CÁMARA DE DIPUTADOS
ÁREA DE TRÁMITE DOCUMENTARIO
RECIBIDO
PROPOSICIÓN LEGISLATIVA
00825-2026-2031-CD
RU 64607-CD
11 NOVIEMBRE 2026 12:43 p. m.
FIRMADO DIGITALMENTE: ASABARIAN

LEY QUE FORTALECE LA PROTECCIÓN DE NIÑAS, NIÑOS Y ADOLESCENTES EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y PLATAFORMAS DIGITALES Y PROMUEVE CONTENIDOS EDUCATIVOS

Los Diputados de la República que suscriben, del Grupo Parlamentario Partido Cívico Obras a iniciativa de la diputada **DINA IRENE HANCCO HANCCO**, en virtud del ejercicio del derecho de iniciativa legislativa conferido por el artículo 107 de la Constitución Política del Perú y los artículos 98 y 107 del Reglamento de la Cámara de Diputados, presentan la siguiente proposición legislativa:

FÓRMULA LEGAL

LEY QUE FORTALECE LA PROTECCIÓN DE NIÑAS, NIÑOS Y ADOLESCENTES EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y PLATAFORMAS DIGITALES Y PROMUEVE CONTENIDOS EDUCATIVOS

Artículo 1.- Objeto de la ley

Esta ley tiene por objeto fortalecer la protección a niñas, niños y adolescentes frente a contenidos inapropiados para su edad, en los servicios de radiodifusión y las plataformas digitales, así como promover contenidos educativos, culturales y el uso seguro y responsable de los medios de comunicación.

Artículo 2.- Finalidad

La presente ley tiene por finalidad proteger el bienestar y desarrollo de niñas, niños y adolescentes, promoviendo contenidos adecuados para su edad y el uso seguro de los medios de comunicación y las plataformas digitales, con la participación responsable de las familias y el respeto a los derechos fundamentales y la libertad de expresión.

Artículo 3.- Principios

La aplicación de esta ley se rige por los siguientes principios:

a) Interés superior del niño: en caso de duda, prevalece la interpretación que mejor proteja a niñas, niños y adolescentes.

b) Libertad de expresión sin censura previa: ninguna disposición de esta ley autoriza la censura previa. Las obligaciones que establece se cumplen mediante autorregulación, clasificación por edades y responsabilidad posterior, conforme al inciso 4 del artículo 2 de la Constitución.

c) Corresponsabilidad: la protección de la niñez frente a los medios es tarea compartida de las familias, la escuela, los medios, los creadores de contenido, las plataformas digitales y el Estado.

d) Diversidad cultural: Se valoran los contenidos en lenguas originarias y los que muestran la riqueza cultural del país y del mundo.

e) La proporcionalidad: Implica que cualquier medida que incida en la vida privada debe perseguir un objetivo legítimo y específico. Para determinar si su aplicación está justificada, es necesario comprobar que la medida ayuda a alcanzar ese objetivo, que no existe otra opción igual de eficaz con un impacto menor y que los beneficios previstos guardan relación con la afectación de los derechos de las personas. Estos criterios también permiten definir qué datos se necesitan, quiénes pueden consultarlos y durante cuánto tiempo deben conservarse.

f) El respeto a la privacidad y la protección de los datos personales: Debe garantizarse en cada etapa del tratamiento de la información. Para ello, se debe explicar con claridad el propósito de la recopilación, solicitar únicamente los datos indispensables, restringir el acceso al personal autorizado y adoptar medidas de seguridad adecuadas al nivel de riesgo. Una vez cumplida la finalidad que justifica su conservación, los datos deben eliminarse de manera segura cuando corresponda.

Artículo 4.- Definiciones

Para la aplicación de la presente norma rigen estas definiciones:

a) **Contenido inapropiado para menores**. Contenido que, por sus características, nivel de violencia, contenido sexual explícito o promoción de conductas peligrosas, pueda afectar el bienestar y desarrollo de niñas, niños y adolescentes, teniendo en cuenta su edad y el contexto en que se presenta.

b) **Clasificación por edades**. Identificación de los contenidos según la edad del público al que están dirigidos, considerando sus características y posibles riesgos para los menores.

c) **Plataforma digital de intercambio de contenidos**. Servicio en línea que permite publicar, compartir o visualizar contenidos y que ofrece sus servicios a usuarios en el Perú, de acuerdo con el ámbito de aplicación de la presente ley.

d) **Herramientas de protección digital**. Funciones que permiten configurar la privacidad, limitar el acceso a contenidos inapropiados, facilitar el control parental y denunciar situaciones que puedan afectar a menores.

e**) Contenido educativo**. Contenido difundido por radio, televisión o plataformas digitales que contribuye al aprendizaje, la formación en valores, el desarrollo de habilidades y el conocimiento de la cultura y la sociedad.

f) **Creador de contenido digital**. Persona natural o jurídica que produce y difunde habitualmente contenidos en redes sociales o plataformas digitales, independientemente de que reciba ingresos por esta actividad.

Artículo 5.- Horario familiar efectivo en televisión y radio

a) Los titulares de servicios de radiodifusión cumplen las disposiciones sobre horario familiar, clasificación y advertencia de programas previstas en la Ley 28278, Ley de Radio y Televisión, y su reglamento.

b) Los titulares de servicios de radiodifusión brindan información clara y accesible sobre la clasificación de sus programas, de acuerdo con su contenido y el público al que están dirigidos, conforme a la normativa vigente.

c) Los códigos de ética de los servicios de radiodifusión deben contemplar mecanismos accesibles para la presentación y atención de quejas relacionadas con contenidos que puedan afectar a niñas, niños y adolescentes, conforme a los procedimientos y plazos establecidos en la normativa aplicable.

d) El Ministerio de Transportes y Comunicaciones supervisa el cumplimiento de las obligaciones previstas en la legislación de radiodifusión, dentro del ámbito de sus competencias, aplicando las medidas que correspondan conforme al régimen legal vigente.

Artículo 6.- Contenidos educativos y con valores

6.1 El Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú promueve, dentro de su programación institucional, una franja diaria de contenidos educativos, culturales dirigidos a niñas, niños y adolescentes, considerando la diversidad cultural y lenguas originarias.

6.2 Los titulares de servicios de radiodifusión privados pueden incorporar voluntariamente, dentro del horario familiar, contenidos educativos, culturales y de ciencia en su programación y pueden coproducirlos con universidades, el Ministerio de Educación y el Ministerio de Cultura mediante convenios sin costo para el Estado.

6.3 Las entidades públicas pueden promover iniciativas de colaboración para la difusión de contenidos educativos, en el marco de sus competencias y de los recursos institucionales disponibles.

Artículo 7.- Distintivo «Pantallas que Educan»

7.1 El Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCORTV) otorga el distintivo «Pantalla que Educa» a los programas de radio y televisión y a los creadores de contenido digital que difundan contenidos educativos, con valores y sin contenido inapropiado para menores.

7.2 El CONCORTV publica en su portal la relación de programas y creadores con el distintivo.

7.3 Las entidades públicas consideran el distintivo como criterio de preferencia, en igualdad de condiciones, al contratar publicidad estatal, sin incrementar su gasto.

Artículo 8.- Protección de menores en redes sociales y plataformas digitales

8.1 Los creadores de contenido digital que difundan contenido inapropiado para menores lo identifican como tal antes de su inicio y emplean las herramientas de restricción por edad que ofrezca la plataforma.

8.2 Las plataformas digitales que prestan servicios a usuarios en el Perú:

a) Ofrecen herramientas de control parental gratuitas y fáciles de usar, con información en castellano.

b) Aplican, por defecto, la configuración más protectora de privacidad y de contenido a las cuentas de usuarios menores de edad.

c) No dirigen publicidad a menores de edad basada en el perfilamiento de sus datos personales.

d) Cuentan con un canal accesible para denunciar contenidos que afecten a menores y responden dentro del plazo que fije el reglamento.

8.3 La supervisión de lo dispuesto en el párrafo 8.2 corresponde al INDECOPI, en el marco de la protección del consumidor, y a la Autoridad Nacional de Protección de Datos Personales, en lo relativo al tratamiento de datos de menores, conforme a sus regímenes sancionadores vigentes.

Artículo 9.- Alfabetización mediática en la escuela

El Ministerio de Educación incorpora, en las áreas curriculares y en la tutoría ya existente, aprendizajes para analizar críticamente los contenidos de los medios y de las redes sociales, usar internet de forma segura y reconocer la desinformación, con materiales elaborados en coordinación con el CONCORTV.

Artículo 10.- Participación de las familias

El Ministerio de Transportes y Comunicaciones y el CONCORTV difunden en sus portales, de forma sencilla, el horario familiar, la clasificación por edades, las herramientas de control parental y los canales de queja y denuncia, y promueven su conocimiento entre madres, padres y docentes.

Artículo 11.- Informe anual

El MTC, con apoyo del CONCORTV, presenta anualmente un informe ante las comisiones competentes de ambas cámaras del Congreso acerca del cumplimiento del horario familiar, las quejas recibidas, las sanciones impuestas, los distintivos otorgados y el avance de la alfabetización mediática.

DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS FINALES

PRIMERA. Reglamentación. En un plazo de noventa días calendario desde su publicación, el Poder Ejecutivo aprueba el reglamento mediante decreto supremo refrendado por los ministros de Transportes y Comunicaciones, de Educación y de la Mujer y Poblaciones Vulnerables.

SEGUNDA. Adecuación. Los titulares de servicios de radiodifusión adecúan sus códigos de ética, y las plataformas digitales sus herramientas, dentro de los seis meses siguientes a la entrada en vigor del reglamento.

TERCERA. Financiamiento. La aplicación de esta ley se atiende con el presupuesto institucional de las entidades involucradas, sin requerir recursos adicionales al Tesoro Público. Las obligaciones de los medios y de las plataformas digitales corren por cuenta de estos.

FIRMA DIGITAL
Firmado digitalmente por: PIÑAN MAMANI Victor Eduardo FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 06/11/2026 11:31:31-0500

FIRMA DIGITAL
Firmado digitalmente por: HANCCO HANCCO Dina Irene FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 05/11/2026 14:13:18-0500

FIRMA DIGITAL
Firmado digitalmente por: PIÑAN MAMANI Victor Eduardo FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 06/11/2026 11:31:38-0500

FIRMA DIGITAL
Firmado digitalmente por: SAMANEZ GONZALES VIGIL Jeenny Cristina FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 09/11/2026 19:07:08-0500

FIRMA DIGITAL
Firmado digitalmente por: AMBROSIO DOMINGUEZ Yuli Liliana FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 10/11/2026 14:51:54-0500

FIRMA DIGITAL
Firmado digitalmente por: LOPEZ LETONA Heber FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 10/11/2026 15:45:44-0500

FIRMA DIGITAL
Firmado digitalmente por: EUSEBIO PADILLA Arturo Cesar FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 11/11/2026 09:48:36-0500

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

I. Planteamiento del problema público

Las niñas, niños y adolescentes del Perú pasan buena parte de su día frente a una pantalla. Lo que ven y escuchan moldea su lenguaje, sus valores y su forma de relacionarse. Sin embargo, en muchos programas de televisión y en numerosos contenidos de redes sociales abundan las groserías, las burlas, la exposición de la vida privada y la violencia, incluso en las horas en que los niños están despiertos.

El país ya tiene un horario familiar, de 6:00 a 22:00 horas, desde la Ley de Radio y Televisión de 2004,[1] Pero su cumplimiento es débil: la primera sanción por incumplir el horario familiar recién se impuso en 2009, a una radio que difundía lenguaje procaz.[2] Además, esa ley no alcanza a las redes sociales, donde hoy los menores pasan tanto tiempo como frente al televisor.

El problema público, en consecuencia, es la exposición de niñas, niños y adolescentes a contenidos inapropiados en la televisión, la radio y las redes sociales, y la escasez de contenidos educativos, sin reglas efectivas de cumplimiento ni herramientas suficientes para las familias.

II. Evidencia que sustenta el problema

2.1 Lo que dicen los datos nacionales

Dato	Valor	Origen
Niñas, niños y adolescentes de 7 a 17 años que ven televisión	98%	CONCORTV-MTC, 2024[3]
Niñas, niños y adolescentes que usan internet	98%	CONCORTV-MTC, 2024
Adolescentes que usan YouTube / TikTok	97% / 84%	CONCORTV-MTC, 2024
Ven televisión mientras comen	57%	CONCORTV-MTC, 2024
Recibieron en la escuela formación para analizar los medios	Solo 54%	CONCORTV-MTC, 2024

Fuente: Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCORTV). (2024). *Estudio cuantitativo sobre consumo televisivo y radial de niños, niñas y adolescentes*. Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC). https://www.concortv.gob.pe/2024-estudio-cuantitativo-sobre-consumo-televisivo-y-radial-de-ninos-ninas-y-adolescentes/

[1] Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCORTV). (2022, 23 de agosto). *Horario familiar: ¿qué es y para qué sirve?* https://www.concortv.gob.pe/horario-familiar-que-es-y-para-que-sirve/

[2] CONCORTV y MTC, Estudio cuantitativo sobre consumo televisivo y radial en niñas, niños y adolescentes 2024 (10 000 encuestados de 7 a 17 años en 21 ciudades). https://www.concortv.gob.pe/mtc-informe-de-concortv-revela-que-el-98-de-ninos-ninas-y-adolescentes-en-peru-consume-television-e-internet/

2.2 Lo que dice la ciencia

Los estudios de revistas Q1 muestran que las pantallas pueden educar o dañar, según su contenido:

Cuadro comparativo con la norma Peruana

Hallazgo científico	Normativa peruana relacionada Hallazgo científico	Comparación y alcance
1. La televisión educativa puede mejorar el aprendizaje. El estudio de Kearney y Levine sobre *Plaza Sésamo* encontró mejoras en el desempeño escolar asociadas con la disponibilidad de la señal. [3]	Ley N.º 28278, arts. 33 y 34; Ley N.º 28044, Ley General de Educación; Currículo Nacional de la Educación Básica.	La legislación promueve contenidos compatibles con los derechos y la educación, pero la Ley de Radio y Televisión no obliga a todos los canales a emitir programas educativos específicos ni garantiza sus resultados.
2. La exposición a groserías se asocia con mayor uso de lenguaje soez y agresividad. Un estudio con 223 adolescentes encontró asociaciones entre la exposición mediática, las actitudes hacia las groserías y las conductas agresivas. [4]	Ley N.º 28278, arts. 34, 40 y 41; reglamento aprobado por D. S. N.º 005-2005-MTC.	Existe correspondencia con las obligaciones de los radiodifusores de respetar el horario familiar, sus códigos de ética y las reglas de clasificación. No toda expresión vulgar constituye automáticamente una infracción: se debe evaluar el contenido y la norma aplicable.
3. La violencia mediática puede relacionarse con pensamientos y	Ley N.º 28278, arts. 33 y 40; Código de los Niños y Adolescentes, Ley N.º 27337.	El horario familiar debe evitar contenidos violentos que puedan afectar a niñas, niños y

[3] CONCORTV y MTC, Estudio cuantitativo sobre consumo televisivo y radial en niñas, niños y adolescentes 2024 (10 000 encuestados de 7 a 17 años en 21 ciudades). https://www.concortv.gob.pe/mtc-informe-de-concortv-revela-que-el-98-de-ninos-ninas-y-adolescentes-en-peru-consume-television-e-internet/
[4] Kearney y Levine (2019). Early childhood education by television: Lessons from Sesame Street. *American Economic Journal: Applied Economics, 11*(1), 318–350 (Q1).

conductas agresivas.[5]		adolescentes. Esta obligación se refiere a la programación de radio y televisión comprendida en la ley, no equivale a una prohibición general de todo contenido violento en internet.
4. El exceso de pantallas en la primera infancia se asocia con peores indicadores del desarrollo. Una cohorte canadiense encontró asociaciones entre mayor tiempo de pantalla y resultados menos favorables del desarrollo infantil. [6]	Ley N.º 27337; Ley N.º 28044; normativa sanitaria y orientaciones de salud infantil.	La evidencia respalda la prevención y la orientación familiar, pero no establece por sí sola un límite legal universal de horas de pantalla en el hogar. Es importante distinguir las recomendaciones sanitarias de las obligaciones jurídicas exigibles.
5. El uso intensivo de redes sociales se asocia con síntomas depresivos, acoso en línea y problemas de sueño. El estudio británico examinó a 10 904 adolescentes de 14 años.[7]	Ley N.º 32385 y su Reglamento, aprobado por D. S. N.º 018-2026-MINEDU; Ley N.º 29719, sobre convivencia escolar.	La regulación de celulares en las instituciones educativas aborda la sobreexposición a internet, el ciberacoso y los riesgos para la salud mental. No establece una prohibición general de las redes sociales fuera del entorno educativo.
6. La alfabetización mediática puede mejorar el conocimiento	Currículo Nacional de la Educación Básica, especialmente la	Existe una conexión directa con la formación para evaluar

[5] Mares y Pan (2013). Effects of Sesame Street: A meta-analysis of children's learning in 15 countries. *Journal of Applied Developmental Psychology, 34*(3), 140–151 (Q1).
[6] Coyne, Stockdale, Nelson y Fraser (2011). Profanity in media associated with attitudes and behavior regarding profanity use and aggression. *Pediatrics, 128*(5), 867–872 (Q1).
[7] Anderson, Berkowitz, Donnerstein, Huesmann, Johnson, Linz, Malamuth y Wartella (2003). The influence of media violence on youth. *Psychological Science in the Public Interest, 4*(3), 81–110 (Q1).

y el pensamiento crítico Un metaanálisis de 2025 revisó 160 intervenciones.[8]	competencia transversal «Se desenvuelve en entornos virtuales generados por las TIC»; Ley N.º 32385 y D. S. N.º 018-2026-MINEDU.	información y utilizar tecnologías de manera crítica, segura y responsable. Sin embargo, la competencia digital curricular no equivale necesariamente a una asignatura independiente y obligatoria de alfabetización mediática.

Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCORTV). (2022, 23 de agosto). *Horario familiar: ¿qué es y para qué sirve?* https://www.concortv.gob.pe/horario-familiar-que-es-y-para-que-sirve/

III. Objetivos generales y específicos

Objetivo general: lograr que la televisión, la radio y las redes sociales contribuyan al desarrollo de niñas, niños y adolescentes, sin generar gasto para el Estado.

Objetivos específicos:

- (i) Hacer cumplir el horario familiar y mostrar siempre la clasificación por edades.
- (ii) Promover y reconocer contenidos educativos, con valores y con visión global.
- (iii) Exigir a las plataformas digitales herramientas de protección para menores.
- (iv) Formar en las escuelas de todo el país espectadores y usuarios críticos.
- (v) Informar cada año al Congreso sobre el cumplimiento.

IV. Fundamentación de la Iniciativa

4.1 Por qué hace falta una ley

La Ley de Radio y Televisión es de 2004 y no contempla las redes sociales. Solo una ley puede extender la protección de la niñez a las plataformas digitales, reforzar el horario familiar y ordenar la actuación conjunta de varios sectores.

4.2 Comparación internacional

[8] Kelly, Zilanawala, Booker y Sacker (2018). Social media use and adolescent mental health: Findings from the UK Millennium Cohort Study. *EClinicalMedicine, 6*, 59–68 (Q1).
[10] Jeong, Cho y Hwang (2012). Media literacy interventions: A meta-analytic review. *Journal of Communication, 62*(3), 454–472 (Q1).

País	Norma o medida	Aprendizaje
Reino Unido	Desde el 25 de julio de 2025, las plataformas deben verificar la edad y configurar sus algoritmos para que los niños no reciban contenido dañino.[9]	Lección: la protección infantil ya no se limita a la televisión; alcanza a las redes.
Australia	Desde el 10 de diciembre de 2025, las principales redes sociales deben impedir que menores de 16 años tengan cuenta.[10]	Lección: los Estados pueden exigir obligaciones a plataformas globales.

4.3 Comparación en América Latina

País	Norma o medida	Aprendizaje
Brasil	El ECA Digital (Ley 15.211 de 2025) obliga a las plataformas a verificar la edad, vincular las cuentas de menores de 16 años con las de sus padres y prohíbe la publicidad basada en perfiles de menores.[11]	Lección: un país de la región ya regula las redes con enfoque de niñez.
Chile	El Consejo Nacional de Televisión adelantó en 2024 el fin del horario de protección de las 22:00 a las 21:00 horas, para respetar el sueño de los niños.[12]	Lección: los horarios deben pensarse según la rutina de los niños.
Argentina	La Ley 26.522 fija un horario apto para todo público de 6:00 a 22:00 horas.[13]	Lección: el horario protegido es una regla común en la región.
Perú (propuesta)	Horario familiar efectivo, clasificación visible, distintivo «Pantalla que Educa», deberes de las plataformas y alfabetización mediática en todas	Combina el modelo británico y brasileño para redes con el chileno para la televisión, sin gasto y sin censura previa.

[9] 11 Ofcom (24/7/2025), «Online age checks now in force»: códigos de protección infantil de la Online Safety Act 2023, vigentes desde el 25 de julio de 2025. https://www.ofcom.org.uk/online-safety/protecting-children/online-age-checks-must-be-in-force-from-tomorrow

[10] 12 eSafety Commissioner de Australia, «Social media age restrictions» (edad mínima de 16 años para tener cuenta en determinadas redes sociales, desde el 10 de diciembre de 2025). https://www.esafety.gov.au/about-us/industry-regulation/social-media-age-restrictions

[11] Cámara de Diputados de Brasil, infografía sobre el ECA Digital (Lei 15.211/2025). https://infograficos.camara.leg.br/eca-digital/

[12] BioBioChile (10/10/2024), sobre la resolución del Consejo Nacional de Televisión de Chile que adelanta a las 21:00 horas el fin del horario de protección de menores. https://www.biobiochile.cl/noticias/servicios/toma-nota/2024/10/10/nuevo-horario-de-contenido-para-mayores-de-18-anos-en-tv-a-que-hora-sera-y-por-que-se-modifico.shtml

[13]BioBioChile (10/10/2024), sobre la resolución del Consejo Nacional de Televisión de Chile que adelanta a las 21:00 horas el fin del horario de protección de menores. https://www.biobiochile.cl/noticias/servicios/toma-nota/2024/10/10/nuevo-horario-de-contenido-para-mayores-de-18-anos-en-tv-a-que-hora-sera-y-por-que-se-modifico.shtml

	las escuelas.[14]	

4.4 Protección de la niñez sin censura

La propuesta respeta la libertad de expresión. No autoriza a ninguna autoridad a revisar ni aprobar contenidos antes de su difusión. Se basa en tres herramientas aceptadas por
el derecho internacional: la clasificación por edades, prevista en el artículo 13.4 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos para proteger a la infancia; la autorregulación de los medios mediante sus códigos de ética; y la responsabilidad posterior por los incumplimientos. Además, la Convención sobre los Derechos del Niño (artículo 17) pide a los Estados promover directrices para proteger a los niños frente a materiales perjudiciales.

4.5 Sustento en la Constitución

- Artículo 4: impone a la comunidad y al Estado un deber de protección especial hacia la niñez y la adolescencia.
- Artículo 2, inciso 4: la ley no establece censura previa; aplica responsabilidad posterior.
- Artículo 14: los medios de comunicación social deben colaborar con el Estado en la educación y en la formación moral y cultural.
- Artículo 65: el Estado defiende el interés de los consumidores, base de la supervisión de las plataformas por el Indecopi.
- Artículo 79: la iniciativa no contiene propuesta de gasto (ver sección VIII).[16]

4.6 Por qué puede sumar a todas las bancadas

- Protege a los niños sin censurar a nadie: une a quienes defienden la niñez y a quienes defienden la libertad de prensa.
- Premia a los medios y creadores que educan, en vez de solo sancionar.
- No crea entidades ni plazas: trabaja con el MTC, el CONCORTV, el Indecopi, la Autoridad de Protección de Datos y el Ministerio de Educación.
- Sigue tendencias internacionales recientes (Reino Unido, Australia, Brasil y Chile).

IV. Antecedentes legislativos, investigaciones y fuentes utilizadas

5.1 Normas relacionadas

[14] Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual de Argentina, artículo 68 (horario apto para todo público de 6:00 a 22:00 horas). https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/ley-26522-158649/actualizacion

- Constitución Política, artículos 2 (inciso 4), 4, 14 y 65.
- Tratados: artículos 3 y 17 de la convención de la ONU sobre los derechos de la niñez y artículo 13 del Pacto de San José.
- Ley 28278, Ley de Radio y Televisión, y su reglamento.
- Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor.
- Ley 29733, sobre datos personales.
- Ley 28874, que regula la publicidad estatal.

Si en el actual periodo parlamentario se presentaran proyectos o dictámenes sobre este tema, se pide acumularlos con esta iniciativa, existe como antecedente del Proyecto de Ley N° 10880/2024-CR, sobre protección y bienestar digital de niñas, niños y adolescentes estado con dictamen.

V. Sectores comprendidos

Alcanza al MTC, al CONCORTV, el Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú, a los ministerios de Educación, Cultura y de la Mujer, al Indecopi, a la autoridad de datos personales, a los titulares de servicios de radiodifusión, los creadores de contenido digital y las plataformas digitales.

VI. Normas que se modifican o derogan

Ninguna. La iniciativa complementa la Ley 28278 sin alterar su texto, razón por la cual no se adjunta cuadro comparativo.

VII. Análisis costo-beneficio

Quién	Qué debe hacer o asumir	Qué obtiene
Niñas, niños y adolescentes	Ninguno	Contenidos más sanos y educativos; menos exposición a groserías y violencia
Familias	Ninguno	Clasificación visible, control parental y canales de queja
Medios de radio y televisión	Adecuar sus códigos de ética y mostrar la clasificación	Distintivo «Pantalla que Educa» y preferencia en la publicidad estatal
Plataformas digitales	Ajustar herramientas y configuraciones	Mayor confianza de las familias
Estado	Ninguno adicional	Ciudadanía mejor educada y más crítica frente a la desinformación

Efecto fiscal: la iniciativa no demanda gasto público. Se aplica con las

entidades y presupuestos existentes; el distintivo solo reordena la preferencia en la publicidad estatal ya presupuestada; y las obligaciones de medios y plataformas corren por su cuenta. Respeta, por tanto, el artículo 79 de la Constitución y el artículo 107, literal a), del Reglamento.

VIII. Impacto ambiental

La norma no tiene incidencia ambiental.