmc.es/sites/default/files/964426\\_0.pdf](https://www.cnmc.es/sites/default/files/964426_0.pdf)  
INFORMES DE LA CNMC AL ANTEPROYECTO DE LEY AUDIOVISUAL (DICIEMBRE DE 2020 Y JULIO DE 2021). VER APARTADOS DEL INFORME SOBRE PROTECCIÓN DE MENORES [https://www.cnmc.es/sites/default/files/3309300\\_9.pdf](https://www.cnmc.es/sites/default/files/3309300_9.pdf)  
[https://www.cnmc.es/sites/default/files/3649810\\_1.pdf](https://www.cnmc.es/sites/default/files/3649810_1.pdf)

### Chile

Tratamiento mediático a niñas y mujeres víctimas de violencia. <https://www.cntv.cl/wp-content/uploads/2020/10/Recomendaciones-ninos-y-ninas-victimas.pdf>.

### Ecuador

Revista Enfoques de la Comunicación No. 5 “Comunicación y nuevas realidades: aprendizajes en contextos de pandemia”. <https://www.consejodecomunicacion.gob.ec/enfoques-5/>.

Revista Enfoques de la Comunicación No.4 “Investigaciones sobre la violencia y discriminación en los medios de comunicación”. <https://www.consejodecomunicacion.gob.ec/enfoques-4/>

Conversatorio virtual “Niñez, adolescencia y medios de comunicación”.

[https://www.facebook.com/watch/live/?v=674316500124201&ref=watch\\_permalink](https://www.facebook.com/watch/live/?v=674316500124201&ref=watch_permalink)

Memorias del conversatorio virtual “Niñez, adolescencia y medios de comunicación”.

<https://www.consejodecomunicacion.gob.ec/ninez-adolescencia-y-medios-de-comunicacion/>

## Portugal

Estudio de recepción en redes sociales.

<https://www.erc.pt/download/YToyOntzOjg6ImZpY2hlaXJvltzOjM4OiJtZWRpYS9lc3R1ZG9zL29iamVjdG9fb2ZmbGluZS8zMi44LnBkZiI7czo2OiJ0aXR1bG8iO3M6NTA6ImVzdHVkby1kZS1yZWNIcGNhby1kb3MtZWVpb3MtZGUtY29tdW5pY2FjYW8tc29jaWFsIjt9/estudo-de-recepcao-dos-meios-de-comunicacao-social>

Televisión y niños 2009

<https://www.erc.pt/download/YToyOntzOjg6ImZpY2hlaXJvltzOjM4OiJtZWRpYS9lc3R1ZG9zL29iamVjdG9fb2ZmbGluZS8zMC4yLnBkZiI7czo2OiJ0aXR1bG8iO3M6NTA6ImVzdGVsZXZpc2FvLWUtYXMTY3JpYW5jYXMTdW0tYW5vLWRLXByb2dyYW1hY2FvLW5hIjt9/a-televisao-e-as-criancas-um-ano-de-programacao-na>

Crecer entre pantallas 2017

<https://www.erc.pt/documentos/Crescendoentreecras/mobile/index.html#p=1>

Menores y radio de servicio público 2020

<https://www.erc.pt/download/YToyOntzOjg6ImZpY2hlaXJvltzOjM5OiJtZWRpYS9lc3R1ZG9zL29iamVjdG9fb2ZmbGluZS8xMzMuMi5wZGYiO3M6NjoidGl0dWxvltzOjM5OiJvcy1tZW5vcmVzLWUtYS1yYWRpby1kZS1zZXJ2aWNvLXB1YmtpY28iO30=/os-menores-e-a-radio-de-servico-publico>

## INICIATIVAS PEDAGÓGICAS

### Cataluña

EduCAC proporciona material didáctico al profesorado y contenidos y propuestas para familias gratuitamente a través del web [www.educac.cat](http://www.educac.cat).

### Colombia

La CRC ha participado en más de 10 eventos nacionales y latinoamericanos de la industria audiovisual y la academia, donde ha tenido la oportunidad de socializar y generar espacios de reflexión y debate acerca de los contenidos que están consumiendo las niñas, niños y adolescentes colombianos. <https://www.crcm.gov.co/uploads/images/files/2021/Informe%20ejecutivo%20estudio%20de%20infancia%20VF.pdf>

Manual de buenas prácticas en mediación parental, televisión y contenidos audiovisuales en múltiples dispositivos, Vi-viendo Juntos que la CRC publicó en 2020. <https://www.crcm.gov.co/es/biblioteca-virtual/manual-buenas-practicas-vi-viendo-juntos-mediacion-parental-televison->

Cursos virtuales disponibles en una plataforma de e-learning de la CRC denominada Aula CRC <https://aula.crcm.gov.co/login/index.php> y que tiene los siguientes énfasis pedagógicos: Recepción crítica de contenidos audiovisuales, Verificación de información tomada de internet (manejo de fake

news), Derechos del televidente, Nuevas narrativas en la convergencia, Nuevos formatos audiovisuales, Prosumo responsable: generación de contenidos ciudadanos, Estatuto de la Oposición.

En el marco de los Talleres Audiovisuales de Pluralismo se desarrolló un curso virtual denominado Prosumo responsable: generación de contenidos ciudadanos, que está dirigido entre otros grupos poblacionales a adolescentes escolarizados. <https://aula.crcom.gov.co/login/index.php>.

<https://bancodecontenidos.mincultura.gov.co/MultimediaDirCom/> Allí se encuentra una sección dedicada al balance de las acciones en comunicación cultural, niñez y juventud <https://bancodecontenidos.mincultura.gov.co/MultimediaDirCom/pccnj.html>.

¡CLAVES ALHARACA! para la Participación (2016) Esta fue una herramienta diseñada por el Proyecto de Comunicación Cultural y Niñez de la Dirección de Comunicaciones que ofrece prácticas y actividades para fomentar la participación en los niños y adolescentes. <https://mincultura.gov.co/areas/comunicaciones/comunicacionculturalyni%c3%b1ez/quehacemos/clavealharacaparalaparticipacion/Paginas/default.aspx>.

El Encuentro Nacional de Infancia, Juventud y Medios (ENIJM) 2020 fue un encuentro digital que reunió saberes y experiencias de Latinoamérica en la producción de contenidos para niñas, niños y jóvenes; planteó espacios para la apropiación de herramientas innovadoras y ofreció muestras de contenidos inspiradores en formatos audiovisuales, sonoros y de nuevos medios. El ENIJM 2021, propuso nuevas miradas que van desde lo sonoro como estrategia multiplataforma, el poder de los procesos desde la región, la formación de públicos, la implementación de grupos focales, hasta el empoderamiento de los niños, las niñas y los jóvenes como creadores de sus propios contenidos. Algunos contenidos desarrollados en estos encuentros están disponibles en: <https://www.facebook.com/ProyectoIJM>.

### Argentina

CINE Y DERECHOS DE LAS INFANCIAS del FESTIVAL OJO AL PIOJO! Donde el CONACAI presentó sus Criterios de Calidad [https://www.instagram.com/p/CSu\\_Y10Aj0k/](https://www.instagram.com/p/CSu_Y10Aj0k/)  
<https://www.youtube.com/c/CentroAudiovisualRosario>

CONVERSATORIO CONACAI: son encuentros para charlar con especialistas de diversos sectores de la comunicación y las infancias. En esta oportunidad con la presencia de Débora Nakache, Dra. en Psicología y Coordinadora del Programa Medios en la Escuela. "Niñxs Cineastas. Psicología de la creación, construcción conceptual y prácticas situadas". <https://www.instagram.com/p/CSsLHWSAQij/>

CONVERSATORIO CONACAI: "Narrativas no lineales Interactivas de las Infancias Actuales en Tiempos de Economías de Plataformas", con Carolina Di Palma, Dra. En Comunicación (UNLP), Responsable de proyectos de convergencia digital de PAKA PAKA. <https://www.instagram.com/p/CTpa3yPgDQn/>

Signis Argentina, a través de su proyecto Cine Mundo Chico, lanzó un ciclo de talleres para docentes y docentes en formación de todos los niveles durante los meses de octubre y noviembre. Bajo el lema "Talleres CreActivos para una educación inclusiva", las actividades incluyeron profesionales de destacada trayectoria en el campo profesional que compartieron herramientas muy prácticas para contribuir con los procesos creativos y comunicativos en campos como el cine, la animación, las aplicaciones, las noticias y los derechos de las infancias. Los talleres se enmarcan en los conceptos teóricos de la Educomunicación y los procesos de

aprendizaje y alfabetización audiovisual, mediática y digital, poniendo énfasis en la formación inclusiva y solidaria.

<https://www.instagram.com/p/CUVxXUAgUHD/>

CONACAI participó del Seminario Internacional organizado por OBSERVACOM "Desafíos regulatorios para la protección de los derechos de niñas, niños y adolescentes en los servicios audiovisuales en América Latina". <https://www.instagram.com/p/CUdRSetv0k6/>

<https://www.youtube.com/c/Observacom>

"Tecnología Educativa" dictada por la Licenciada en Educación, Especialista y Magister en Tecnología Educativa, Melina Ignazzi. Cine Mundo Chico y Signis Argentina.

<https://www.instagram.com/p/CVNsDQYA2f5/>

El CONACAI se presentó en el Festival Internacional de Cortometrajes "Oberá en cortos. Por la identidad y la diversidad cultural". Fue parte de la mesa de debate sobre las infancias: "Producir con y para las Infancias y Adolescencias", <https://www.instagram.com/p/CUyZaEYgKYe/>

CONVERSATORIO CONACAI: con Luis Lazzaro, especialista en educación y Director de Relaciones Institucionales de ENACOM, presenta su libro "La radio como mediación pedagógica en la educación". La obra examina los aportes de la radio en la educación como recurso pedagógico en escuelas de enseñanza primaria y secundaria, en un marco temporal y contextual.

<https://www.instagram.com/p/CVQKN-igjtA/>

Taller para Comunicadorxs. "Los derechos comunicacionales de las infancias y adolescencias". Herramientas para un abordaje responsable. Organizado por el Gobierno de la Provincia de Entre Ríos, la Secretaría de Comunicación, la Universidad Nacional de Entre Ríos, Facultad de Ciencias de la Educación, CONACAI, la Defensoría del Público y ENACOM.

<https://www.instagram.com/p/CVnYCn6lxJE/>

Taller para Comunicadorxs. "Los derechos comunicacionales de las infancias y adolescencias". Herramientas para un abordaje responsable. Organizado por el Gobierno de la Provincia de Río Negro, Canal 10 Radio y Televisión Río Negro, el Instituto Universitario Patagónico de las Artes, la Universidad Nacional de Río Negro, la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Comahue, CONACAI, la Defensoría del Público y ENACOM.

<https://www.instagram.com/p/CWawUS6gKoR/>

En el marco de la Semana Mundial de la Alfabetización Mediática que organiza UNESCO, se realizó un encuentro virtual como adelanto del libro "Claves Mil: navegando la Infodemia", que recoge la memoria de la Primera jornada de alfabetización digital, ciudadanía y desinformación en tiempos de pandemia, de la que participaron integrantes del CONACAI.

<http://www.consejoinfancia.gob.ar/claves-mil-navegando-la-infodemia-28-10-13-hs/>

CONVERSATORIO CONACAI: "Noticieros para las infancias, una audiencia particular para un género específico". Con Aldana Duhalde, especialista y asesora en infancias y medios, en diálogo con la periodista especialista en géneros e infancias Graciela Stuchlik.

<https://www.instagram.com/p/CW3RnJ7FtKY/>

## Chile

El año 2021, y como parte del programa anual del Departamento de Estudios, se realizaron Coloquios/Conversatorios, que son actividades que desarrolla anualmente el Departamento de Estudios, con el objeto de difundir su quehacer y formar una masa crítica, tanto al interior del CNTV

como fuera de la institución. Uno de ellos, estuvo dedicado a la TV infantil y el rol público: [https://us02web.zoom.us/rec/share/y8-q\\_5JhOFcuNA3JVhu5EQRZhHE0Zd3ABAR5Ped9tGcnjRpUOXDhYJs5xCF0GU\\_EYhcDb7UvQe8II2](https://us02web.zoom.us/rec/share/y8-q_5JhOFcuNA3JVhu5EQRZhHE0Zd3ABAR5Ped9tGcnjRpUOXDhYJs5xCF0GU_EYhcDb7UvQe8II2).  
Código de acceso para acceder: x3uXZUp+

Chile Crece contigo <https://www.crececontigo.gob.cl/acerca-de-chcc>.  
Ministerio de Desarrollo social y Familia <https://www.desarrollosocialyfamilia.gob.cl/programas-sociales/ninez>.

Acuerdo Nacional por la infancia [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2Fwww.minjusticia.gob.cl%2Fmedia%2F2018%2F07%2FAcuerdo\\_Nacional\\_por\\_la\\_Infancia.pdf&clen=257610&chunk=true](chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2Fwww.minjusticia.gob.cl%2Fmedia%2F2018%2F07%2FAcuerdo_Nacional_por_la_Infancia.pdf&clen=257610&chunk=true).

Defensoría de la Niñez <https://www.defensorianinez.cl/noticias/conoce-mas-de-nuestra-campana-anual-de-derechos-2020-2021>.

EDUCARSE <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2Feducarse.cl%2Fwp-content%2Fuploads%2F2017%2F12%2FPolitica-Nin%25CC%2583ez-y-Adolescencia-2015-2025.pdf&chunk=true>

### México

El Micrositio IFT Somos Audiencias que se encuentra dentro de la página web del IFT, difunde información con contenido informativo, didáctico y lúdico dirigido a padres, maestros, niñas, niños y adolescentes, que les permiten fortalecer su capacidad de análisis y comprensión de contenidos para un consumo crítico y participativo. <https://somosaudiencias.ift.org.mx/partials/publicaciones.php?id=13>.

Foro de Contenidos de Radio y Televisión para Niñas y Niños. Se realizó el de 7 junio de 2016, en la Ciudad de México, con la finalidad de discutir y analizar la situación actual de la programación dirigida a las audiencias infantiles en ambos medios. [http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/comunicacion-y-medios/versionestenograficaforodecontenidosderadioytelevisionparaninasyninos\\_1.pdf](http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/comunicacion-y-medios/versionestenograficaforodecontenidosderadioytelevisionparaninasyninos_1.pdf).

Fichas para profesores sobre Alfabetización Mediática e Informativa. Estas fichas contienen ejercicios útiles para la incorporación de la Alfabetización Mediática e Informativa en las aulas en escuelas de nivel primaria y secundaria, alineadas con el Programa de formación en Alfabetización Mediática e Informativa destinado a docentes de la UNESCO que considera a los medios de comunicación como medulares en el proceso democrático y de desarrollo pues contribuyen a la formación de percepciones, creencias y comportamientos. <https://somosaudiencias.ift.org.mx/partials/publicaciones.php?id=13>.

Sección para niñas y niños del Micrositio Somos Audiencias <https://somosaudiencias.ift.org.mx/partials/publicaciones.php?id=10>.

Inf@nTics Esta sección dentro del portal web del IFT, es un espacio con contenidos dirigidos al público infantil sobre las telecomunicaciones, tecnologías, radio, televisión, ciberseguridad y sus derechos como audiencias. <http://www.ift.org.mx/comunicacion-y-medios/infantics>.

Dentro del Portal Inf@nTics, se encuentra la sección CuenTICtos, en la que se presentan adaptaciones de 4 cuentos clásicos de la literatura infantil: El patito feo, Los 3 cerditos, Hansel y Gretel, y Caperucita Roja. <http://www.ift.org.mx/comunicacion-y-medios/infantics/juegos>.

Ciber Club IFT: Cómics interactivos, elaborados por el IFT, integrados por 6 episodios que tienen como objetivo informar a niños, como usuarios de los servicios de telecomunicaciones, sobre diversos conceptos y recomendaciones en materia de ciberseguridad <http://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/ciber-club-ift>.

Enemigos públicos: Serie de materiales (videos, infografías, GIFs), que ejemplifican de manera sencilla cuáles son las principales amenazas que existen al utilizar nuestros dispositivos para navegar en Internet y con qué herramientas se cuentan para proteger los dispositivos y la información transmitida y/o almacenada, de estos riesgos de seguridad en el ciberentorno. <http://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/enemigos-publicos-del-celular>; y en <http://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/enemigos-de-tu-ciberseguridad>.

Cápsulas ¿Cómo Funciona?<sup>52</sup>: Desde 2019, el IFT puso a disposición del público en general este canal en la plataforma YouTube, en el cual se presentan videos cortos que contienen datos estadísticos enriquecidos con ilustraciones y lenguaje sencillo, que tienen como objetivo dar difusión a temas de interés público, tanto del sector de las telecomunicaciones como el de la radiodifusión. <https://www.youtube.com/watch?v=jODglCUIT-A&list=PLlqBI3nQhIH79nQ6Z1hoUgW-b4SzqyAz>.

Apantallados: Niñas, Niños y TIC en la Sociedad de la Información y el Conocimiento: Festival celebrado durante los meses de julio y agosto de 2015 en la Ciudad de México. <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/usuarios-y-audiencias/informeannualversionfinalaccesible.pdf>, pág 78.

Día Internacional de las Niñas en las TIC [http://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/eventos-ift, sección "Niñas en las TIC"](http://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/eventos-ift,sección%20Niñas%20en%20las%20TIC).

"Banco de Información de Telecomunicaciones (BIT)". <https://bit.ift.org.mx/BitWebApp/>

la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de las Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) <https://www.inegi.org.mx/programas/dutih/2020/>.

Día internacional de la niña<sup>57</sup>: El 11 de octubre, fue promulgado por la Asamblea General de las Naciones Unidas, que a partir de 2012 se celebrara esta conmemoración, para dar a conocer los problemas a los que se enfrentan las niñas, principalmente en países no desarrollados, con la finalidad de destacar el trabajo necesario por los gobiernos, comunidades, empresas e instituciones, para garantizar que las niñas puedan ejercer todos sus derechos, para beneficio de un mejor futuro para ellas y sus familias. [Comunicado de prensa del evento, disponible en: bit.ly/2lFkew8](#).

Talleres para Usuarios: Desde 2017, el IFT ha organizado diversos talleres dirigidos a niñas, niños y adolescentes para propiciar su acercamiento al uso de la tecnología, las telecomunicaciones y adoptar sus beneficios. [http://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/eventos-ift, dentro del apartado "Talleres para usuarios"](http://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/eventos-ift,dentro%20del%20apartado%20Talleres%20para%20usuarios).

—  
Cursos de robótica para niñas, niños y adolescentes. [http://www.ift.org.mx/sites/default/files/bases curso de robotica.pdf](http://www.ift.org.mx/sites/default/files/bases%20curso%20de%20robotica.pdf).

Los Hernández: El IFT proporciona a través de una serie de episodios, situaciones de la vida cotidiana en los que una familia mexicana ha tenido que adaptarse al entorno digital, aprender formas de resolver problemas comunes y orillarse a usar las TICs para explotar al máximo los beneficios de las Telecomunicaciones. <http://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/los-hernandez>.

Conferencia en línea “Mi aventura por el Ciberespacio” dentro del ciclo Noviembre Mes de la Usuaría”. El IFT organizó un conjunto de conferencias en línea durante el mes de noviembre del año 2020 que se agruparon bajo el nombre de “Noviembre Mes de la Usuaría”. <https://youtu.be/1lyAui7ZyBs>.

Plática virtual de Ciberseguridad “No te enredes con las redes”: Las pláticas virtuales de Ciberseguridad, son una iniciativa del IFT, que forma parte de diversas líneas de acción encaminadas a favorecer un ambiente digital confiable; y tienen como propósito, brindar información a los usuarios de servicios de telecomunicaciones y TIC, para sensibilizarlos sobre la identificación de riesgos asociados al uso generalizado y cotidiano de Internet, así como proporcionar recomendaciones y acciones para un uso seguro, responsable y respetuoso de sus servicios y aplicaciones digitales. <https://www.youtube.com/watch?v=CjkiYxdcH8M&t=2163s>.

Unidad Móvil IFT para la promoción de los derechos de las audiencias y los usuarios. <http://somosaudiencias.ift.org.mx/unidad-movil-ift/>.

Cápsulas y videojuegos sobre Alfabetización Mediática e Informacional. <http://somosaudiencias.ift.org.mx/unidad-movil-ift/juega/>;  
<http://somosaudiencias.ift.org.mx/unidad-movil-ift/conoce/>;  
[http://somosaudiencias.ift.org.mx/ami\\_ninios\\_rompecabezas.php;y](http://somosaudiencias.ift.org.mx/ami_ninios_rompecabezas.php;y)  
[http://somosaudiencias.ift.org.mx/ami\\_ninios\\_memorama.php](http://somosaudiencias.ift.org.mx/ami_ninios_memorama.php).

Cuadernillo Somos Audiencias. <sup>65</sup>: Material dirigido a estudiantes de primaria que aborda, con recursos lúdicos, los derechos de las audiencias y la alfabetización mediática e informacional. <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/medios-y-contenidos-audiovisuales/cuadernillo-251019.pdf>.

Ciclo de conferencias sobre Contenidos Audiovisuales “Una Ventana a la Inclusión 2021”. <https://www.youtube.com/watch?v=AyShSaj1PgE>; y en: <https://www.youtube.com/watch?v=5-yKQAYU7H8>.

Summer Camp Virtual “Descubriendo lo mejor del mundo dentro y fuera de internet”: Fue una iniciativa de la asociación A favor de lo mejor para el verano del 2021 en la que se invitaba a padres de familia a inscribir a sus hijos de 6 a 13 años en el campamento virtual de verano “, con el objetivo de desarrollar durante dos semanas en actividades divertidas, educativas y que al mismo tiempo desarrollarán en tus hijos competencias de ciudadanía digital. <https://curriculumciudadano.mx/programas/summer-camp-virtual-descubriendo-lo-mejor-del-mundo-dentro-y-fuera-de-internet>.

“Niños a la Tele”: Es un programa de formación audiovisual que depende de Televisión Educativa que forma parte de la Secretaría de Educación Pública. El Programa acerca a los estudiantes de educación básica, al mundo televisivo, para que descubran que, tras la pantalla, existe un sofisticado universo tecnológico, humano y creativo. <https://www.facebook.com/USEM.Confederacion/posts/5750449448358280>;  
<https://studylib.es/doc/7829894/ni%C3%B1os-a-la-tele---television-educativa>; y en <https://www.timeoutmexico.mx/ciudad-de-mexico/ninos/taller-ninos-a-la-tele>.

DigiMente, un proyecto para fomentar la educación mediática en Hispanoamérica: <https://www.digimiente.org/>; y en: <https://latam.googleblog.com/2020/08/digimiente-un-proyecto-para-fomentar-la-educacion-mediatica-en-hispanoamerica.html>.

### Ecuador

Desde al año 2019 hasta la actualidad, se han diseñado dos cursos virtuales relacionados con infancias y comunicación:

Agentes de Igualdad — Comunicación Inclusiva.

<http://plataforma.consejodecomunicacion.gob.ec/agentes/>.

Niñez y Adolescencia: Comunicación y protección de derechos

<http://plataforma.consejodecomunicacion.gob.ec/ninez/>

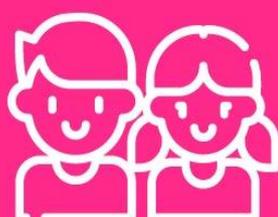
### Portugal

<http://www.7diascomosmedia.pt/gilm/>

Ainda em 2020, a iniciativa “7 dias com os Media” decorreu no formato “sem sair de casa”, devido ao contexto gerado pela pandemia COVID-19, e visa promover o pensamento crítico e a educação para os media através da partilha em <http://www.7diascomosmedia.pt/> de atividades e projetos registados pelos participantes.

Todos os anos, desde 2016, que são publicados no website da ERC os Relatórios de Regulação que incluem um capítulo dedicado a Literacia para os Media, disponíveis em <https://www.erc.pt/pt/estudos-e-publicacoes/relatorios-de-regulacao>.

### Fin



---

# NIÑEZ Y ADOLESCENCIA:

## OFERTA AUDIOVISUAL Y PROTECCIÓN

---

INFORMES PRAI 2020 - 2022

<https://prai.tv/>



Plataforma  
de Reguladores  
del Sector Audiovisual  
de Iberoamérica