

Comunicado: martes 30 de septiembre de 2014.

Se endurecen sanciones y se fortalece la protección de los niños frente a los contenidos en los medios de comunicación: A Favor de lo Mejor

- *La Ley General de los Derechos de las Niñas, Niños y Adolescentes pone nuevamente en la mesa la preocupación que la sociedad civil tiene sobre los contenidos dirigidos al público infantil.*
- *“La violencia en televisión, películas, videojuegos e incluso la música deriva en el aumento de la agresión física.” Francisco González Garza, Presidente Nacional A Favor de lo Mejor.*
- *Los niños están expuestos diariamente a contenidos de violencia, sexualidad anticipada y en relación al crimen.*
- *Las autoridades competentes vigilarán que se clasifiquen y se cumplan las normas de clasificación de las películas, programas de radio y televisión, así como videos, videojuegos, incluyendo medios impresos.*

Lunes 30 de septiembre de 2014, México, D.F. La televisión abierta es aún la principal fuente de entretenimiento e información para la población mexicana, aunada al impacto y la penetración que tienen las nuevas plataformas y canales digitales en el mundo del entretenimiento dentro del territorio nacional.

En un reciente estudio Culture Score Media Habit Index, elaborado por la agencia HOP World, se indica que los mexicanos destinan en promedio 11.6 horas a la semana frente a las pantallas, 4 horas frente a la televisión de paga y 6.3 horas semanales frente a los medios digitales, en especial los menores que representan el 11% en el acceso a internet.

En México el 97% de las viviendas tienen por lo menos un televisor¹, donde los niños y niñas y los 17.5 millones² de adolescentes pasan el triple de horas frente a la televisión que frente a las aulas escolares. Ante esto **la nueva Ley General de los Derechos de las Niñas, Niños y Adolescentes pone nuevamente en la mesa la preocupación que ha tenido A Favor de lo Mejor en conjunto con padres de familia, educadores y organismos sociales sobre los contenidos dirigidos al público infantil.**

“A nivel mundial se ha investigado cómo la violencia en los contenidos de televisión, películas, videojuegos, la música y sus videoclips, deriva en el aumento de la agresión física. Hay numerosos estudios que han llegado a la conclusión de que existen efectos entre la exposición a la violencia en los medios y el aumento de las conductas agresivas e insensibilidad frente a la violencia y las víctimas.” Declaró Francisco González Garza, Presidente Nacional de A Favor de lo Mejor

De esta manera la ley refuerza lo ya ganado en la reciente Ley de Telecomunicaciones al hacer un llamado a las autoridades de establecer los lineamientos sobre la información y materiales que son dirigidos a niñas, niños y adolescentes, incluyendo las películas y los videojuegos. Un tema al que las autoridades y las políticas públicas no habían puesto atención.

¹ Consulta Mitofsky 2013 “México: Cobertura de la televisión y el cable”.

² Encuesta Nacional de Juventud 2010 elaborada por el Instituto Mexicano de la Juventud.

Ahora en las propuestas: *“Las autoridades competentes vigilarán que se clasifiquen las películas, programas de radio y televisión en términos de lo dispuesto en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, así como videos, videojuegos y los impresos” Se incluye en el Art. 71 de la nueva ley.*

Otro objeto de preocupación pública es la sexualidad anticipada en los contenidos de los medios, “con esto nos referimos a las representaciones insistentes de la sexualidad que aparecen en los contenidos de televisión, películas y videoclips musicales que pueden influir en el comportamiento de los jóvenes en relación con su sexo y su comportamiento sexual, entre estos estímulos la preocupación del consumo de la prostitución y la pornografía.” declaró González Garza.

Lo demandado por años en la sociedad queda nuevamente incluido en una iniciativa de ley con sustento legislativo en el cual se exhorta y prohíbe a los concesionarios “difundir o transmitir información, imágenes o audios que afecten o impidan objetivamente el desarrollo integral de niñas, niños y adolescentes, o que hagan apología del delito, en contravención al principio de interés superior de la niñez”.

Así mismo se incluye el “Derecho a la Intimidad” donde los medios de comunicación “deberán asegurarse que las imágenes, voz o datos a difundir no pongan en peligro la forma individual o colectiva, la vida integridad, dignidad o vulneren el ejercicio de los derechos de niñas, niños y adolescentes”.

Siendo este un avance en la relación medios- sociedad. Los niños y jóvenes tienen el derecho al acceso a la información y al entretenimiento sano que aseguren su desarrollo cultural y salud física y mental.

“Tanto las nuevas cadenas de televisión, como las ya existentes deberán asumir esta legislación que es oportuna, siendo un avance para la promoción y creación junto con las autoridades, de los mecanismos para la protección de los intereses de niñas, niños y adolescentes respecto de los riesgos derivados del uso de los medios de comunicación y uso de sistemas de información que afecten o impidan el desarrollo integral de los menores.” Afirmó el Francisco González Garza.

La Ley de Telecomunicaciones como la iniciativa de “Ley de General de los Derechos de las Niñas, Niños y Adolescentes” dan respuesta a la preocupación social al sumar a las autoridades competentes: Gobernación, Secretaría de Salud, Secretaría de Educación Pública e IFETEL para vigilar que se clasifiquen las películas, programas de radio y televisión en términos de lo dispuesto en la Ley federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, así como videos, videojuegos y los impresos.

“Ante esto, como representantes de la voz del público frente a los medios estamos creando los mecanismos necesarios para que se de respuesta a lo ya establecido en ambas leyes, sin embargo la vigilancia consiste también en una eficaz aplicación de sanciones. El público como principal actor de los medios merece contenidos innovadores y de mayor calidad, de esta forma los medios saldrán la deuda que tienen con la sociedad.” Finalizo el dirigente de A Favor de lo Mejor.

Reconocemos y felicitamos la labor de todos los legisladores y los organismos participantes por su compromiso con el cuidado de los menores frente a los contenidos. La creación de Una Nueva Cultura de Comunicación es tarea de todos.

Algunas cifras:

- En México 95% de los hogares cuenta con Televisión
- 40% de los mexicanos cuenta con TV de Paga
- El 81% de los menores de edad ven televisión sin supervisión.
- Los videojuegos ocupan 40% del ocio audiovisual, 51% de los menores juegan solos.
- 78% de los padres de familia afirma no tener información sobre clasificación de programas, videojuegos y películas.
- Los niños pasan 1569.5 horas frente a la televisión y 562 frente a aulas escolares.
- Sólo el 45% de los contenidos en televisión se supervisa.
- El 11% de los usuarios de internet son niños entre 6 y 11 años.
- La TV de Paga es líder en los siguientes públicos:

Niños 4-12 ABC+C con 49.9% de participación de audiencia. **Adolescentes 13-18 ABC+C con 40.2%** de participación de audiencia.³

Acerca de A Favor de lo Mejor

A Favor de lo Mejor es una asociación civil que agrupa a más de 2,500 organizaciones entre universidades, anunciantes y organismos de la sociedad civil, desde 1997 trabaja por elevar la cantidad de los contenidos de los medios de comunicación, para fomentar el entretenimiento sano, la veracidad en la información y la ineludible responsabilidad de ser agentes de conformación de una cultura más rica en la que se fomente lo mejor de nuestras tradiciones y costumbres y se transmitan así los valores universales indispensables para el desarrollo y superación de las personas. Buscamos que los medios de comunicación, en su propósito de entretener e informar al público, contribuyan también a su educación, cultura y desarrollo humano.

www.afavordelomejor.org.mx

Contacto de prensa:

Monserrat Rosas
Coordinadora de Comunicación Social

Mrosas@afavordelomejor.org

55451274

cel: 04455 25 61 68 80

Liz Pulido:

prensa@afavordelomejor.org

Tels: 55451274-55459244

³ Estudio anual de Nielsen/IBOPE 2013, Establishment Survey (E.S.).