



Consejo de  
Comunicación

*Libertad de expresión y derechos*

# INFORME DE MONITOREO DE CONTENIDO RELACIONADO A NIÑAS, NIÑOS Y ADOLESCENTES, EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN TELEVISIVOS, RADIALES, IMPRESOS Y DIGITALES

JULIO 2021

## 1.- ANTECEDENTES

La Ley Orgánica de Comunicación (LOC) promulgada en el año 2013 (con una Reforma en el 2019) estableció que los medios de comunicación adquirieran varias obligaciones relacionadas a su programación. Sus contenidos deben estar enmarcados en Derechos a la libertad de expresión y comunicación. Con la reforma a la Ley de Comunicación, el Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación, se convirtió en la institución encargada de regular, desarrollar y promover un mejor sistema comunicacional en el país. Plural, inclusivo y participativo, que fomente la democracia y garantice el ejercicio de los derechos. Para ello, la institución, en el marco de sus competencias, desarrolló el monitoreo y seguimiento a los contenidos difundidos por los medios de comunicación nacionales: televisivos, radiales, impresos y medios en Internet; a través de la Dirección Técnica de Monitoreo a los Contenidos.

El Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por Procesos del Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación establece como misión de la Dirección Técnica de Monitoreo a los Contenidos el:

*“Desarrollar y gestionar el monitoreo y seguimiento de la calidad de los contenidos de los medios de comunicación mediante la aplicación de la Ley Orgánica de Comunicación y normativa conexas, para garantizar el ejercicio del derecho de los ciudadanos a recibir información veraz, objetiva, contextualizada y a una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa.” (Estatuto Orgánico por Procesos, Consejo de la Información y Comunicación, 14 de enero 2020, pág. 13)*

Asimismo, establece como atribuciones y responsabilidades de la Dirección Técnica de Monitoreo a los Contenidos, entre otras:

*“a) Desarrollar metodologías o sus actualizaciones para los procesos de monitoreo y seguimiento de la calidad de los contenidos; b) Realizar el monitoreo y seguimiento a los contenidos de los medios de comunicación social; así como el seguimiento a la publicidad que se transmite en los programas infantiles de los medios de comunicación televisivos y radiales (...)” (Estatuto Orgánico por Procesos, Consejo de la Información y Comunicación, 14 de enero 2020, pág. 13)*

Con este precedente, la Dirección Técnica de Monitoreo a los Contenidos, el 20 de noviembre de 2020, desarrolló el acta de constitución de proyecto *“Tratamiento del contenido difundido en los medios de comunicación nacionales: televisivos, radiales e impresos, con relación a niños, niñas y adolescentes”*, con el fin de desarrollar una metodología que permita llevar a cabo el proceso de monitoreo y seguimiento a los contenidos comunicacionales desde una perspectiva de derechos relacionados a las, niñas, niños y adolescentes en los medios de comunicación.



## 2. BASE LEGAL

### 2.1 Constitución de la República del Ecuador:

*“Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a: 1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos (...).”*

*“Art. 18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a: 1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior (...).”*

*“Art. 19.- La Ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente. Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos”.*

*“Art. 44.- El Estado, la sociedad y la familia promoverán de forma prioritaria el desarrollo integral de las niñas, niños y adolescentes, y asegurarán el ejercicio pleno de sus derechos; se atenderá al principio de su interés superior y sus derechos prevalecerán sobre los de las demás personas (...).”*

*“Art. 46.- El Estado adoptará, entre otras, las siguientes medidas que aseguren a las niñas, niños y adolescentes: Protección frente a la influencia de programas o mensajes, difundidos a través de cualquier medio, que promuevan la violencia, o la discriminación racial o de género. Las políticas públicas de comunicación priorizarán su educación y el respeto a sus derechos de imagen, integridad y los demás específicos de su edad. Se establecerán limitaciones y sanciones para hacer efectivos estos derechos (...).”*

### 2.2 Ley Orgánica de Comunicación:

*“Art. 8.- Prevalencia en la difusión de contenidos. - Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos contenidos en los instrumentos internacionales ratificados por el Ecuador y en la Constitución de la República del Ecuador”.*

*“Art. 15.- Principio de interés superior de niñas, niños y adolescentes. - Los medios de comunicación promoverán de forma prioritaria el ejercicio de los derechos a la comunicación de las niñas, niños y adolescentes, atendiendo el principio de interés superior establecido en la Constitución y en el Código de la Niñez y la Adolescencia”.*

*“Art. 22.- Derecho a recibir información de calidad. - Todas las personas tienen derecho a que la información de relevancia pública que reciben a través de los medios de comunicación sea verificada, contrastada, precisa y contextualizada”.*

*“Art. 32.- Protección integral de las niñas, niños y adolescentes.- Las niñas, niños y adolescentes tienen derecho a la expresión de sus ideas, pensamientos, sentimientos y acciones desde sus propias formas y espacios en su lengua natal, sin discriminación, ni estigmatización alguna. Los contenidos que difundan los medios de comunicación social y las demás entidades públicas y privadas, privilegiarán la protección integral de las niñas, niños y adolescentes, especialmente contrala revictimización en casos de violencia sexual, física, psicológica, intrafamiliar, accidentes y otros. La revictimización, así como la difusión de contenidos que vulneren los derechos de los niños, niñas y adolescentes, se tratarán de acuerdo con lo establecido en las leyes referentes a la materia”.*

*“Art. 49.- Atribuciones. El Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación tendrá las siguientes atribuciones: (...) Definir los tipos de contenido adecuados para cada franja horaria; Desarrollar procesos de monitoreo y seguimiento de la calidad de contenidos de los medios de comunicación (...)”.*

*“Art. 60.- Identificación y clasificación de los tipos de contenidos. - Para efectos de esta Ley, los contenidos de radiodifusión sonora, televisión, los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción, y de los medios impresos, se identifican y clasifican en: a. Informativos -I; b. De opinión -O; c. Formativos/educativos/culturales F; d. Entretenimiento -E; e. Deportivos -D; y, f. Publicitarios - P. Los medios de comunicación tienen la obligación de clasificar todos los contenidos de su publicación o programación con criterios y parámetros jurídicos y técnicos determinados por el Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación. Los medios de comunicación de radiodifusión sonora y televisión, públicos, privados y comunitarios deben identificar el tipo de contenido; y señalar si son o no aptos para todo público, con el fin de que la audiencia pueda decidir sobre el contenido de su preferencia (...)”.*

*“Art. 65.- Clasificación de audiencias y franjas horarias. - Se establece tres tipos de audiencias con sus correspondientes franjas horarias, tanto para la programación de los medios de comunicación de radio y televisión, incluidos los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción, como para la publicidad comercial y los mensajes del Estado: a. Familiar: Incluye a todos los miembros de la familia. La franja horaria familiar comprende desde las 06h00 a las 18h00. En esta franja solo se podrá difundir programación de clasificación “A”: Apta para todo público; b. Responsabilidad compartida: La componen personas de 12 a 18 años, con supervisión de personas adultas. La franja horaria de responsabilidad compartida transcurrirá en el horario de las 18h00 a las 22h00. En esta franja se podrá difundir programación de clasificación “A” y “B”: Apta para todo público, con vigilancia de una persona adulta; y, c. Adultos: Compuesta por personas mayores a 18 años. La franja horaria de personas adultas transcurrirá en el horario de las 22h00 a las 06h00. En esta franja se podrá difundir programación clasificada con “A”, “B” y “C”: Apta solo para personas adultas (...)”.*



*“Art. 66.- Contenido violento. - El contenido que refleje el uso intencional de la fuerza física o psicológica, de obra o de palabra, contra uno mismo, contra cualquier otra persona, grupo o comunidad, a algún animal y la naturaleza. Solo podrán difundirse en las franjas de responsabilidad compartida y adultos de acuerdo con lo establecido en esta Ley”.*

*“Art. 67.- Prohibición. - Se prohíbe la difusión a través de los medios de comunicación de todo mensaje que constituya incitación directa o estímulo expreso al uso ilegítimo de la violencia, a la comisión de cualquier acto ilegal, la trata de personas, la explotación, el abuso sexual, apología de la guerra y del odio nacional, racial o religioso y de cualquier otra naturaleza. La persona afectada podrá ejercer las acciones constitucionales que le asista o acudir a la Defensoría del Pueblo para que inicie los procesos de derechos en conformidad a sus competencias”.*

*“Art. 68.- Contenido sexualmente explícito. - Todos los mensajes de contenido sexualmente explícito difundidos a través de medios audiovisuales, que no tengan finalidad educativa, deben transmitirse necesariamente en horario para adultos. Los contenidos educativos con imágenes sexualmente explícitas se difundirán en las franjas horarias de responsabilidad compartida y de apto para todo público, teniendo en cuenta que este material sea debidamente contextualizado para las audiencias de estas dos franjas”.*

*“Art. 74.- Obligaciones de los medios audiovisuales. - Los medios de comunicación, radio y televisión de señal abierta tendrán la obligación de prestar gratuitamente los siguientes servicios sociales de información de interés general: (...) Destinar una hora diaria, no acumulable para programas oficiales de tele-educación, cultura, salubridad y derechos elaborados por los Ministerios o Secretarías con competencia en estas materias (...).”.*

*“Art. 94.- Protección de derechos en publicidad y propaganda. - La publicidad y propaganda respetarán los derechos garantizados por la Constitución y los instrumentos internacionales. Se prohíbe la publicidad engañosa, así como todo tipo de publicidad o propaganda de pornografía infantil, de bebidas alcohólicas, de cigarrillos y sustancias estupefacientes y psicotrópicas. (...) La publicidad que se curse en los programas infantiles será debidamente calificada por el Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación (...).”.*

### **2.3. Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación:**

*“Art. 13.- Protección a la identidad e imagen. - No se puede publicar en los medios de comunicación los nombres, fotografías o imágenes o cualquier elemento que permita establecer o insinuar la identidad de niñas, niños y adolescentes que están involucrados de cualquier forma en un hecho posiblemente delictivo o en la investigación y el procesamiento judicial del mismo (...).”.*

*“Art. 59.- Prohibición de publicidad. - La prohibición de realizar publicidad o propaganda establecida en el Art. 94 de la Ley Orgánica de Comunicación se extiende, de*

manera general, a todo tipo de publicidad impresa o audiovisual, a aquella que es fija o móvil, que se difunda por los medios de comunicación social definidos en el Art. 5 de la Ley y, particularmente, a la que se difunde por los medios o canales alternativos. Las restricciones señaladas en el presente artículo se sujetarán a las siguientes reglas: 1. Se prohíbe la difusión de publicidad y propaganda, inclusive, a través de medios o canales alternativos, de todo tipo de material con contenido sexual en que tengan cualquier grado de participación niñas, niños o adolescentes, y de sustancias estupefacientes y psicotrópicas cuya producción, distribución y comercialización está prohibida por la ley (...)."

"Art. 61.- Contenido discriminatorio. Para los efectos de esta Ley, se entenderá por contenido discriminatorio todo mensaje que se difunda por cualquier medio de comunicación social que haga distinción, restricción, exclusión o preferencia basada en razones de nacionalidad, etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, filiación política, pasado judicial, condición socioeconómica, condición migratoria, orientación sexual, estado de salud, portar VIH, discapacidad o diferencia física y otras que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos, incite a la propagación de estereotipos que promuevan cualquier tipo de violencia de género o limite la libertad de expresión de los grupos minoritarios".

"Art. 63.- Participación de niños, niñas y adolescentes en publicidad. - La participación de personas menores de dieciséis (16) años en la producción de piezas publicitarias solo podrá realizarse con la autorización expresa de quien ejerce la patria potestad del niño, niña o adolescente. En general la publicidad en que participen o sea dirigida a niños, niñas o adolescentes se seguirán las siguientes reglas: 1. Los anuncios no podrán, directa o indirectamente, estimular expectativas irreales respecto de las cualidades o desempeño del producto. 2. En los anuncios no podrán utilizarse presiones para que los padres adquieran el producto para el niño, niña o adolescentes, ni hacer referencia a los sentimientos de afecto de los mayores hacia ellos y ellas por la adquisición o no del producto. 3. No podrá emitirse publicidad con escenas en la que se atente contra la integridad moral, psíquica o física de los niños, niñas y adolescentes, ni que inciten a la violencia o hagan apología de hechos delictuosos o contravencionales. 4. En la publicidad dirigida a niños, niñas y adolescentes no podrá escenificarse la realización de actos sexuales, ni habrá alusiones o connotaciones al sexo o a la sexualidad. 5. La publicidad dirigida a los niños, niñas y adolescentes no debe desacreditar la autoridad de los padres y educadores. 6. Los anuncios de productos no constitutivos de la alimentación básica tales como aperitivos, dulces, golosinas, goma de mascar y bebidas con componentes artificiales no deberán aludir a que suplen la alimentación básica. 7. La publicidad no podrá insinuar o desarrollar sentimientos de inferioridad al niño, niña o adolescentes que no consuma el producto anunciado. 8. La publicidad destinada a niños, niñas y adolescentes, en general, deberá fomentar la alimentación saludable y desalentar a la no saludable. Se exceptúan de estas reglas la publicidad no comercial cuyo objetivo sea prevenir o luchar contra la realización de actos o conductas que puedan violar los derechos fundamentales".



#### **2.4. Resolución No. CORDICOM-PLE-2014-031.- Reglamento 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:**

*“Art. 7.- Parámetros técnicos para la clasificación de la programación.- La clasificación de programación tendrá los siguientes parámetros técnicos de conformidad con lo establecido en la Ley Orgánica de Comunicación: a. Programación de clasificación “A”: FAMILIAR.- Son aquellos programas que se han diseñado y realizado para: 1. Satisfacer las necesidades de formación, educación, información y entretenimiento de niñas, niños y adolescentes que comprenden las edades entre cero a doce años, cuya narrativa y lenguaje responda al perfil de esta audiencia. 2. Satisfacer las necesidades de formación, educación, información y entretenimiento de adolescentes y jóvenes de ambos sexos, entre doce y dieciocho años de edad, cuya narrativa y lenguajes responda al perfil de esta audiencia. 3. Satisfacer las necesidades de formación, educación, información y entretenimiento de la familia. Estos programas deberán ser aptos para ser vistos por toda la familia. Los contenidos que se difundan en estas franjas deberán contar con enfoque de inclusión y respeto a los derechos de los grupos de atención prioritaria”.*

*“Art. 9.- Contenidos formativos, educativos, culturales. - Los siguientes contenidos podrán transmitirse en toda franja horaria, con prevalencia en el fomento de la educación y cultura para la construcción del Buen Vivir. a) Contenidos Formativos, Educativos, Culturales: 1. Contenidos que fortalezcan el aprendizaje desde el arte, la ciencia y la tecnología; 2. Contenidos que estimulen las capacidades cognitivas de las niñas y los niños; 3. Contenidos que mejoren la prestación de servicios educativos de nivel básico, bachillerato o que orienten la elección de educación universitaria; 4.*

*Contenidos que mejoren la prestación de servicios educativos para las personas con discapacidad (...).”.*

#### **2.5. Resolución No. CORDICOM-2014-PLE-039.- Reglamento para la difusión de publicidad en los medios de comunicación social en cuya producción participen o esté dirigida a niñas, niños y adolescentes:**

*“Art. 5.- Difusión. - La difusión de publicidad en la programación y contenidos destinados a niñas, niños y adolescentes respetará los parámetros establecidos en la Ley Orgánica de Comunicación, su reglamento General, y las demás normativas vigentes”.*

*“Art. 6.- Advertencia de publicidad. - La advertencia de publicidad es de aplicación obligatoria para todo tipo de publicidad que se difunda en la programación y contenidos destinados a niñas, niños y adolescentes. La advertencia deberá efectuarse al inicio y al final del espacio publicitario (...).”.*

*“Art 7.- Idioma. - La publicidad dirigida a niñas, niños y adolescentes se difundirá en idioma castellano, en términos fácilmente comprensibles (...).”.*

*“Art. 8.- Publicidad intercultural. - Con la finalidad de promover una comunicación intercultural que valore y respete la diversidad, conforme con lo expuesto en los artículos 14 y 36 de la Ley Orgánica de Comunicación (...)”.*

*“Art. 16.- Prohibición de publicidad. - Las restricciones en la difusión de publicidad se sujetarán a lo dispuesto en los artículos 59, 63 y 64 del Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación. En la programación y contenidos dirigidos a niñas, niños y adolescentes se prohíbe la publicidad engañosa, así como todo tipo de publicidad o propaganda de pornografía infantil, de bebidas alcohólicas, de cigarrillos y sustancias estupefacientes y psicotrópicas, en concordancia con el artículo 94 de la Ley Orgánica de Comunicación”.*

*“Art. 17.- Contenidos publicitarios violentos y discriminatorios. - Los anuncios de publicidad que se difundan en los programas destinados a niñas, niños y adolescentes no podrán incluir contenidos que induzcan a la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, y todos aquellos contenidos que atenten contra los derechos. También se prohíben los contenidos publicitarios que constituyan incitación directa o estímulo expreso al uso ilegítimo de la violencia, a la comisión de cualquier acto ilegal, la trata de persona, la explotación, el abuso sexual, apología de la guerra y del odio nacional, racial o religioso (...)”.*

*“Art. 18.- Respeto a la imagen. - Se prohíbe utilizar mensajes o usar imágenes que generen efectos de rechazo social sino se adquiere el producto ofertado”.*

*“Art 19.- Contenidos sexuales. - Se prohíbe la publicidad que presente contenidos sexuales que no tengan finalidad educativa o salud pública”.*

*“Art 24.- Derecho a la imagen de las niñas, niños y adolescentes.- Las niñas, niños y adolescentes tienen derecho a la imagen propia, por ello, pueden prestar su imagen para la realización y difusión de publicidad a través de todo tipo de medios de comunicación, siempre y cuando se respeten las siguientes condiciones: 1. Que los padres, tutores, o quienes ejercen la patria potestad otorguen una autorización escrita de uso de imagen de las niñas, niños y adolescentes hasta antes de cumplir 16 años de edad de acuerdo a lo establecido en el artículo 63 del Reglamento general de la Ley Orgánica de Comunicación (...) 2. Que la imagen no sea utilizada en perjuicio de la honra, la intimidad personal, el buen nombre, la independencia e individualidad de las niñas, niños y adolescentes (...)”.*

## **2.6. Código de la Niñez y la Adolescencia:**

*“Art. 8.- Corresponsabilidad del Estado, la sociedad y la familia. - Es deber del Estado, la sociedad y la familia, dentro de sus respectivos ámbitos, adoptar las medidas políticas, administrativas, económicas, legislativas, sociales y jurídicas que sean necesarias para la plena vigencia, ejercicio efectivo, garantía, protección y exigibilidad de la totalidad de los derechos de niños, niñas y adolescentes (...)”.*



*“Art. 11.- El interés superior del niño. - El interés superior del niño es un principio que está orientado a satisfacer el ejercicio efectivo del conjunto de los derechos de los niños, niñas y adolescentes e impone a todas las autoridades administrativas y judiciales y a las instituciones públicas y privadas el deber de ajustar sus decisiones y acciones para su cumplimiento (...).”*

*“Art. 45.- Derecho a la información. - Los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a buscar y escoger información; y a utilizar los diferentes medios y fuentes de comunicación, con las limitaciones establecidas en la ley y aquellas que se derivan del ejercicio de la patria potestad. Es deber del Estado, la sociedad y la familia, asegurar que la niñez y adolescencia reciban una información adecuada, veraz y pluralista; y proporcionarles orientación y una educación crítica que les permita ejercitar apropiadamente los derechos señalados en el inciso anterior”.*

*“Art. 44.- Prohibiciones relativas al derecho a la información.- Se prohíbe: 1. La circulación de publicaciones, videos y grabaciones dirigidos y destinados a la niñez y adolescencia, que contengan imágenes, textos o mensajes inadecuados para su desarrollo; y cualquier forma de acceso de niños, niñas y adolescentes a estos medios; 2. La difusión de información inadecuada para niños, niñas y adolescentes en horarios de franja familiar, ni en publicaciones dirigidas a la familia y a los niños, niñas y adolescentes; y, 3. La circulación de cualquier producto destinado a niños, niñas y adolescentes, con envoltorios que contengan imágenes, textos o mensajes inadecuados para su desarrollo (...).”*

*“Art. 47.- Garantías de acceso a una información adecuada.- Para garantizar el derecho a la información adecuada, de que trata el artículo anterior, el Estado deberá: a) Requerir a los medios de comunicación social, la difusión de información y materiales de interés social y cultural para niños, niñas y adolescentes; b) Exigirles que proporcionen, en forma gratuita, espacios destinados a programas del Ministerio encargado de los asuntos de inclusión económica y social; c) Promover la producción y difusión de literatura infantil y juvenil; d) Requerir a los medios de comunicación la producción y difusión de programas acordes con las necesidades lingüísticas de niños, niñas y adolescentes perteneciente a los diversos grupos étnicos; e) Impedir la difusión de información inadecuada para niños, niñas y adolescentes en horarios de franja familiar, ni en publicaciones dirigidas a la familia y a los niños, niñas y adolescentes; f) Sancionar de acuerdo a lo previsto en esta Ley, a las personas que faciliten a los menores: libros, escritos, afiches, propaganda, videos o cualquier otro medio auditivo y/o visual que hagan apología de la violencia o el delito, que tengan imágenes o contenidos pornográficos o que perjudiquen la formación del menor; y, g) Exigir a los medios de comunicación audiovisual que anuncien con la debida anticipación y suficiente notoriedad, la naturaleza de la información y programas que presentan y la clasificación de la edad para su audiencia. Se consideran inadecuados para el desarrollo de los niños, niñas y adolescentes los textos, imágenes, mensajes y programas que inciten a la violencia, exploten el miedo o aprovechen la falta de madurez de los niños, niñas y adolescentes para inducirlos a comportamientos perjudiciales o peligrosos para su salud y seguridad personal y todo cuanto atente a la moral o el pudor (...).”*

## **2.7. Convención sobre los Derechos del Niño:**

*“Art. 13.- 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 (...).”*

*“Art. 17.- Los Estados Partes reconocen la importante función que desempeñan los medios de comunicación y velarán por que el niño tenga acceso a información y material procedentes de diversas fuentes nacionales e internacionales, en especial la información y el material que tengan por finalidad promover su bienestar social, espiritual y moral y su salud física y mental (...).”*

## **3.- OBJETIVO**

Levantar un diagnóstico inicial respecto al contenido que difunden los medios de comunicación: televisión, radio, impresos y digitales, en temáticas relacionadas con niñas, niños y adolescentes.

### **3.1.- Objetivos específicos**

1. Realizar monitoreo y seguimiento de los contenidos de los medios de comunicación en temáticas relacionadas a niñas, niños y adolescentes, mediante indicadores de tipo cuantitativo y cualitativo.
2. Elaborar la sistematización de indicadores y el Informe de Monitoreo de Niñas, Niños y Adolescentes producto del Monitoreo.

## **4. METODOLOGÍA Y PROCESO DE MONITOREO**

### **4.1.- Selección de Medios**

A través del Sistema de Selección Automática de Medios se elige de manera aleatoria a los medios de comunicación que son monitoreados. Los medios de comunicación que fueron seleccionados para el monitoreo corresponden a un total de 22 medios de comunicación: cinco medios televisivos, cinco medios radiales, seis medios impresos y seis medios en internet, según se detalla a continuación:



TELEVISIÓN	RADIO	IMPRESOS	INTERNET
Ecuavisa	Genial Exa	Extra	Banana radio
TC Televisión	Joya Stereo	La Hora	Ecuador Comunicación
Teleamazonas	La Otra	El Comercio	Ecuagol
Telecentro	La Red	El Universo	Ecnoticias
RTS	Pichincha	El Telégrafo	Líderes
	Universal	Expreso	Tu voz

**Tabla 1:** Dirección Técnica de Monitoreo a los Contenidos

Se toma en consideración que desde el 24 de mayo de 2021 con la Derogatoria al Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) ya no monitorearon los medios digitales.

#### 4.2.- Monitoreo de Medios

El proceso de monitoreo de los medios de comunicación se fundamenta en la técnica denominada “semana compuesta”, mediante la cual, en un periodo de seis semanas, del 26 de abril al 06 de junio, se monitoreó la totalidad del contenido que difunden los medios de comunicación en una semana, a partir del monitoreo de franjas horarias en los medios audiovisuales y de temáticas en los medios impresos, obteniendo información del contenido mediático en diferentes semanas, días, horarios y/o temas. La franja horaria que se consideró para el Monitoreo en relación a niñas, niños y adolescentes fue la Franja A: Familiar, de 06h00 a 18h00 horas.

Para efectos de monitoreo y procesamiento de información se tomó en consideración la siguiente clasificación de programas:

- Informativo
- Entretenimiento
- Formativo
- Deportivo
- Publicitario

Las temáticas que se monitoreó en los medios impresos fueron:

- Política, actualidad y opinión (PAO)
- Economía y negocios (EN)
- Sucesos y crónica roja (SCR)
- Deportes (D)
- Arte, cultura y entretenimiento (ACE)
- Educación, ciencia y tecnología (ECT)

Toda la información monitoreada se introdujo en el Sistema de Recopilación de Datos de Monitoreo, herramienta que contiene las variables definidas para el proceso permanente de monitoreo de NNA y que conformó dos grupos:

- a. Grupos de atención prioritaria o en situación de riesgo categorías de NNA.
- b. Categorizaciones exclusivas para NNA.

Una vez finalizado el periodo de monitoreo, 26 de abril al 06 de junio de 2021, se procedió a extraer la información que reposa en el Sistema de Recopilación de Datos de Monitoreo para elaborar este informe.

## 5. PROCESAMIENTO DE DATOS

Para la elaboración de la plantilla y las categorías que se desarrolló de manera exclusiva para el análisis de NNA fueron:

PARÁMETRO	CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍA
<b>Participación (Art 16.- Constitución; Art 15.- LOC)</b>	Una de las nociones más frecuentes es la que distingue dos formas de participación, por una parte, “una que se refiere a la posibilidad de intervenir en la toma de decisiones” y por otra, la “que enfatiza la toma de posición de un individuo, independientemente de su poder de intervención en las decisiones públicas”.	Reconocimiento de las NNA como sujetos de derechos.
		Los contenidos propenden a la inclusión y participación y/o protagonismo de los NNA (Resolución 031 Cordicom).
		Genera condiciones y espacios para que NNA participen, discutan y analicen temas que le son de su directo interés (Plantilla de Protocolo de Observación de Monitoreo).



<p><b>Contenido Violento en relación a NNA (Art 46.- Constitución; Art 65, 66 y 67.- LOC)</b></p>	<p>Es todo mensaje que denote el uso intencional de la fuerza física o psicológica, de obra o de palabra, contra uno mismo, contra cualquier otra persona, grupo o comunidad, así como en contra de los seres vivos y la naturaleza.</p> <p>Los contenidos violentos son aquellas producciones discursivas cuyo sentido se orienta a avalar la violencia como mecanismo de relacionamiento social válido para la resolución de conflictos o la obtención de gratificaciones de cualquier índole.</p>	<p>Imagen o narración de uso intencionado de la fuerza (física, psicológica, verbal, simbólica)</p> <p>Aviso o advertencia de contenido violento en el programa (Resolución.-031 Cordicom).</p> <p>Presentación explícita de cadáveres y restos humanos sin contexto y finalidad educativa. (Resolución.- 031 Cordicom).</p> <p>Utilización de un formato amarillista o sensacionalista en sus contenidos (Resolución. - 031 Cordicom).</p>
<p><b>Representación (Informe UNICEF 2019)</b></p>	<p>Representación es la acción y efecto de representar (hacer presente algo con figuras o palabras, referir, sustituir a alguien, ejecutar una obra en público).</p>	<p>Representación de las NNA desde una visión adultocentrista.</p> <p>Invisibilización de las voces y criterios de los NNA.</p> <p>Romantización la construcción del contenido en relación a los NNA.</p> <p>Los NNA representados como actores políticos relevantes.</p>
<p><b>Contenidos discriminatorios contra NNA (Art.- 61 y 62 LOC)</b></p>	<p>Desde una perspectiva socio-cultural la discriminación es “una conducta, culturalmente fundada, sistemática y socialmente extendida, de desprecio contra una persona o grupo de personas sobre la base de (estereotipos) un prejuicio negativo o un estigma relacionado con una desventaja inmerecida, y que tiene por efecto (intencional o no) dañar sus derechos y libertades fundamentales” (Rodríguez, 2005: 23</p>	<p>Banaliza, ridiculiza, excluye, anula, ignora por acción u omisión.</p> <p>Menoscaba, por condición natural de derechos frente a la Ley y libertades fundamentales públicas y/o privadas.</p> <p>Representación de estigmas criminalización de la niñez y adolescencia.</p>

**Imagen,  
identidad y  
cultura  
(Art.- 14; 36 LOC;  
Art.- 13  
Reglamento LOC)**

La cultura, la identidad y la imagen organizacional constituyen tres partes interrelacionadas de un mismo sistema de construcción de significado que define a la organización en sus elementos más constitutivos. Los componentes de esta tríada conceptual constituyen variables críticas sobre el contenido difundido para NNA en medios de comunicación.

Imágenes o reseñas de diversidad cultural y étnica de NNA (Art.- 36 de la LOC)).

Inclusión de problemáticas de NNA en zonas urbanas, así como rurales (Referencia Marco teórico).

Uso irreflexivo y no empático de la imagen de los NNA y sobreexposición innecesaria de su imagen (Referencia Marco teórico).

Aparecen imágenes de NNA con patologías o discapacidades graves que menoscaban sus derechos o van en contra de su dignidad (Referencia Marco teórico).

Los NNA son presentados como objetos para generar impacto, dramatismo, morbo (Referencia Marco teórico).

Los contenidos tienen enfoque de empatía y sensibilidad con los temas sobre NNA (Referencia Marco teórico).

Vulneración del Derecho de identidad de menores de edad en situaciones de riesgo (Ficha de Protocolo de Observación de Monitoreo).





**Educación y formación integral (Art 8; 74 LOC; Art.- 9 Resolución 031 Cordicom)**

Educación y Formación Integral como el proceso continuo, permanente y participativo que busca desarrollar armónica y coherentemente todas y cada una de las dimensiones del ser humano (ética, espiritual, cognitiva, afectiva, comunicativa, estética, corporal, y socio-política), a fin de lograr su realización plena en la sociedad.

Fomenta el pensamiento crítico, liberador o el autoaprendizaje.

Contenidos que promuevan el desarrollo artístico y la expresión artística de acuerdo con la edad (Resolución 031 Cordicom).

Genera material lúdico o recursos interactivos.

Genera interés en otras áreas apegadas a la ciencia, al arte, cuidado medio ambiental, respeto a los Derechos Humanos, entre otras.

Contenidos que impulsen los hábitos deportivos de las personas en especial de los NNA (Resolución 031 Cordicom).

Presentación de contenidos con el fin de erradicar la violencia a nivel educativa e intrafamiliar (Resolución 031 Cordicom).

Confirmar valores desde la diversidad (familia, compañerismo, respeto a las diferencias).

Contenidos especializados sobre educación en Derechos Sexuales y Reproductivos que cuenten con información científica y pertinencia cultural de acuerdo a su grupo etario (Resolución 031 Cordicom).

**Publicidad y autopromoción (Art.- 94 LOC; Art.- 59, 63 y 64 Reglamento a la LOC; Resolución 039 Cordicom;**

Es la forma remunerada o pagada de difusión de ideas, mercaderías, productos o servicios por parte de cualquier persona natural o jurídica con fines comerciales.

Autopromoción.- Propaganda de sí mismo.

Publicidad con escenas en la que se atente contra la integridad moral, psíquica o física de NNA ni que inciten a la violencia o hagan apología de hechos delictuosos o contravencionales (Art.-63 Reglamento a la LOC)

La publicidad insinúa o desarrolla sentimientos de inferioridad al NNA que no consuma el producto anunciado. (Art.- 63 Reglamento LOC).

La publicidad dirigida a NNA está en idioma castellano y términos comprensibles (Art 7: Resolución 039 Cordicom).

Publicidad posee contenido intercultural (Art 8.- Resolución 039 Cordicom).

La publicidad está acompañada de lenguaje de señas y otros mecanismos para personas con discapacidades (Art.- 10 Resolución 039 Cordicom).

Contenidos publicitarios violentos, discriminatorios y de rechazo social o apología de odio nacional (Art.- 17 LOC y Art.- 17 Resolución 039 Cordicom).

Publicidad que promueva el uso de juegos o juguetes bélicos (Art.- 22 Resolución Cordicom).

Sugerencia de supervisión de adultos a los NNA cuando el producto, su uso o actividades puedan poner en peligro su integridad física (Art.- 23 Resolución 039).

Incentiva al consumismo desde una lógica mercantilista.







<b>*Aborda temas en relación a NNA (Parámetro tomado de la Plantilla de Protocolo de Observación de Monitoreo)</b>	Revictimización en caso de violencia sexual, física, intrafamiliar y psicológica.
	Cosificación de los NNA.
	Sexualización temprana.
	Fomento de actividades no saludables y peligrosas para la salud y el desarrollo integral de este sector social.
	Valoración de la niñez y adolescencias como etapas indispensables de desarrollo sin representarlas como etapas problemáticas.
	Suministra información objetiva y genera estrategias que ayuda a NNA a identificar situaciones de riesgo.
	Actúa como agente activo de denuncia social sobre casos de explotación laboral, violencia, maltrato, explotación sexual o cualquier forma de instrumentalización de NNA.
Se presenta como hecho noticioso y/o informativo.	

**Tabla 2:** Equipo monitoreo NNA

## MONITOREO DE PROGRAMAS TELEVISIVOS

### 5.1.- RESULTADOS DEL MONITOREO GRUPOS DE ATENCIÓN PRIORITARIA NNA EN LOS MEDIOS TELEVISIVOS

Aborda temas con relación a niñas, niños y adolescentes y vulneraciones desde un enfoque de Derechos.

Las categorías que se tomaron en cuenta y que reportó observaciones fueron:

CATEGORIA	MEDIO	NOMBRE PROGRAMA	# OBSERVACIONES	TOTAL
<b>Revictimización en casos de violencia física, sexual, intrafamiliar, psicológica.</b>			0	0
<b>Cosificación de las niñas, niños y adolescentes.</b>			0	0
<b>Sexualización temprana.</b>			0	0
<b>Invisibilización de posturas y pensamientos de niñas, niños y adolescentes desde el adultocentrismo.</b>			0	0
<b>Fomento de actividades no saludables y peligrosas para la salud y el desarrollo integral de este sector social.</b>			0	0
<b>Incentiva la curiosidad y el apego a las ciencias, el arte, el deporte, la cultural, el respeto a los Derechos Humanos, las prácticas y medidas de responsabilidad ambiental.</b>	Teleamazonas	Educa	1	11
	Ecuavisa	Famosos y mascotas	1	
	Ecuavisa	Educa	2	
	Televisión	Educa	4	
	Televisión	El Conciertazo	1	
	TC Televisión	Educa	2	
<b>Valoración de la niñez y adolescencia como etapas indispensables de desarrollo sin representarlas como etapas problemáticas.</b>	Teleamazonas	Educa	2	3
	TC Televisión	Reporte Especial	1	



<b>Suministra información objetiva y genera estrategias que ayudan a niñas, niños y adolescentes a identificar situaciones de riesgo.</b>	TC Televisión	El Noticiero, segunda emisión	1	4
	TC Televisión	¡Vera a su manera!	1	
	Teleamazonas	América Vive	1	
	Televisión	Educa	1	
<b>Genera material lúdico y comprensivo para todas las edades si es una sección infantil.</b>	Teleamazonas	Educa	2	7
	TC Televisión	Educa	1	
	Teleamazonas	Educa	4	
<b>Genera condiciones y espacios para que niñas, niños y adolescentes participen, discutan y analicen temas que les son de su directo interés.</b>	Teleamazonas	Educa	2	3
	RTS	Educa	1	
<b>Actúa como agente activo de denuncia social sobre casos de explotación laboral, violencia, maltrato, explotación sexual o cualquier otra forma de instrumentalización de niñas, niños y adolescentes; aun cuando se trate de prácticas normalizadas culturalmente.</b>	Teleamazonas	24 Horas en la comunidad	1	7
	Televisión	La rosa de Guadalupe	1	
	Televisión	El Comercio TV, estelar	1	
	Televisión	Educa	2	
	TC Televisión	DerpiérTC	1	
	TC Televisión	El Noticiero, primera emisión	1	
<b>Se presenta como hecho noticioso y/o informativo.</b>	TC Televisión	El Noticiero, primera emisión	2	13
	TC Televisión	DerpiérTC	2	
	TC Televisión	El Noticiero, segunda emisión	3	
	TC Televisión	El Noticiero, estelar	1	
	Ecuavisa	Televistazo al amanecer	1	
	Ecuavisa	Televistazo en la comunidad	1	
	Televisión	El Comercio TV	1	
	Televisión	El Comercio TV, estelar	1	
	Teleamazonas	24 Horas en la comunidad	1	

**Tabla 3:** Equipo monitoreo NNA



**Gráfico 1:** Equipo monitoreo NNA

**CUADRO RESUMEN:**

Etiquetas de fila	Suma de TOTAL
Actúa como agente activo de denuncia social sobre casos de explotación laboral, violencia, maltrato, explotación sexual o cualquier otra forma de instrumentalización de niñas, niños y adolescentes; aun cuando se trate de prácticas normalizadas culturalmente.	7
Cosificación de las niñas, niños y adolescentes.	0
Fomento de actividades no saludables y peligrosas para la salud y el desarrollo integral de este sector social.	0
Genera condiciones y espacios para que niñas, niños y adolescentes participen, discutan y analicen temas que les son de su directo interés.	3
Genera material lúdico y comprensivo para todas las edades si es una sección infantil.	7
Incentiva la curiosidad y el apego a las ciencias, el arte, el deporte, la cultura, el respeto a los Derechos Humanos, las prácticas y medidas de responsabilidad ambiental.	11
Invisibilización de posturas y pensamientos de niñas, niños y adolescentes desde el adultocentrismo.	0
Revictimización en casos de violencia física, sexual, intrafamiliar, psicológica.	0
Se presenta como hecho noticioso y/o informativo.	13
Sexualización temprana.	0
Suministra información objetiva y genera estrategias que ayudan a niñas, niños y adolescentes a identificar situaciones de riesgo.	4
Valoración de la niñez y adolescencia como etapas indispensables de desarrollo sin representarlas como etapas problemáticas (en blanco).	3
<b>Total general</b>	<b>48</b>



**Gráfico 2:** Equipo monitoreo NNA



**Gráfico 3:** Equipo monitoreo NNA

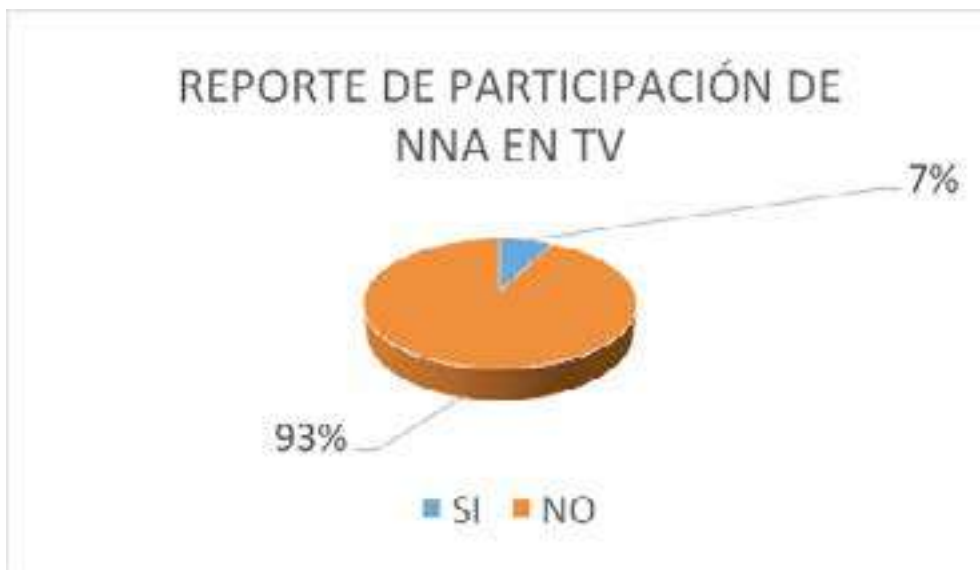
Total programas	SÍ	NO
470	48	422

## 5.2.- RESULTADOS DEL MONITOREO EN RELACIÓN A PARTICIPACIÓN DE NNA EN LOS MEDIOS TELEVISIVOS

Para este análisis se consideró como forma de Participación, la referencia a la posibilidad de intervenir en la toma de decisiones, la incidencia en generación de política pública y el debate y mediatización de los conflictos inherentes a este sector.

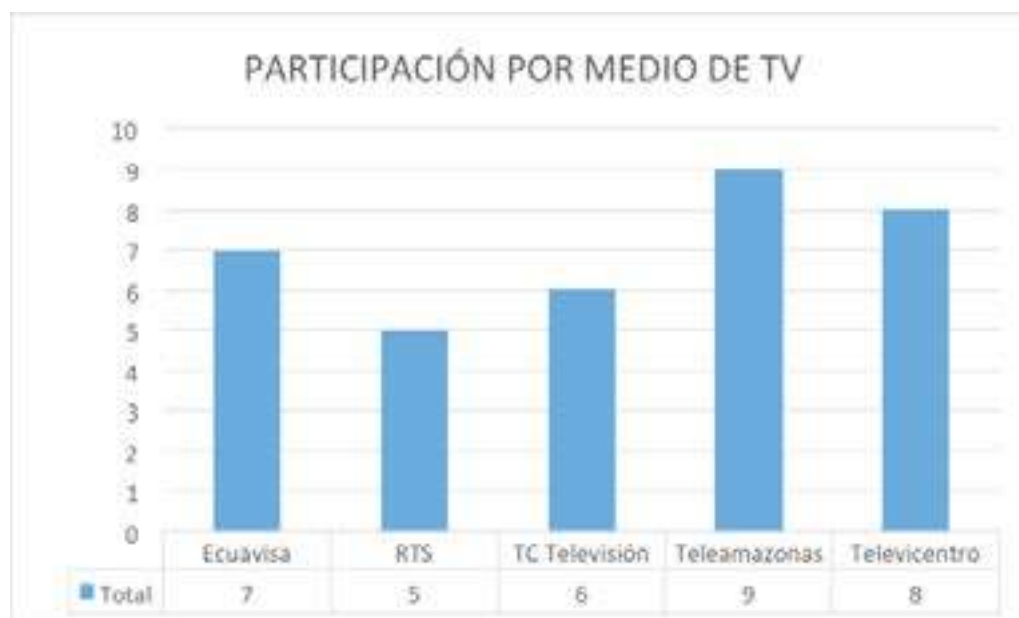
CATEGORIA	MEDIO	NOMBRE PROGRAMA	# OBSERVACIONES	TOTAL
<b>Reconocimiento de las NNA como sujetos de derechos.</b>	Teleamazonas	Educa	3	20
	Teleamazonas	24 Horas en la comunidad	1	
	Teleamazonas	24 Horas dominical	1	
	Televiscentro	Educa	6	
	Televiscentro	El Noticiero, primera emisión	1	
	Ecuavisa	Televistazo, segunda emisión	1	
	Ecuavisa	Educa	4	
	Ecuavisa	Famosos y mascotas	1	
	RTS	Educa	1	
	RTS	La rosa de Guadalupe	1	
<b>Los contenidos propenden a la inclusión y participación y/o protagonismo de los NNA (Resolución 031 Cordicom).</b>	Teleamazonas	24 Horas en la comunidad	3	15
	Teleamazonas	Educa	1	
	Televiscentro	Educa	1	
	TC Televisión	Educa	3	
	TC Televisión	El Noticiero, primera emisión	1	
	TC Televisión	El Noticiero, segunda emisión	2	
	RTS	Educa	2	
	RTS	Como dice el dicho	1	
	Ecuavisa	Educa	1	

**Tabla 4:** Equipo monitoreo NNA



**Gráfico 4:** Equipo monitoreo NNA

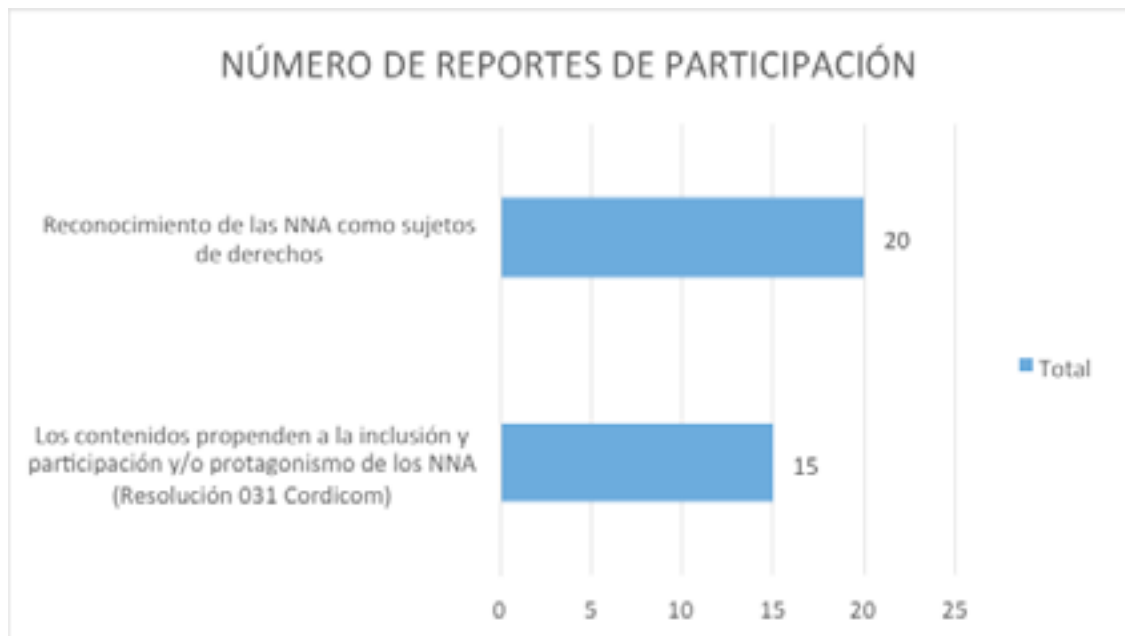
Total programas	SÍ	NO
470	35	435



**Gráfico 5:** Equipo monitoreo NNA

**CUADRO RESUMEN:**

Etiquetas de fila	Suma de # OBSERVACIONES
Ecuavisa	7
RTS	5
TC Televisión	6
Teleamazonas	9
Telecentro	8
<b>Total general</b>	<b>35</b>



**Gráfico 6:** Equipo monitoreo NNA

**5.3.- RESULTADOS DEL MONITOREO EN RELACIÓN A CONTENIDO VIOLENTO DE NNA EN LOS MEDIOS TELEVISIVOS**

Para Contenido Violento se tomó como referencia lo que menciona la Ley Reformada de Comunicación en el Art. 66.- Contenido violento. El contenido que refleje el uso intencional de la fuerza física o psicológica, de obra o de palabra, contra uno mismo, contra cualquier otra persona, grupo o comunidad, a algún animal y la naturaleza. Añade, que sólo podrá difundirse en las franjas de responsabilidad compartida y adultos de acuerdo con lo establecido en esta Ley.

Además, se realizaron categorías que tomaron relevancia desde una perspectiva sociocultural como la discriminación como una conducta, culturalmente fundada, sis-



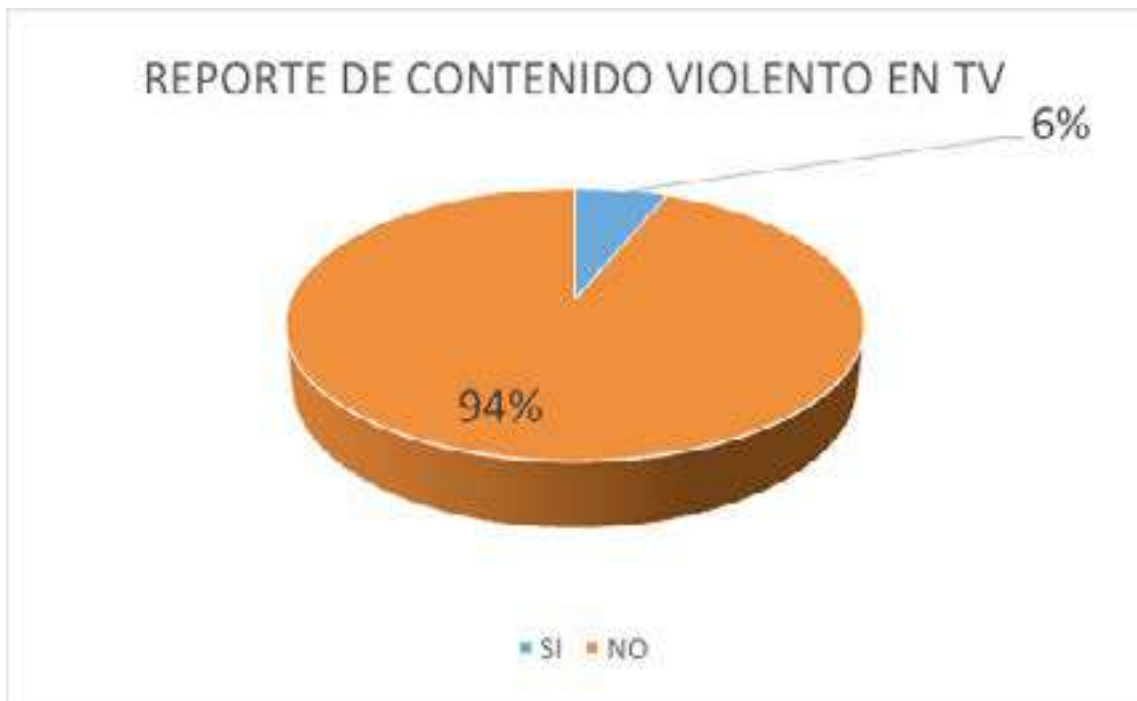


temática y socialmente extendida, de desprecio contra una persona o grupo de personas sobre la base de (estereotipos) un prejuicio negativo o un estigma relacionado con una desventaja inmerecida, y que tiene por efecto (intencional o no) dañar sus derechos y libertades fundamentales”.

CATEGORIA	MEDIO	NOMBRE PROGRAMA	# OBSERVACIONES	TOTAL
<b>Imagen o narración de uso intencionado de la fuerza (física, psicológica, verbal, simbólica).</b>	Teleamazonas	Victoria	1	21
	Rts	La Noticia El Despertar	1	
	Ecuavisa	Dulce Venganza	3	
	Teleamazonas	Los Simpsons	1	
	Ecuavisa	Macgyver	1	
	Ecuavisa	Película	2	
	Ecuavisa	Los Magníficos	1	
	Teleamazonas	Bob Esponja	1	
	Teleamazonas	Fuller House	1	
	Ecuavisa	Televistazo Al Amanecer	1	
	Teleamazonas	Doraemon	1	
	Ecuavisa	Televistazo Segunda Emisión	1	
	Ecuavisa	The Flash	1	
	Teleamazonas	Mujer	1	
	Teleamazonas	Master Chef Ecuador	1	
	Televisión	El Comercio Tv	1	
	Ecuavisa	The Incredible Hulk		
	Ecuavisa	Él Es Mi Hijo	2	
<b>Aviso o advertencia de contenido violento en el programa.</b>	RTS	La Noticia El Despertar	1	1
<b>Presentación explícita de cadáveres y restos humanos sin contexto y finalidad educativa.</b>	Ecuavisa	Televistazo Segunda Emisión	1	2
	Televisión	Saboreando La Mañana	1	

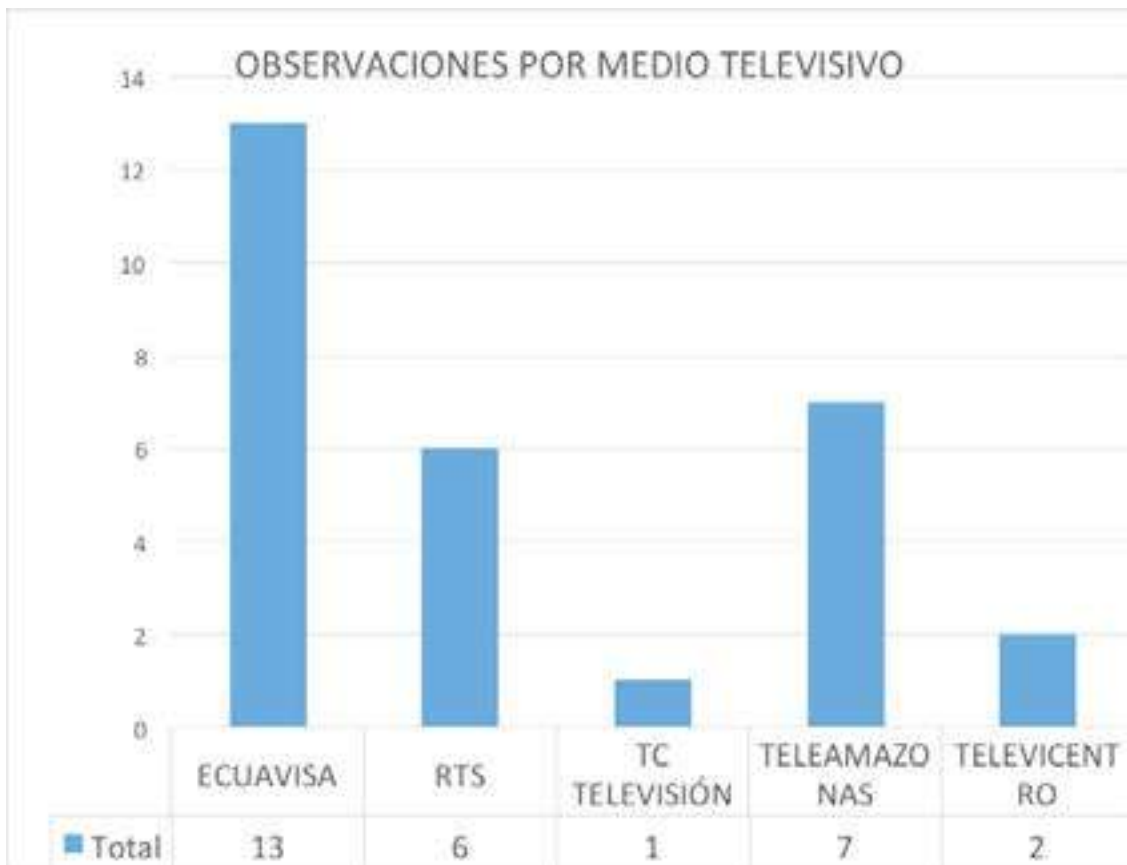
<b>Utilización de un formato amarillista o sensacionalista en sus contenidos (Resolución. - 031 Cordicom).</b>	RTS	La Noticia El Despertar	1	5
	RTS	La Noticia Primera Emisión	1	
	RTS	La Noticia En La Comunidad	1	
	TC Televisión	El Noticiero Segunda Emisión	1	
	RTS	Como Dice El Dicho	1	

**Tabla 5:** Equipo monitoreo NNA



**Gráfico 7:** Equipo monitoreo NNA

Total programas	SÍ	NO
470	29	441



**Gráfico 8:** Equipo monitoreo NNA

**CUADRO RESUMEN:**

Etiquetas de fila	Suma de # OBSERVACIONES
Ecuavisa	13
RTS	6
TC Televisión	1
Teleamazonas	7
Televisión	2
<b>Total general</b>	<b>29</b>



**Gráfico 9:** Equipo monitoreo NNA

**CUADRO RESUMEN:**

Etiquetas de fila	Suma de TOTAL
Aviso o advertencia de contenido violento en el programa.	1
Imagen o narración de uso intencionado de la fuerza (física, psicológica, verbal, simbólica).	21
Presentación explícita de cadáveres y restos humanos sin contexto y finalidad educativa.	2
Utilización de un formato amarillista o sensacionalista en sus contenidos.	3
<b>Total general</b>	<b>29</b>

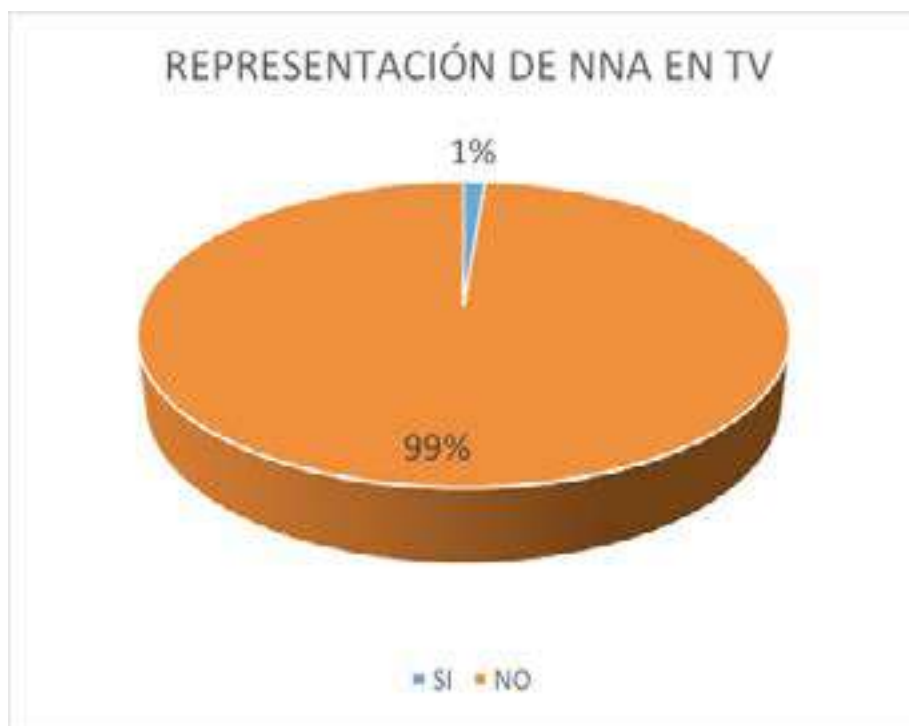
**5.4.- RESULTADOS DEL MONITOREO EN RELACIÓN A REPRESENTACIÓN NNA EN LOS MEDIOS TELEVISIVOS**

Para el trabajo de monitoreo de NNA se destaca la Representación que tienen los medios de comunicación ligada a estereotipos que se enmarcan en la programación de los medios de comunicación. Esa representación suele estar ligada a recreaciones o informaciones presentadas mediante lugares comunes y desvirtuaciones sobre esta etapa vital en el desarrollo del ser humano.



CATEGORIA	MEDIO	NOMBRE PROGRAMA	# OBSERVACIONES	TOTAL
<b>Representación de las NNA desde una visión adultocentrista.</b>	Televisión	Como dice el dicho	1	6
<b>Invisibilización de las voces y criterios de los NNA.</b>	Ecuavisa	Televistazo Al Amanecer	1	
<b>Romantización la construcción del contenido en relación a los NNA.</b>	Televisión	Tvc en La Comunidad	2	
<b>Romantización la construcción del contenido en relación a los NNA.</b>	TC Televisión	DespierTC	1	
<b>Los NNA representados como actores políticos relevantes.</b>	RTS	La Rosa de Guadalupe	1	

**Tabla 6:** Equipo monitoreo NNA



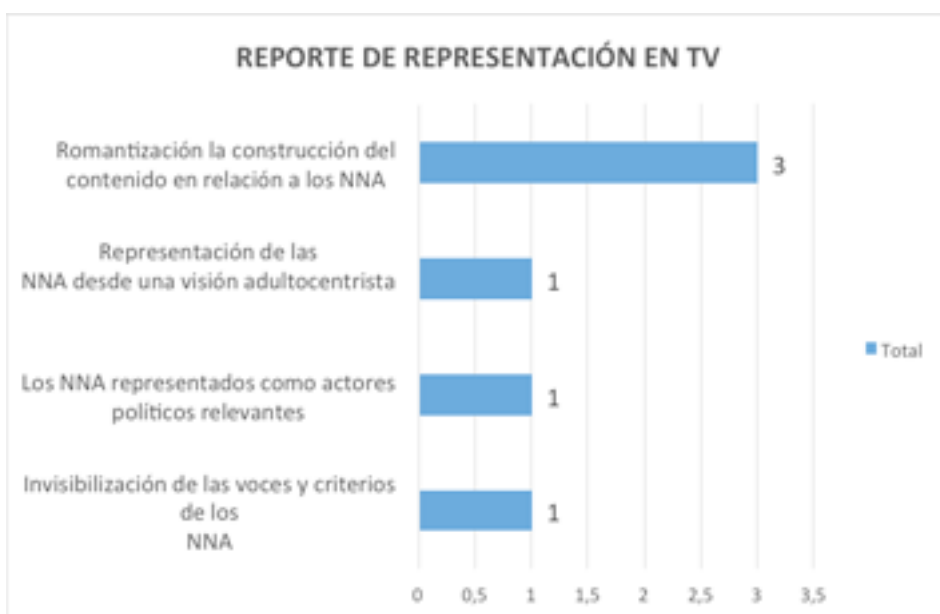
**Gráfico 10:** Equipo monitoreo NNA



**Gráfico 11:** Equipo monitoreo NNA

**CUADRO RESUMEN:**

Etiquetas de fila	Suma de # OBSERVACIONES
Ecuavisa	1
RTS	1
TC Televisión	1
Televiscentro	3
<b>Total general</b>	<b>6</b>



**Gráfico 12:** Equipo monitoreo NNA



**CUADRO RESUMEN:**

<b>Etiquetas de fila</b>	<b>Suma de NÚMERO DE OBSERVACIÓN</b>
Invisibilización de las voces y criterios de los NNA.	1
Los NNA representados como actores políticos relevantes.	1
Representación de las NNA desde una visión adultocentrista.	1
Romantización la construcción del contenido en relación a los NNA.	3
<b>Total general</b>	<b>6</b>

**5.5.- RESULTADOS DEL MONITOREO SOBRE IMAGEN, IDENTIDAD Y CULTURA DE NNA EN LOS MEDIOS TELEVISIVOS**

La cultura, la identidad y la imagen de niños, niñas y adolescentes constituyen tres partes interrelacionadas de un mismo sistema de construcción de significado que define a la a este sector en sus elementos más constitutivos. Los componentes de esta tríada conceptual constituyen variables críticas sobre el contenido difundido para NNA en medios de comunicación.

<b>CATEGORIA</b>	<b>MEDIO</b>	<b>NOMBRE PROGRAMA</b>	<b># OBSERVACIONES</b>
<b>Imágenes o reseñas de diversidad cultural y étnica de NNA.</b>	Teleamazonas	Educa	1
<b>Inclusión de problemáticas de NNA en zonas urbanas, así como rurales.</b>	Teleamazonas	24 Horas en la Comunidad	1
<b>Inclusión de problemáticas de NNA en zonas urbanas, así como rurales.</b>	TC Mi Canal	DespierTC	1
<b>Inclusión de problemáticas de NNA en zonas urbanas, así como rurales.</b>	TC Mi Canal	El Noticiero 1era emi	2
<b>Inclusión de problemáticas de NNA en zonas urbanas, así como rurales.</b>	Ecuavisa	Televistazo al amanecer	1

<b>Inclusión de problemáticas de NNA en zonas urbanas, así como rurales.</b>	Ecuavisa	Televistazo en la comunidad	1
<b>Uso irreflexivo y no empático de la imagen de los NNA y sobreexposición innecesaria de su imagen.</b>			0
<b>Aparecen imágenes de NNA con patologías o discapacidades graves que menoscaben sus derechos o van en contra de su dignidad.</b>			0
<b>Los NNA son presentados como objetos para generar impacto, dramatismo, morbo.</b>	RTS	Laura	1
<b>Los contenidos tienen enfoque de empatía y sensibilidad con los temas sobre NNA.</b>	Teleamazonas	24 Horas en la Comunidad	1

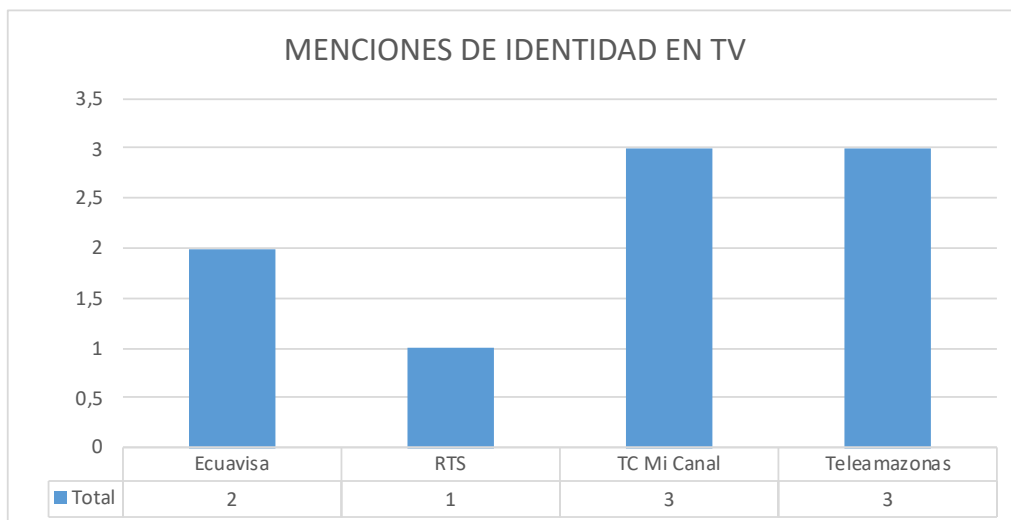
**Tabla 7:** Equipo monitoreo NNA



**Gráfico 13:** Equipo monitoreo NNA

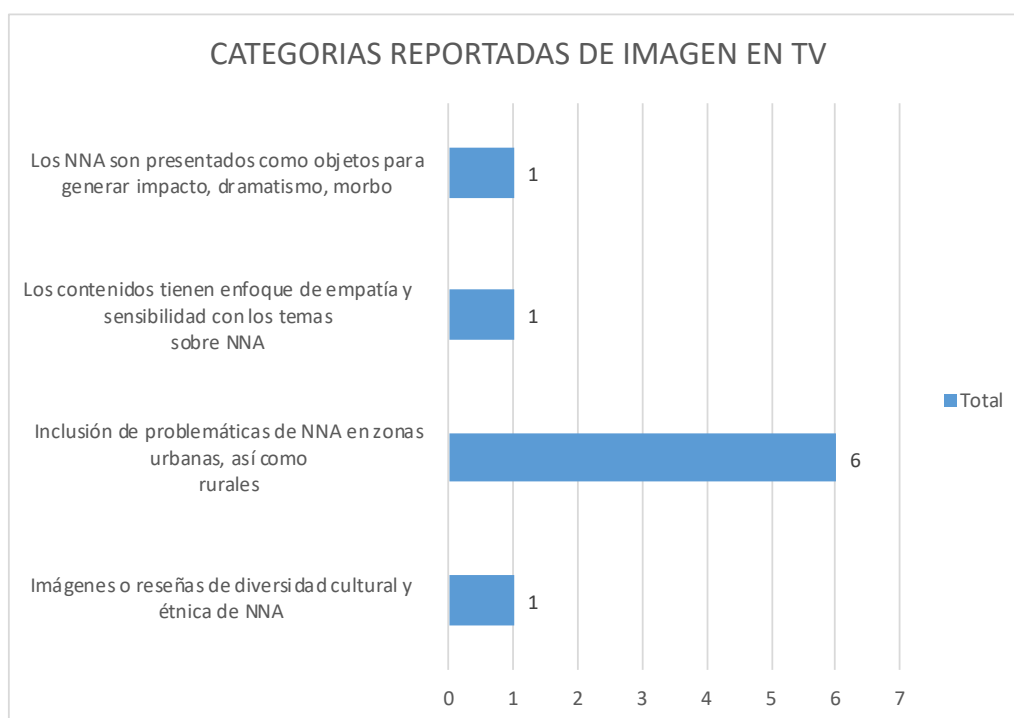
Total programas	SÍ	NO
470	9	461





**Gráfico 14:** Equipo monitoreo NNA

Etiquetas de fila	Suma de # OBSERVACIONES
Ecuavisa	2
RTS	1
TC Televisión	3
Teleamazonas	3
<b>Total general</b>	<b>9</b>



**Gráfico 15:** Equipo monitoreo NNA

### CUADRO RESUMEN:

Etiquetas de fila	Suma de NÚMERO DE OBSERVACIÓN
Imágenes o reseñas de diversidad cultural y étnica de NNA.	1
Inclusión de problemáticas de NNA en zonas urbanas, así como rurales.	6
Los contenidos tienen enfoque de empatía y sensibilidad con los temas sobre NNA.	1
Los NNA son presentados como objetos para generar impacto, dramatismo, morbo.	1
<b>Total general</b>	<b>9</b>

### 5.6.- RESULTADOS DEL MONITOREO SOBRE EDUCACIÓN Y FORMACIÓN INTEGRAL DE NNA EN LOS MEDIOS TELEVISIVOS

Educación y Formación Integral fue tomado como referencia al proceso continuo, permanente y participativo que busca el desarrollo armónico de todas y cada una de las dimensiones del ser humano (ética, espiritual, cognitiva, afectiva, comunicativa, estética, corporal, y socio-política), a fin que la responsabilidad social esté enmarcada en potenciar el desarrollo de los NNA desde el mensaje de los medios televisivos para lograr su realización plena en la sociedad.

CATEGORIA	MEDIO	NOMBRE PROGRAMA	# OBSERVACIONES	TOTAL
<b>Fomenta el pensamiento crítico, liberador o el autoaprendizaje.</b>	Teleamazonas	Educa	2	12
	Teleamazonas	24 Horas en la comunidad	1	
	TC Televisión	Educa	3	
	Ecuavisa	Educa	1	
	Ecuavisa	Famosos y mascotas	1	
	RTS	Educa	1	
	Televisión	Educa	3	
<b>Contenidos que promuevan el desarrollo artístico y la expresión artística de acuerdo con la edad.</b>	Teleamazonas	Educa	1	8
	TC Televisión	Educa	1	
	Ecuavisa	Educa	1	
	Televisión	Educa	5	



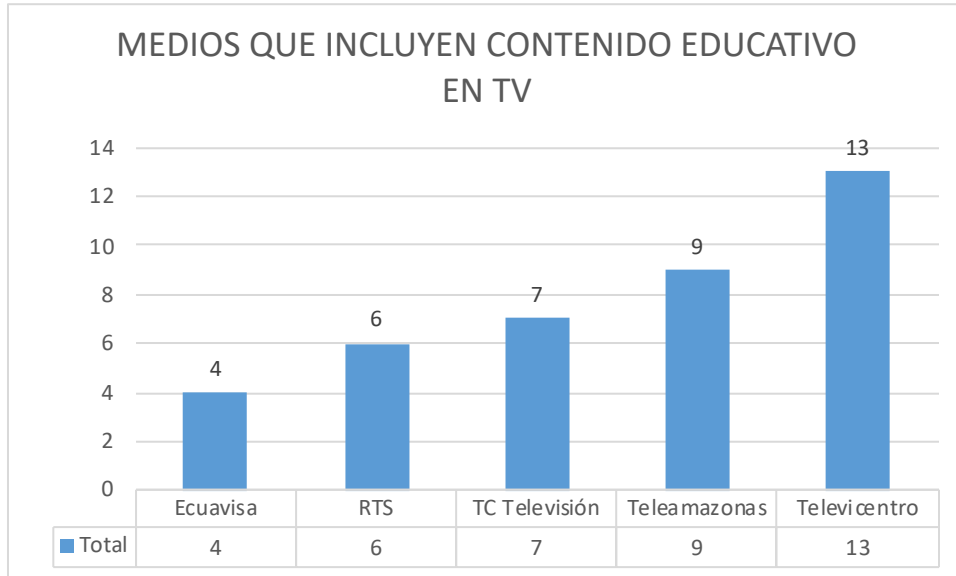
<b>Contenidos que impulsan los hábitos deportivos de las personas en especial de los NNA</b>	Teleamazonas	Educa	2	5
	TC Televisión	Educa	1	
	Televisión	Educa	2	
<b>Presentación de contenidos con el fin de erradicar la violencia a nivel educativa e intrafamiliar.</b>	Teleamazonas	Educa	2	9
	Ecuavisa	Educa	1	
	RTS	Educa	2	
	RTS	La Noticia, primera emisión	1	
	RTS	La Noticia, el despertar	1	
	Televisión	Educa	2	
<b>Confirmar valores desde la diversidad (familia, compañerismo, respeto a las diferencias).</b>	Teleamazonas	Educa	1	5
	TC Televisión	Educa	2	
	RTS	Educa	1	
	Televisión	Educa	1	

**Tabla 8:** Equipo monitoreo NNA



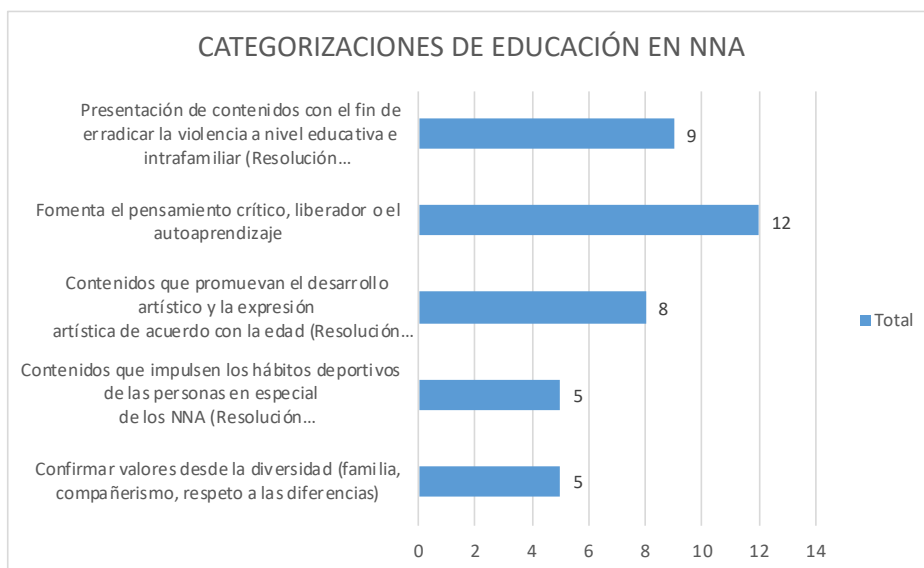
**Gráfico 16:** Equipo monitoreo NNA

Total programas	SÍ	NO
470	39	431



**Gráfico 17:** Equipo monitoreo NNA

Etiquetas de fila	Suma de # OBSERVACIONES
Ecuavisa	4
RTS	6
TC Televisión	7
Teleamazonas	9
Telecentro	13
<b>Total general</b>	<b>39</b>



**Gráfico 18:** Equipo monitoreo NNA



### 5.7.- RESULTADOS DEL MONITOREO SOBRE PUBLICIDAD DE NNA EN LOS MEDIOS TELEVISIVOS

Para este apartado en relación a NNA se toma como referencia lo que aún estipula la reformada Ley de Comunicación que menciona en su artículo 94 sobre la Protección de derechos en publicidad y propaganda que deberá respetar los derechos garantizados por la Constitución y los instrumentos internacionales donde se prohíbe la publicidad engañosa así como todo tipo de publicidad o propaganda de pornografía infantil, de bebidas alcohólicas, de cigarrillos y sustancias estupefacientes y psicotrópicas. Los medios de comunicación no podrán publicitar productos cuyo uso regular o recurrente produzca afectaciones a la salud de las personas. La publicidad de productos destinados a la alimentación y la salud se someterá a control posterior por parte de la autoridad sanitaria nacional.

Lo que destacamos en este ítem refiere a la publicidad que curse en los programas infantiles será debidamente calificada por el Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación.

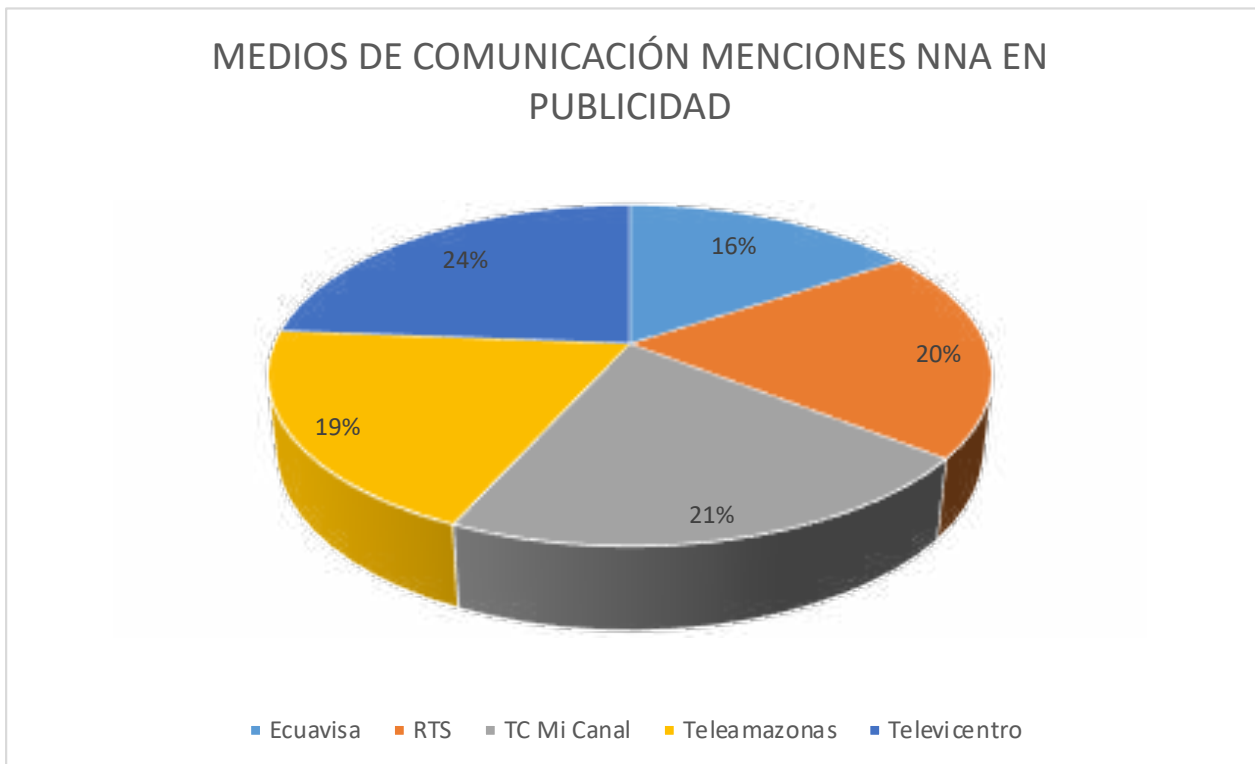


Gráfico 19: Equipo monitoreo NNA

<b>MEDIOS</b>	<b>La publicidad está acompañada de lenguaje de señas y otros mecanismos para personas con discapacidades.</b>	<b>La publicidad dirigida a NNA está en idioma castellano y términos comprensibles.</b>	<b>Contenidos publicitarios violentos, discriminatorios y de rechazo social o apología de odio nacional.</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Ecuavisa</b>	49	17		66
<b>RTS</b>	82	2		84
<b>TC Mi Canal</b>	74	15		89
<b>Teleamazonas</b>	64	17	1	82
<b>Televisión</b>	94	6		100
<b>TOTAL</b>	<b>363</b>	<b>57</b>		<b>420</b>

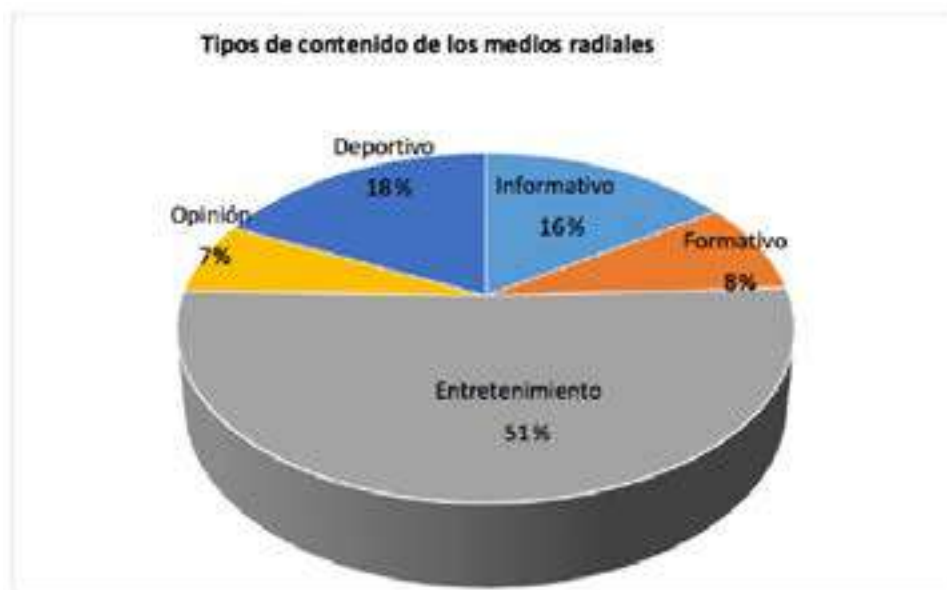
**Tabla 9:** Equipo monitoreo NNA

## MONITOREO DE PROGRAMAS RADIALES

En el período comprendido entre el 26 de abril al 06 de junio de 2021 se monitoreó un total de 372 programas difundidos en cinco medios de comunicación radiales, de los cuales 54 fueron programas Informativos; 59 programas Formativos/Educativos/Culturales; 175 programas de Entretenimiento; 23 programas de Opinión; y 61 programas Deportivos, según el siguiente detalle:

<b>MEDIO</b>	<b>INFORMATIVO</b>	<b>FORMATIVO</b>	<b>ENTRETENIMIENTO</b>	<b>OPINIÓN</b>	<b>DEPORTIVO</b>	<b>TOTAL</b>
Genial Exa	13	0	41	7	0	61
Joya Stereo	2	19	50	1	0	72
La Otra	1	1	44	0	0	46
La Red	9	21	7	1	57	95
Pichincha Universal	29	18	33	14	4	98
Total	54	59	175	23	61	372

**Tabla 10:** Equipo monitoreo NNA



**Gráfico 20:** Equipo monitoreo NNA

Del monitoreo realizado se evidencia que, de manera individual, la prevalencia de contenidos en los medios radiales es la siguiente: en Genial Exa predomina el contenido de Entretenimiento con 41 programas, es decir, el 74,9% de su programación; en Joya Stereo predomina el contenido de Entretenimiento con 50 programas, es decir, 69,4% de su programación; en La Otra predomina el contenido de Entretenimiento con 44 programas, es decir, el 95,6% de su programación; en La Red predomina el contenido de Deportivo con 57 programas, es decir el 60% de su programación; y, en Pichincha Universal predomina el contenido de Informativo con 33 programas, es decir, el 33,67% de su programación. Estos datos evidencian que ninguno de los cinco medios monitoreados cumple con prevalencia en la difusión de contenidos informativo, educativo y cultural que señala el artículo 8 de la Ley Orgánica de Comunicación.

De manera general, el mayor porcentaje de contenido que se difundió en los cinco medios monitoreados corresponde a programas de Entretenimiento, 51%; seguido por programas Deportivos, 18%; programas Informativos, 16%; programas Formativos, 8%; y, programas de Opinión, 7%.

En relación a la vulneración de Derechos en los medios radiales se encontró que se reportaron 82 observaciones. Cabe destacar que es importante la prevalencia que tienen los contenidos de entretenimiento en los medios radiales; no obstante, permanece un importante contenido educativo varios de ellos cada hora de su programación de los medios radiales.

En relación a vulneración de Derechos se detalla de la siguiente manera:

## Contenido de NNA en los programas de los medios monitoreados



**Gráfico 21:** Equipo monitoreo NNA

CATEGORÍA	MEDIO	PROGRAMA	NÚMERO DE OBSERVACIONES
Actúa como agente activo de denuncia social sobre casos de explotación laboral, violencia, maltrato, explotación sexual o cualquier otra forma de instrumentalización de niños, niñas y adolescentes; aun cuando se trate de prácticas normalizadas culturalmente.	Joya Stereo	Educa Contigo	1
Actúa como agente activo de denuncia social sobre casos de explotación laboral, violencia, maltrato, explotación sexual o cualquier otra forma de instrumentalización de niños, niñas y adolescentes; aun cuando se trate de prácticas normalizadas culturalmente.	Radio La Red	Noticiero 24 Horas	1
Actúa como agente activo de denuncia social sobre casos de explotación laboral, violencia, maltrato, explotación sexual o cualquier otra forma de instrumentalización de niños, niñas y adolescentes; aun cuando se trate de prácticas normalizadas culturalmente.	Radio Pichincha	Educa Contigo	1
Actúa como agente activo de denuncia social sobre casos de explotación laboral, violencia, maltrato, explotación sexual o cualquier otra forma de instrumentalización de niños, niñas y adolescentes; aun cuando se trate de prácticas normalizadas culturalmente.	La Otra FM	Sin Pelos en La Radio	1



Informe de monitoreo de contenido relacionado a niñas, niños y adolescentes, en medios de comunicación televisivos, radiales, impresos y digitales.



Genera condiciones y espacios para que niñas, niños y adolescentes participen, discutan y analicen temas que les son de su directo interés.	Radio La Red	Educa Contigo	1
Genera condiciones y espacios para que niñas, niños y adolescentes participen, discutan y analicen temas que les son de su directo interés.	Joya Stereo	Educa Contigo	2
Incentiva la curiosidad y apego a las ciencias, el arte, el deporte, la cultura, el respeto a los derechos humanos, las prácticas y medidas de responsabilidad ambiental.	Radio Pichincha	Educa Contigo	4
Incentiva la curiosidad y apego a las ciencias, el arte, el deporte, la cultura, el respeto a los derechos humanos, las prácticas y medidas de responsabilidad ambiental.	Radio La Red	Educa Contigo	9
Incentiva la curiosidad y apego a las ciencias, el arte, el deporte, la cultura, el respeto a los derechos humanos, las prácticas y medidas de responsabilidad ambiental.	Joya Stereo	Educa Contigo	12
Se presenta como hecho noticioso y/o informativo.	Radio Pichincha	Punto PI	2
Se presenta como hecho noticioso y/o informativo.	Radio Pichincha	Punto Noticias	1
Se presenta como hecho noticioso y/o informativo.	Radio Pichincha	Punto Noticias Resumen	1
Se presenta como hecho noticioso y/o informativo.	Radio Pichincha	Me Importa Pichincha	1
Se presenta como hecho noticioso y/o informativo.	Joya Stereo	Espía del Amanecer	1
Se presenta como hecho noticioso y/o informativo.	Radio La Red	Noticiero 24 Horas	1
Se presenta como hecho noticioso y/o informativo.	Genial Exa FM	Noticiero Informe Matinal	1
Se presenta como hecho noticioso y/o informativo.	Genial Exa FM	Marco Guadalupe en Exa	0

Informe de monitoreo de contenido relacionado a niñas, niños y adolescentes, en medios de comunicación televisivos, radiales, impresos y digitales.

Se presenta como hecho noticioso y/o informativo.	Radio Pichincha	La Pizarra	1
Suministra información objetiva y genera estrategias que ayudan a niñas, niños y adolescentes a identificar situaciones de riesgo.	Radio Pichincha	Educa Contigo	3
Suministra información objetiva y genera estrategias que ayudan a niñas, niños y adolescentes a identificar situaciones de riesgo.	La Otra FM	Con la Cobijas al Aire	1
Suministra información objetiva y genera estrategias que ayudan a niñas, niños y adolescentes a identificar situaciones de riesgo.	Radio Pichincha	Punto Noticias Resumen	1
Suministra información objetiva y genera estrategias que ayudan a niñas, niños y adolescentes a identificar situaciones de riesgo.	Genial EXA FM	Noticiero Informe Matinal	1
Suministra información objetiva y genera estrategias que ayudan a niñas, niños y adolescentes a identificar situaciones de riesgo.	Radio La Red	Educa Contigo	5
Suministra información objetiva y genera estrategias que ayudan a niñas, niños y adolescentes a identificar situaciones de riesgo.	Joya Stereo	Educa Contigo	2
Valoración de la niñez y adolescencia como etapas indispensables de desarrollo sin representarlas como etapas problemáticas.	Radio La Red	Fútbol FM	1
Valoración de la niñez y adolescencia como etapas indispensables de desarrollo sin representarlas como etapas problemáticas.	Radio Pichincha	Entretelones	1
Valoración de la niñez y adolescencia como etapas indispensables de desarrollo sin representarlas como etapas problemáticas.	Joya Stereo	Educa Contigo	1





Valoración de la niñez y adolescencia como etapas indispensables de desarrollo sin representarlas como etapas problemáticas.	La Otra FM	Requinteando	1
Genera material lúdico y comprensivo para todas las edades si es una sección infantil.	Joya Stereo	Educa Contigo	11
Genera material lúdico y comprensivo para todas las edades si es una sección infantil.	Radio Pichincha	Educa Contigo	5
Genera material lúdico y comprensivo para todas las edades si es una sección infantil.	Radio La Red	Educa Contigo	8
		<b>TOTAL</b>	<b>82</b>

**Tabla 11:** Equipo monitoreo NNA

<b>MEDIOS</b>	<b>Suma de # OBSERVACIONES</b>
Genial Exa FM	2
Joya Stereo	30
La Otra FM	3
Radio La Red	26
Radio Pichincha	21
<b>Total general</b>	<b>82</b>

**Tabla 12:** Equipo monitoreo NNA

Como se aprecia existe prevalencia en Radio Joya Stereo en emitir contenido relacionado con niñas, niños y adolescentes. Además, se obtiene que se registra mayor reporte en la categoría “Incentiva la curiosidad y apego a las ciencias, el arte, el deporte, la cultura, el respeto a los derechos humanos, las prácticas y medidas de responsabilidad ambiental” y casi en su totalidad esto se evidencia en la emisión del programa “Educa contigo”. Existe varios medios que emiten repetidas veces el contenido Formativo-Educativo y Cultural.



**Gráfico 22:** Equipo monitoreo NNA

**CUADRO RESUMEN:**

CATEGORÍA	REPORTE
Actúa como agente activo de denuncia social sobre casos de explotación laboral, violencia, maltrato, explotación sexual.	4
Genera condiciones y espacios para que niñas, niños y adolescentes participen en temas de su interés.	3
Genera material lúdico y comprensivo para todas las edades si es una sección infantil.	24
Incentiva la curiosidad y apego a las ciencias, el arte, el deporte, la cultura.	25
Se presenta como hecho noticioso y/o informativo.	9
Suministra información objetiva y genera estrategias a identificar situaciones de riesgo.	13
Valoración de la niñez y adolescencia como etapas indispensables de desarrollo sin representarlas como etapas problemáticas	4

**Tabla 13:** Equipo monitoreo NNA



**Gráfico 23:** Equipo monitoreo NNA



**Gráfico 24:** Equipo monitoreo NNA

Las temáticas relacionadas con NNA fueron abordadas por el 13% de los programas monitoreados, es decir 49 programas; mientras que el 87% no lo hicieron y corresponde a 323 programas. El medio donde mayoritariamente se presentó contenido de NNA es Joya Stereo, seguido por Pichincha Universal, La Red, La Otra y Genial Exa.

En cuanto a las características de los mensajes difundidos, los dos principales enfoques fueron aquellos relacionados con el incentivo a la curiosidad y apego a las ciencias, el arte, el deporte, la cultura, etc., y la generación de material lúdico y comprensivo para todas las edades. A continuación, las características de los mensajes que se observaron en los contenidos que difundieron los medios monitoreados sobre NNA.

Característica del mensaje	Número de observaciones relacionadas a NNA					
	Genial Exa	Joya Stereo	La Otra	La Red	Pichin Univ.	Total
Incentiva la curiosidad y apego a las ciencias, el arte, el deporte, la cultura, el respeto a los derechos humanos, las prácticas y medidas de responsabilidad ambiental.	0	13	0	9	5	27
Genera material lúdico y comprensivo para todas las edades si es una sección infantil.	0	13	0	9	5	27
Suministra información objetiva y genera estrategias que ayudan a niñas, niños y adolescentes a identificar situaciones de riesgo.	1	2	1	5	4	13
Se presenta como hecho noticioso y/o informativo.	2	1	0	1	6	10
Valoración de la niñez y adolescencia como etapas indispensables de desarrollo sin representarlas como etapas problemáticas.	0	1	1	1	1	4
Actúa como agente activo de denuncia social sobre casos de explotación laboral, violencia, maltrato, explotación sexual o cualquier otra forma de instrumentalización de niños, niñas y adolescentes; aun cuando se trate de prácticas normalizadas culturalmente.	1	1	1	1	1	5
Genera condiciones y espacios para que niñas, niños y adolescentes participen, discutan y analicen temas que les son de su directo interés.	0	2	0	1	0	3
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>32</b>	<b>3</b>	<b>26</b>	<b>22</b>	<b>86</b>

**Tabla 14:** Equipo monitoreo NNA

## MONITOREO DE MEDIOS IMPRESOS

En el período comprendido entre el 26 de abril al 06 de junio del 2021 se monitoreó un total de 251 secciones y/o temáticas publicado en seis medios de comunicación impresos, de los cuales 41 fueron Arte, Cultura y Entretenimiento; 42 Deporte; 42 Economía y Negocios; 40 Educación, Ciencia y Tecnología; 42 Política, Actualidad y Opinión; y 44 Sucesos y Crónica Roja, según el siguiente detalle:



MEDIO	Arte Cultura Entretenimiento	Deportes	Economía y Negocios	Educación Ciencia y Tecnología	Política y Actualidad	Sucesos y Crónica Roja	TOTAL
La Hora	6	9	8	6	7	7	<b>43</b>
El Comercio	7	6	7	7	7	8	<b>42</b>
El Telégrafo	8	7	7	5	7	7	<b>41</b>
El Universo	8	6	8	7	7	6	<b>42</b>
Expreso	6	8	6	7	8	7	<b>42</b>
Extra	6	6	6	8	6	9	<b>41</b>
<b>TOTAL</b>	<b>41</b>	<b>42</b>	<b>42</b>	<b>40</b>	<b>42</b>	<b>44</b>	<b>251</b>

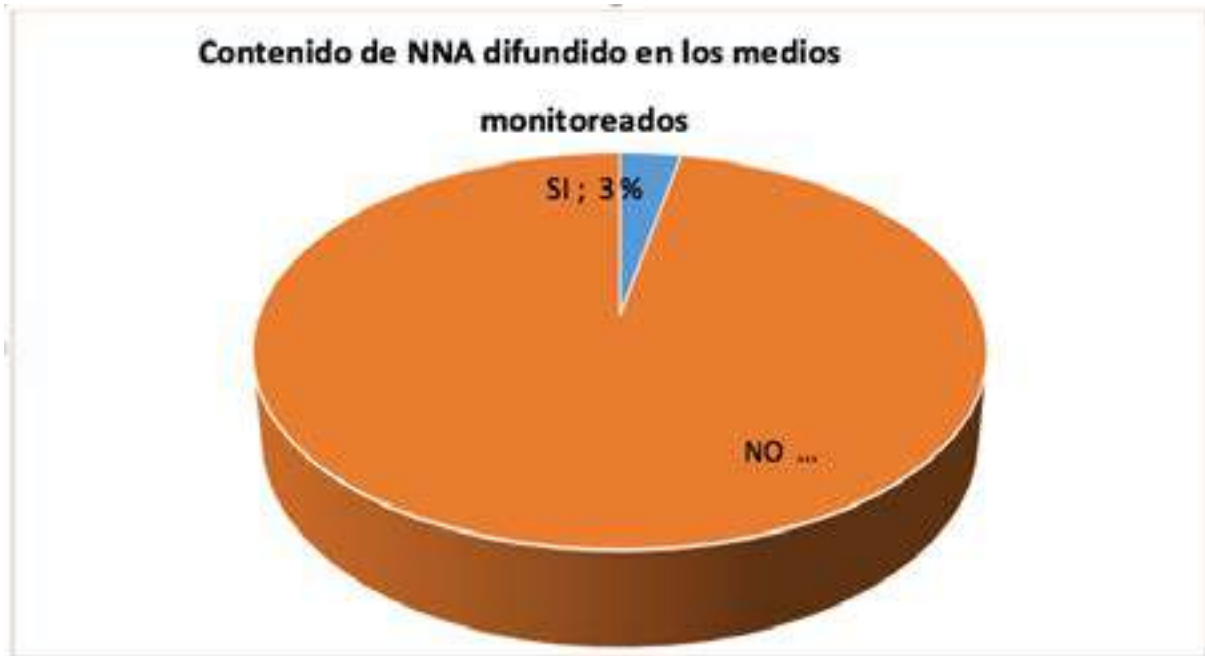
**Tabla 15:** Equipo monitoreo NNA



**Gráfico 25:** Equipo monitoreo NNA

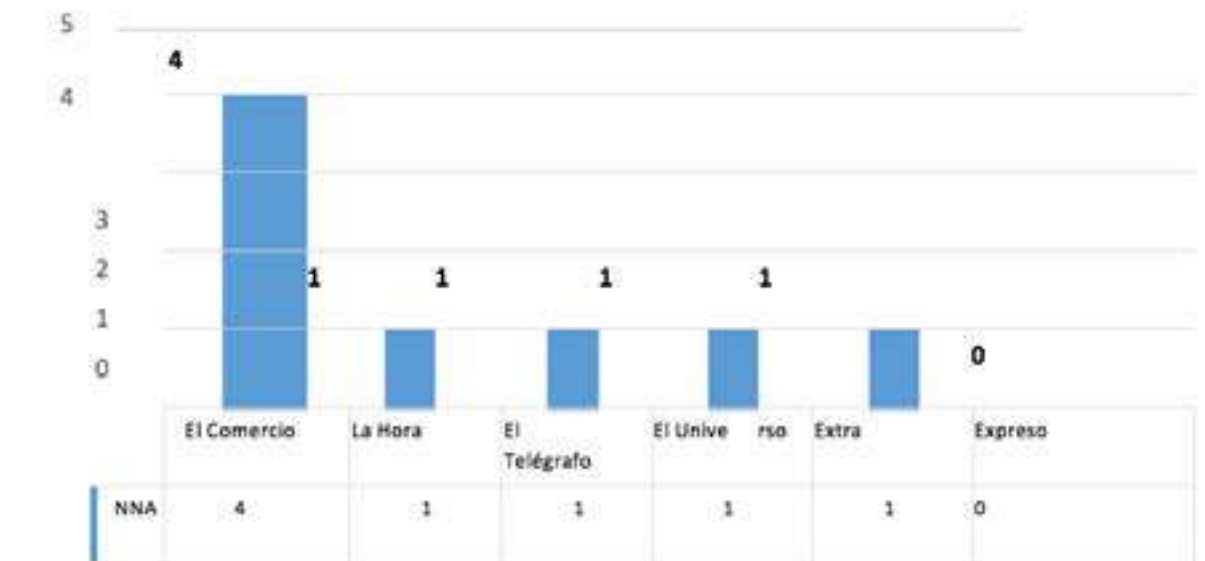
Del monitoreo realizado se evidencia que en los medios impresos monitoreados el 17% de la difusión de contenidos corresponden a Deportes; 17% a Economía y Negocios; 17% a Política y Actualidad; y, 17% Sucesos y Crónica Roja, mientras que con el 16% se difunde contenido de Arte, Cultura y Entretenimiento y 16% Educación, Ciencia y Tecnología.

En relación a contenido de niñas, niños y adolescentes se obtuvo que sobre el enfoque de derechos tenemos que el 3% trata sobre ello en medios impresos:



**Gráfico 26:** Equipo monitoreo NNA

### Temáticas que abordan temas de NNA por medio



**Gráfico 27:** Equipo monitoreo NNA



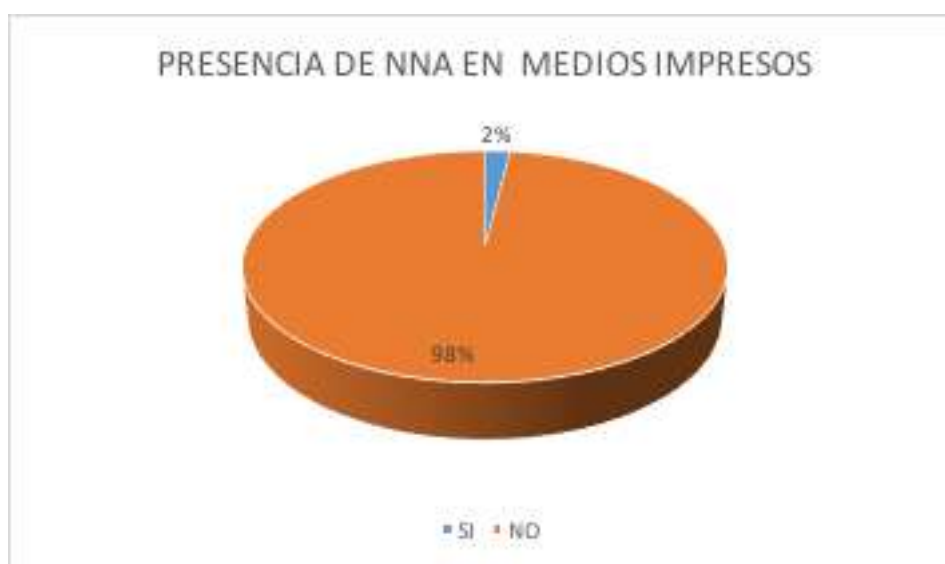


Las temáticas relacionadas con NNA fueron abordadas en el 3% de las notas monitoreadas, es decir 8 secciones; mientras que el 97% no lo hicieron y corresponde a 243 temáticas. El medio que más abordó el tema fue El Comercio, seguido por los diarios La Hora, El Telégrafo, Extra y El Universo; mientras que diario Expreso no abordó nunca temas relacionados a NNA.

En cuanto a las características de los mensajes difundidos, los dos principales enfoques fueron como hecho noticioso y/o informativo; y genera condiciones y espacios para que niñas, niños y adolescentes participen, discutan y analicen temas que les son de su directo interés. A continuación, las características de los mensajes que se observaron en los contenidos que difundieron los medios monitoreados sobre NNA.

MEDIO	TEMÁTICA	NÚMERO DE OBSERVACIÓN
EXTRA	Educación Ciencia y Tecnología	1
EXTRA	Sucesos y crónica roja	1
EXPRESO	Educación Ciencia y Tecnología	1
EL UNIVERSO	Política, actualidad y opinión	1
EL COMERCIO	Educación Ciencia y Tecnología	1
<b>TOTAL</b>		<b>5</b>

**Tabla 16:** Equipo monitoreo NNA



**Gráfico 28:** Equipo monitoreo NNA

Característica del mensaje	Número de observaciones relacionadas a NNA						
	La Hora	El Comercio	El Telégrafo	El Universo	Expreso	Extra	Total
Se presenta como hecho noticioso y/o informativo	1	3	0	1	0	1	6
Genera condiciones y espacios para que niñas, niños y adolescentes participen, discutan y analicen temas que les son de su directo interés.	0	1	0	1	0	0	2
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>8</b>

**Tabla 14:** Equipo monitoreo NNA

## CONCLUSIONES:

- Casi la totalidad de contenidos relacionados a niños se encuentran en el Programa Educa Tv en la totalidad de los medios. Hay que destacar que solo 10% de programas difunden temáticas de NNA. No obstante; si quitamos el programa “Educa contigo” obtendríamos únicamente 1% de contenido NNA. Casi el 9% que abordan esta temática se encuentra en NNA.
- En cuanto a las características de los mensajes difundidos, los dos principales enfoques fueron aquellos relacionados con el incentivo a la curiosidad y apego a las ciencias, el arte, el deporte, la cultura, etc., y la generación de material lúdico y comprensivo para todas las edades.
- Otra de las temáticas donde se enfatiza a niñas, niños y adolescentes se relaciona a la categoría Hecho noticioso y/o informativo. En su mayoría destaca los inconvenientes que ha tenido este sector en temas educativos en contextos de pandemia.
- En cuanto a medios televisivos en Contenido Violento, relacionado a vulneración de derechos difundido como hecho informativo o noticioso, Ecuavisa es el medio que más informa sobre este sector. Seguido de Telemazonas, Televisión y RTS.
- En relación a contenido educativo el medio Televisión es el medio que más destina programación a este sector y como categoría destaca como espacio que fomenta el pensamiento crítico, liberador o el autoaprendizaje.
- En cuanto sector prioritario aproximadamente el 13% de los programas difundidos por los medios televisivos y radiales monitoreados; conjuntamente con las mujeres son los grupos que son más visibilizados en los medios. Mientras en medios impresos el tratamiento de estas temáticas alcanzó el 4% en mujeres y el 3% en NNA.
- Parte del monitoreo NNA como se mencionó en el desarrollo del análisis contó con la inclusión de medios digitales; no obstante, fue eliminado de este monitoreo por un cambio en normativa legal vigente. Lo que se destaca es que hasta el momento de sus monitoreo NO existió ningún reporte de niñas, niños y adolescentes en medios en internet.



- En contextos informativos se obtiene que en su mayoría los hechos noticiosos o informativos actúan como agente activo de denuncia social sobre casos de explotación laboral, violencia, maltrato, explotación sexual o cualquier otra forma de instrumentalización de niñas, niños y adolescentes.
- En medios impresos el medio que más abordó el tema de NNA fue El Comercio, seguido por los diarios La Hora, El Telégrafo, Extra y El Universo; mientras que diario Expreso no abordó nunca temas relacionados a NNA.



Consejo de  
Comunicación

*Libertad de expresión y derechos*

