

A FAVOR DE LO MEJOR INVITA A NUEVAS TELEVISORAS A TRABAJAR EN CONJUNTO POR LA NIÑEZ Y LA JUVENTUD.

- *AFM pide a las televisoras no dejar de lado a las audiencias más vulnerables y enfocarse en los contenidos que emitirán estas nuevas cadenas.*
- *Los menores mexicanos pasan 4 horas y media frente al televisor, al año pasan el triple de horas frente a esta pantalla que en las aulas escolares.*
- *El 57% de la programación transmitida dentro del horario familiar, corresponde a telenovelas y talk shows, que suele presentar un alto grado de violencia y conducta sexual.*

12 de marzo, México, D.F ¿Es una buena o una mala noticia, la licitación de dos nuevas televisoras?

AFM¹ a lo largo de 18 años, ha trabajado por generar y fomentar una nueva cultura de calidad en los medios de comunicación, en este nuevo panorama mediático que se está planteando, se habla de aumentar la competencia entre las empresas y ofrecer mejores servicios y tarifas, pero no se habla del contenido, ni de la importancia de proteger a las audiencias, sobre todo aquellas que están expuestas en mayor medida.

Como se indica en el último estudio presentado por el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT)², uno de los factores que influyen el desarrollo de la niñez es el acceso a la información. Y uno de los rasgos distintivos de la niñez mexicana, es que los padres están cada vez menos en casa, por tanto, pasan más tiempo con los medios de comunicación sin que tengan un soporte que pueda ayudarlos a asimilar los contenidos que reciben y que no van precisamente, dirigidos a ellos.

Hablando con datos, el consumo de televisión en los menores mexicanos es 4 horas y media, aún con las nuevas tecnologías, la televisión sigue siendo el medio

¹ **Acerca de A favor de lo Mejor**

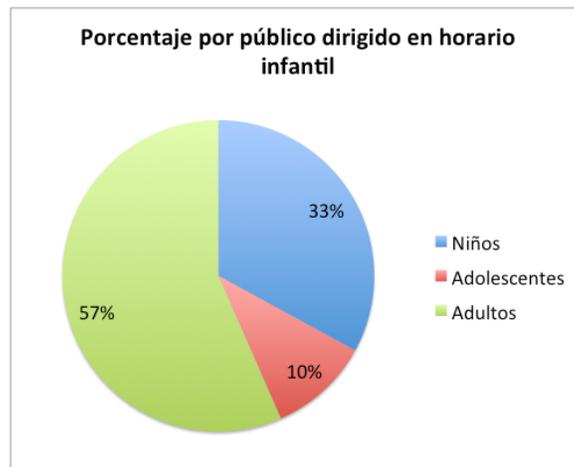
A Favor de lo Mejor es una asociación civil que desde 1997 trabaja por elevar la cantidad de los contenidos de los medios de comunicación, para fomentar el entretenimiento sano, la veracidad en la información y la ineludible responsabilidad de ser agentes de conformación de una cultura más rica en la 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. Que promuevan a través de sus contenidos, lo constructivo, lo digno, lo mejor de nuestras tradiciones y costumbres. La Asociación cuenta entre sus afiliados empresas anunciantes, 3 mil instituciones entre escuelas, universidades, organizaciones sociales y de investigación, entre las cuales hay 40 universidades y 120 colaboradoras.

² Estudio sobre oferta y consumo de programación para público infantil en radio, televisión radiodifundida y restringida. Consultado en www.ift.org.mx

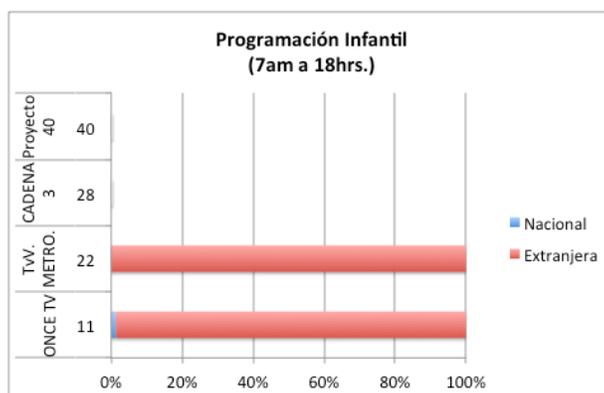
de preferencia en el público infantil. En nuestro país los niños, al año, pasan el triple de tiempo frente a la televisión (1,569 horas), que dentro de clases (562 horas).

Según el último estudio de programación infantil de AFM, los contenidos que se ofrecen a los menores en México está establecido de 7am a 18hrs. De esta programación sólo el 6% que se transmite en este horario, es considerada propia para los infantes, el resto está comprendida en telenovelas, programas de revista, películas, series, etc.

Lo preocupante es que la escasa programación dirigida a los menores está compuesta de contenidos para adultos. Como lo muestra el gráfico, el 57% de la programación transmitida en horario de 7am a 18 hrs, presenta contenidos para adultos, y el 10 para adolescentes.



De acuerdo al estudio del IFT, los programas que más ven los niños son: telenovelas, *talk shows*, dramatizado unitario, caricaturas y concursos. Resaltando que cerca del 80% de la programación que transmiten, es de origen extranjero, lo que se traduce en ser una oferta programática que vende una realidad muy diferente.



Muchos de los formatos actuales promueven la violencia verbal y física, el abuso, la objetivación de la mujer y la utilización de casos ficticios o reales que se presentan a las familias para uso de explotación morbosa y comercial.

Ante el anterior panorama, y la oferta programática que en la actualidad tenemos, consideramos la licitación de estas dos nuevas televisoras, como una gran oportunidad para que con las nuevas televisoras, los contenidos que se produzcan y transmitan en nuestro país, cumplan verdaderamente su función social de exaltar valores y proteger el desarrollo de la niñez y juventud mexicana, y se salde la deuda que durante años se tiene con la sociedad mexicana. Confiamos en que juntos podamos construir una cultura de comunicación en la que nuevos contenidos que se produzcan y transmitan, contribuyan a la construcción, educación y desarrollo humano de las audiencias.

Atención a Medios

Monserrat Rosas

mrosas@afavordelomejor.org

044 55 25 61 68 80