



Consejo Asesor de la Comunicación
Audiovisual y la Infancia

El cuidado de chicas y chicos en los medios

En un programa televisivo emitido el domingo 17 de julio una niña quedó expuesta a un peligro evidente al ponerse en marcha una motocicleta a la que había sido subida en medio de la promoción de dicho producto.

En primer lugar, que una niña sea puesta al comando de una moto en condiciones de arrancar, dentro de un estudio de televisión, es una irresponsabilidad grave. Además del peligro individual para la niña, se transmite un mensaje al conjunto de la niñez, por el riesgo de imitación de un hecho "divertido".

Por otro lado, la escena se construyó con un fin de explotación comercial y en este caso la imagen de la niña fue usada para promover un producto sin ninguna relación con sus intereses, sus necesidades, sus perspectivas y sus derechos.

Desde CONACAI alertamos sobre el peligro que representa el mensaje construido y advertimos que el mismo contradice las premisas de las normativas de Derechos Humanos que sustentan nuestras leyes (Ley de Protección Integral de Derechos de NNyA (26061) y Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522) en donde se promueve la dignidad de los niños y niñas, y se socializan principios que muestran cómo deben ser tratados chicos y chicas en las emisiones, en cuanto al cuidado de su imagen y al respeto a sus derechos.

Por otro lado el hecho ocurrió a las 22.30 hs y, según la indicación del emisor, el programa se estaba transmitiendo "en vivo", lo que constituye una violación al artículo 68 de la Ley 26.522, que establece que entre las 22 y las 6 horas, las niñas y niños de menos de 12 años solo pueden aparecer en espacios grabados, lo cual debe ser anunciado de manera explícita.

A su vez el artículo 71 de la Ley 26.522 expresa que "Las niñas, niños y adolescentes tienen derecho a ser respetados en su dignidad, reputación y propia imagen, en su vida privada e intimidad familiar" y en el artículo 81 se habla de "evitar publicidades engañosas, que la ficción con fines comerciales directos no les mientan a los niños", agregándose en el inciso h que "La publicidad destinada a niñas y niños no debe incitar a la compra de productos explotando su inexperiencia y credulidad".

El conjunto del mensaje transmitido puede resultar peligroso para chicas y chicos: primero da por bueno que una niña de tan corta edad sea subida a una moto enmarcándolo como algo lúdico y gracioso. Luego da a entender que una niña o niño puede andar en el vehículo y salir indemne con algo de suerte o presunta habilidad. Por último, consideramos que se utiliza ese episodio para promocionar el producto sin una reflexión sobre lo sucedido y aprovechando la imagen de una niña que desconocía los riesgos y los fines de esa acción. Desde este Consejo, reiteramos en cada oportunidad la necesidad de trabajar en pos de una comunicación responsable y respetuosa que tenga consideración permanente y plena de los derechos de las infancias y las adolescencias en los medios. Debemos garantizar que cada vez que ellas y ellos participen sea desde un marco de respeto y cuidado acorde a su grado de madurez.