



Los derechos de los niños y
niñas en medios de
comunicación

Dra. Issa Luna Pla
Instituto de Investigaciones
Jurídicas, UNAM

Desarrollo cognitivo de niños y adolescentes

- Primera etapa:
egocentrismo individual
- Segunda etapa:
egocentrismo social



Situación de vulnerabilidad en medios

- En su desarrollo cognitivo no distinguen claramente la realidad de la fantasía.
- Preocupación por la imagen corporal.
- Necesidad de pertenencia.

Niños frente a la publicidad

Eduardo Bástelo:

- Los niños son consumidores directos (juguetes, alimentación, ropa, entretenimiento).
- Los niños inducen al consumo a los padres.



Como consumidores directos e indirectos la publicidad impacta:

- Mercado primario con capital propio.
- Creación de nuevos consumidores.
- Promotores de consumo (vendedores).

Para resistirse a la publicidad y mercadotecnia se requieren 4 capacidades personales:

1. Una atención activa al estímulo publicitario y la comprensión de la intencionalidad de venta detrás del mensaje.
2. Una comprensión sobre cómo afecta el estímulo publicitario a las personas y cómo se puede resistir efectivamente.
3. Madurez cognitiva y el completo desarrollo de las habilidades de autorregularse de la persona.
4. La motivación para resistir a la publicidad.

Los niños y adolescentes son titulares de derechos

- Titulares de derechos y obligaciones.
- Obligaciones del Estado correlativas.



Derecho a ser protegidos frente al mercado

- El Comité de Derechos de los Niños ha reconocido el impacto de las empresas en los derechos de los niños.
- Las obligaciones concretas frente a estos factores que define el Comité de los Derechos de los Niños son: a) Asegurar que las actividades y operaciones de las empresas comerciales no afecten adversamente o negativamente los derechos de los niños; b) Crear un ambiente propicio y de apoyo para que las empresas comerciales respeten los derechos de los niños, incluyendo las relaciones comerciales internacionales de producto o servicios. c) Asegurar el acceso efectivo al resarcimiento de los daños ocasionados por la violación de derechos por parte de empresas.

Derecho a la información de niños y adolescentes

El artículo 17 de la CDN establece que los Estados Partes:

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

Derecho a expresarse y ser escuchado

El derecho a la libertad de expresión se ubica en el artículo 12 de la CDN:

1. Los Estados Partes garantizarán al niño que esté en condiciones de formarse un juicio propio el derecho de expresar su opinión libremente en todos los asuntos que afectan al niño, teniéndose debidamente en cuenta las opiniones del niño, en función de la edad y madurez del niño.

2. Con tal fin, se dará en particular al niño oportunidad de ser escuchado, en todo procedimiento judicial o administrativo que afecte al niño, ya sea directamente o por medio de un representante o de un órgano apropiado, en consonancia con las normas de procedimiento de la ley nacional.

Derecho a expresarse y ser escuchado

El artículo 13 de la CDN lo establece de la siguiente forma:

1. El niño tendrá derecho a la libertad de expresión; ese derecho incluirá la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de todo tipo, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o impresas, en forma artística o por cualquier otro medio elegido por el niño.
2. El ejercicio de tal derecho podrá estar sujeto a ciertas restricciones, que serán únicamente las que la ley prevea y sean necesarias: a) Para el respeto de los derechos o la reputación de los demás; o b) Para la protección de la seguridad nacional o el orden público o para proteger la salud o la moral pública.

Derecho a acceso limitado a mensajes publicitarios

Los Estados tienen obligaciones bajo el artículo 17 de la CDN de promover que los medios de comunicación masiva privados y públicos difundan información y materiales que sean positivos para los niños, en particular para estimular un estilo de vida saludable.

Los medios deben estar regulados apropiadamente para proteger a los niños, con el fin de que su derecho a la información esté garantizado.

Conclusiones para regular la publicidad electoral



- El Estado y los particulares debe proteger a las poblaciones en situación de vulnerabilidad (partidos políticos, Secretaría de Gobernación, INE).
- Definir: ¿Cuáles son los efectos de la propaganda electoral sobre los niños? (como consumidores directos, promotores y nuevos consumidores)

- Garantizar sus derechos:

Derechos a ser protegidos frente al mercado

Derecho a la información

Derecho a expresarse y ser escuchado

Derecho al acceso limitado a mensajes publicitarios



Gracias