

01 de agosto de 2012
Huancavelica - Perú





Empresa | Sociedad | Estado



Estudios

Estudio de actitudes, hábitos y opinión

sobre la radio y televisión

2011

7100 entrevistados
14 ciudades
Presentación Pública
Rebote en medios

Horas promedio dedicadas a cada medio



Participación ciudadana

Desde 2006: más de 20 ciudades



Audiencias públicas

Audiencia y Foros Regionales



Reconocimientos



Cumplimiento del código de ética

- Principios y finalidad
- Clasificación de programas
- Franjas horarias
- Producción nacional
- Mecanismo de solución de quejas



EL CONCERTV

- Objetivo:

Propiciar buenas prácticas en la radio y televisión peruana

¿Qué son buenas prácticas?

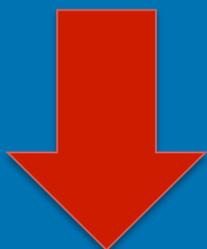
«Hacer algo bueno para que la comunidad a nuestro alrededor prospere»

Julio Moura

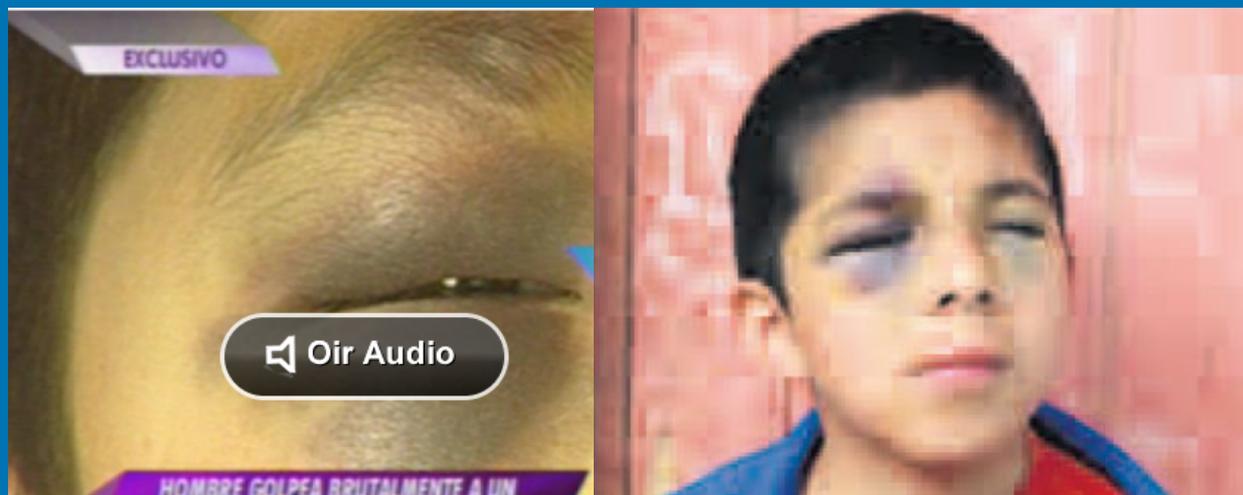
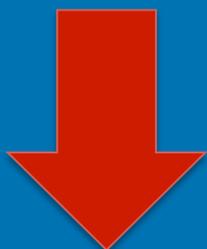
Buenas prácticas en los medios

- Compromiso de contribuir en la mejora de la calidad de vida
- Debe compatibilizar su actividad empresarial con los valores y demandas de la sociedad (entorno)

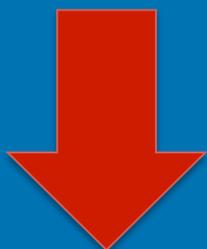
Casos de malas prácticas



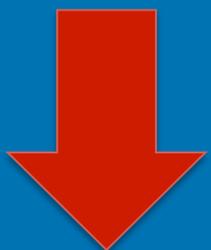
Casos de malas prácticas



Casos de malas prácticas



Casos de malas prácticas



¿Qué hacer para alcanzar las buenas prácticas?

Uso ADECUADO de la libertad de expresión e información involucra:

EMPRESA | ESTADO | SOCIEDAD



Éxito = Ganancia

Satisfacción del público = Audiencia

Medios = Empresa

Contenido = Mercancía

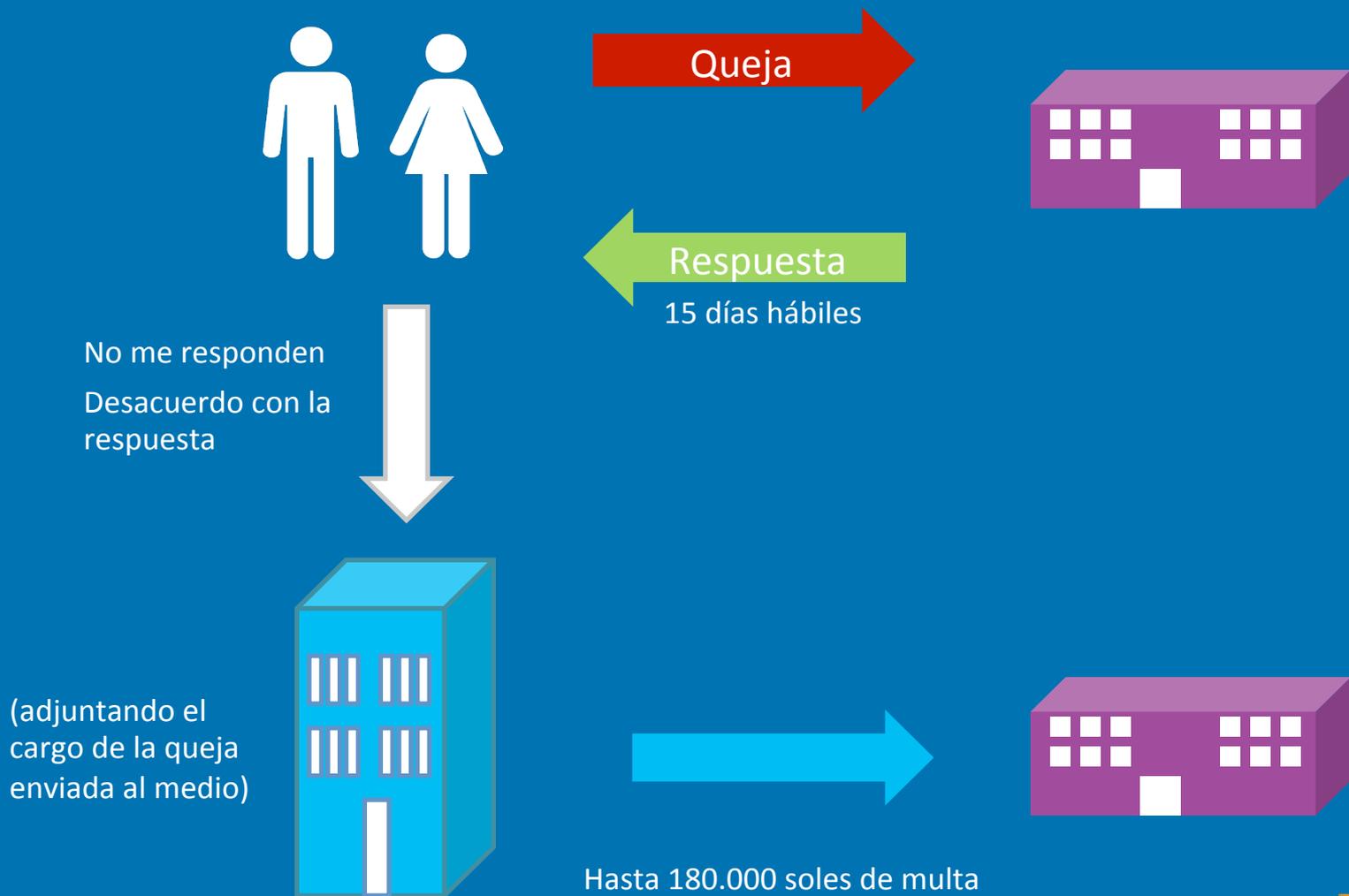
Ley de Radio y Televisión

Código de ética

Horario familiar

Producción
nacional

Mecanismo de solución de quejas



Mecanismo de solución de quejas







Diagnóstico de la radio y televisión peruana

1.

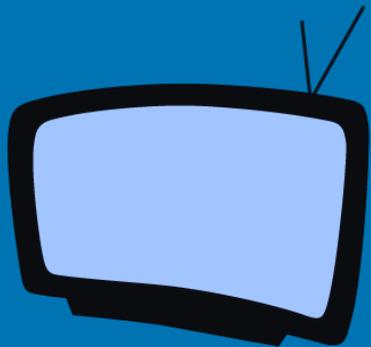
Encuesta a adultos sobre la radio y TV peruana

7.167 personas de 14 ciudades del Perú
(2011 - Ad-Rem | CONCORTV)

« En el Perú Urbano, el 99%
tiene televisor
el 95% tiene radio
el 28% tiene internet



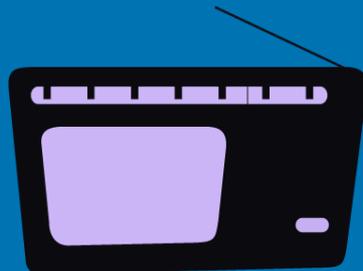
... y el 97% tiene una cocina



98%
ve TV

03:32
horas al día

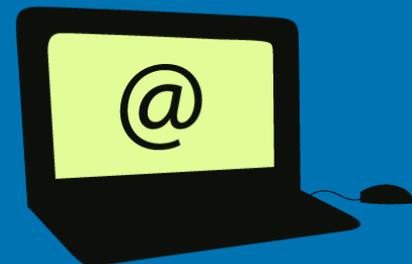
+ sensacionalista



84%
escucha radio

03:08
horas al día

- Educativo
(+ plural)



41%
navega por Internet

02:58
horas al día

- cercano

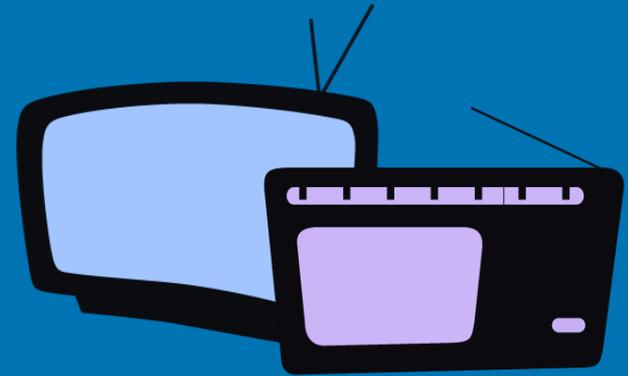
Presencia de contenidos inadecuados

89%
violencia

84%
palabras groseras

77%
desnudos/sexo

81%
discriminación



¿Cómo muestra la televisión a...?



37%
positivo



44%
positivo

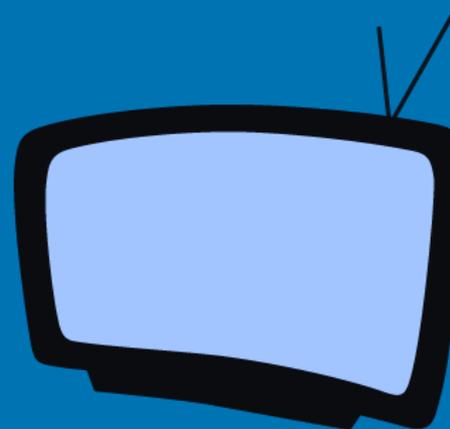


45%
positivo

Radio y televisión local

60%

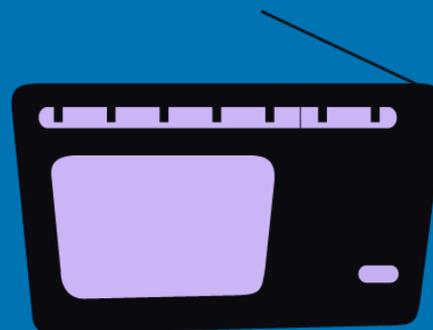
ve TV local todos los días



52%
satisfecho

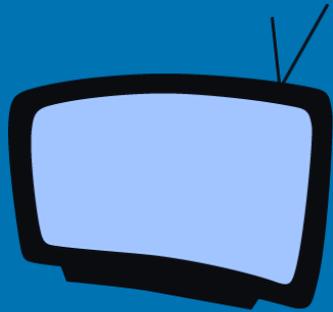
53%

escucha radio local todos los días



62%
satisfecho

Radio y TV en cifras (nacional)

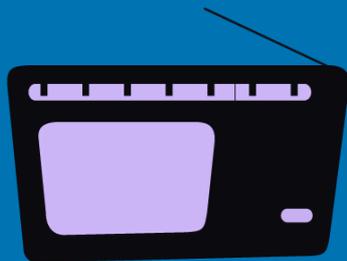


426
Titulares

58%
comercial

42%
educativa

34
estatales



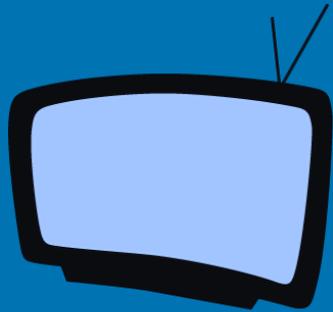
2018
Titulares

81%
comercial

19%
educativa

60
estatales

Radio y TV en cifras (Huancavelica)

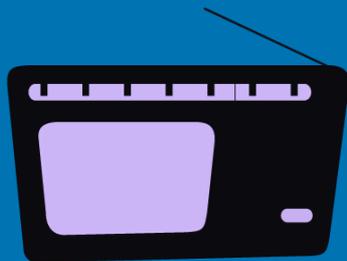


2
Titulares

72%
comercial

28%
educativa

2
estatales



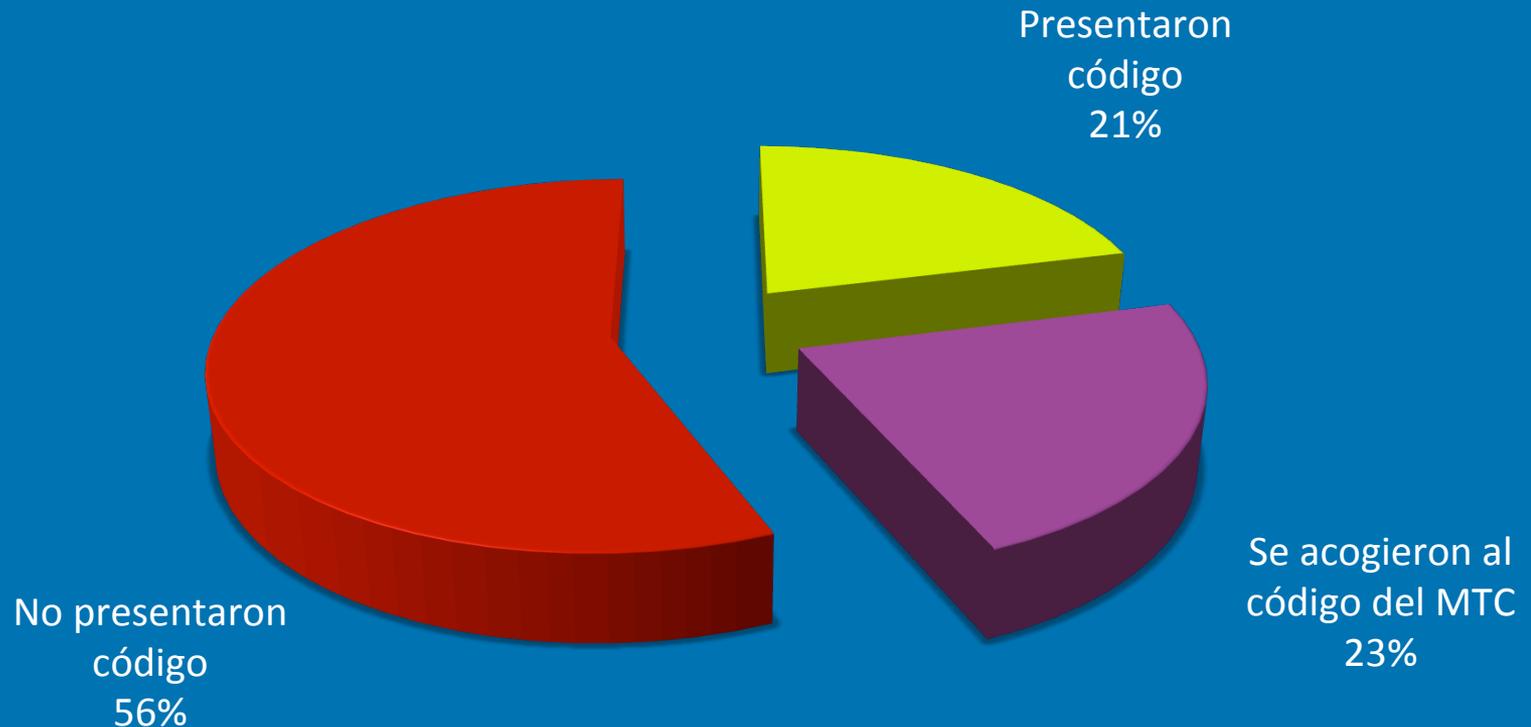
32
Titulares

76%
comercial

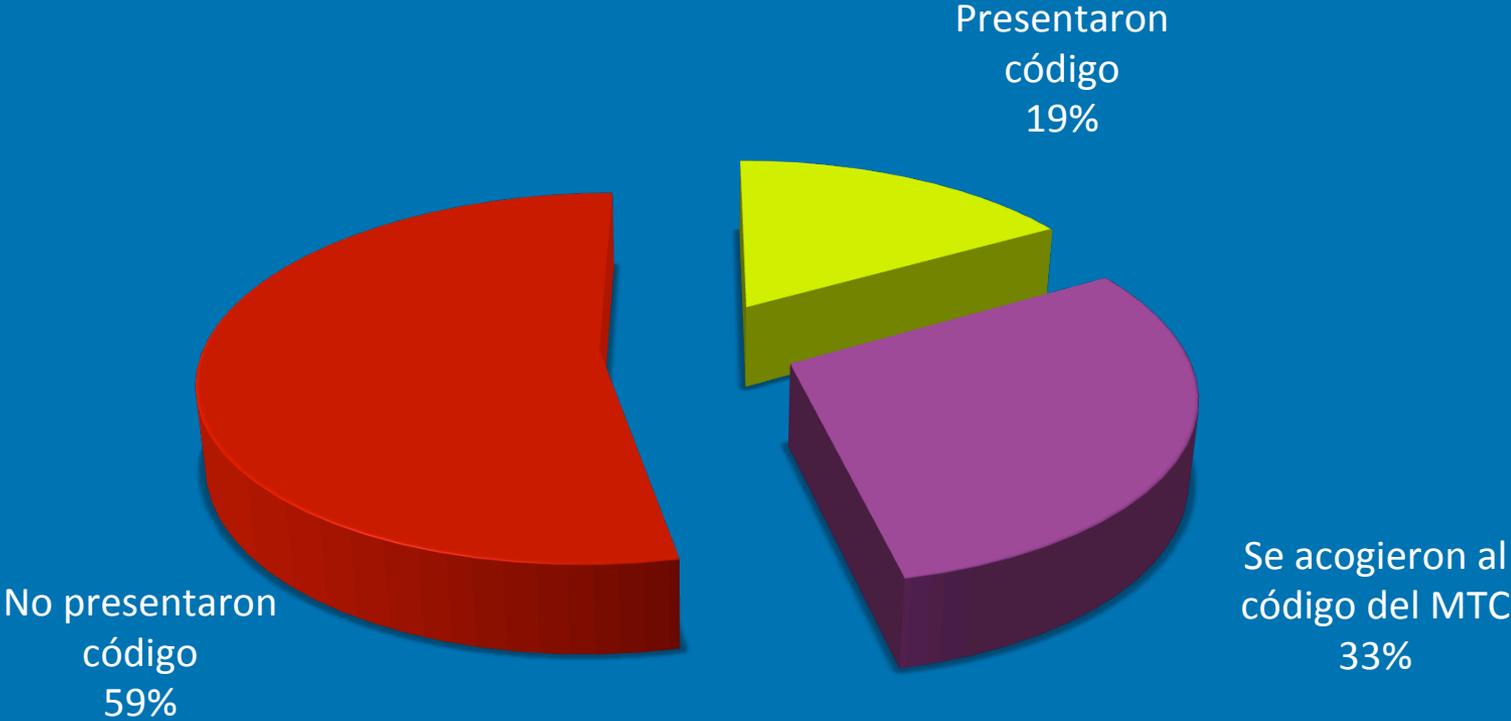
24%
educativa

2
estatales

Cumplimiento de código de ética



Cumplimiento de código de ética



¿Has escuchado hablar sobre la Televisión Digital Terrestre?

70%

No ha escuchado

¿Qué es la TDT?

Ventajas

¿Qué necesito?

Cronograma
apagón analógico

Información
avanzada



TELEVISIÓN DIGITAL PARA TODOS

2.

Estudio a niños y adolescentes sobre la radio y la televisión

Niños de 7 a 11 años y adolescentes de 12 a 16 años de 12 ciudades
del Perú (2010 - Arellano Marketing | CONCORTV)

Veo TV



98%

02:50

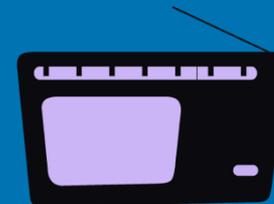
horas al día de L-S

Voy al colegio



98%

Escucho radio



54%

01:47

horas al día de L-S

¿Quién elige el canal?

yo

87%

mis padres

26%

mis hermanos

20%

Frecuencia con la que **comento lo que veo**

a veces

51%

nunca

12%

casi siempre

18%

¿Con quién?

amigos

37%

mis padres

36%

mis hermanos

21%

Frecuencia con la que **comento lo que escucho**

a veces

44%

nunca

20%

casi nunca

16%

¿Con quién **escuchas radio**?

solo

60%

mis padres

37%

hermanos

35%

3.

Imagen de las mujeres en la televisión peruana

67 programas transmitidos dentro del Horario Familiar, de lunes a domingo en los canales de televisión de señal abierta que se transmite en Lima (Octubre, noviembre y diciembre de 2011 – Dra. Mery Vargas Cuno | CONCERTV)

Series y telenovelas



- Situaciones sexuales
- Lenguaje sexista
- Estereotipos

Imágenes positivas:

- Mujer aguerrida y crítica de la sociedad
- Mujer emprendedora

Programas informativos



Conducción

- Conducta sobria y no linda con lo sexual
- Cánones de delgadez

Mujeres en la noticia

- Exitosas
- Públicas (del ámbito político, etc)
- Transgresoras de la ley
- Madres y esposas (víctimas)
- Mujeres que buscan ser más bellas

Programas humorísticos



- Violencia contra la mujer
- “Manoseo”
- Frases con contenido sexual
- Mujer que explota su atractivo físico

Estereotipos sexistas

- Una mujer debe ser bella y joven
- Delgada y esbelta
- Mujeres andinas → trabajos serviles
- Deben someterse al esposo

Programas farándula



Conducción

- Cánones de belleza
- Asumen roles femeninos

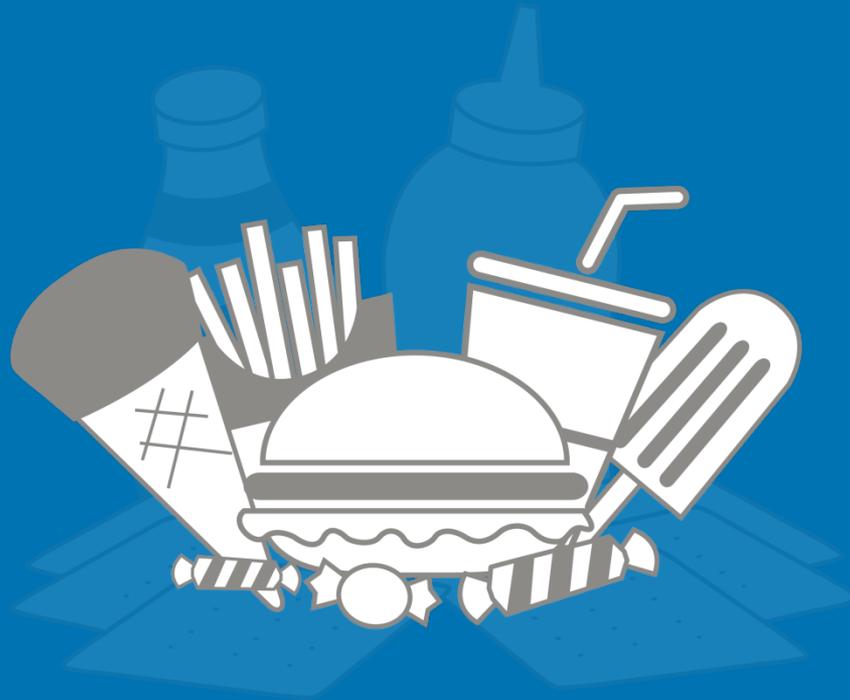
Estereotipos sexistas

- “Las mujeres infieles se merecen lo malo que les pase”
- “Los hombres siempre mienten y las mujeres debemos saberlo.”

4.

Publicidad de alimentos no saludables en la TV

Anuncios publicitarios emitidos entre enero y marzo de 2011 en 7 canales de alcance nacional. Realizado por Alexander Chiu y Sarita Florián (CONCORTV – 2011)



Poco saludable

Galletas y bizcochos, jugos azucarados

No saludable

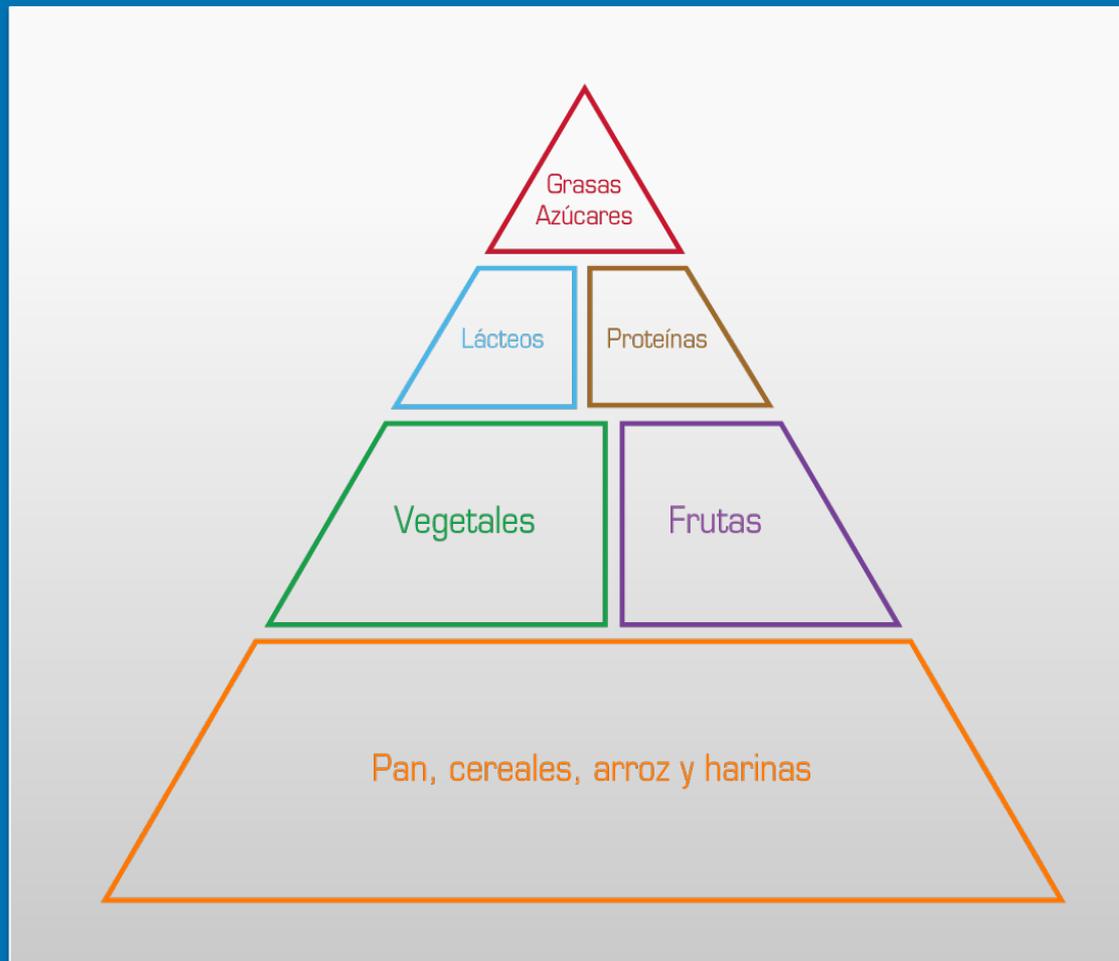
Fastfood, galletas bañadas, helados, gelatina, golosinas, snacks, gaseosas

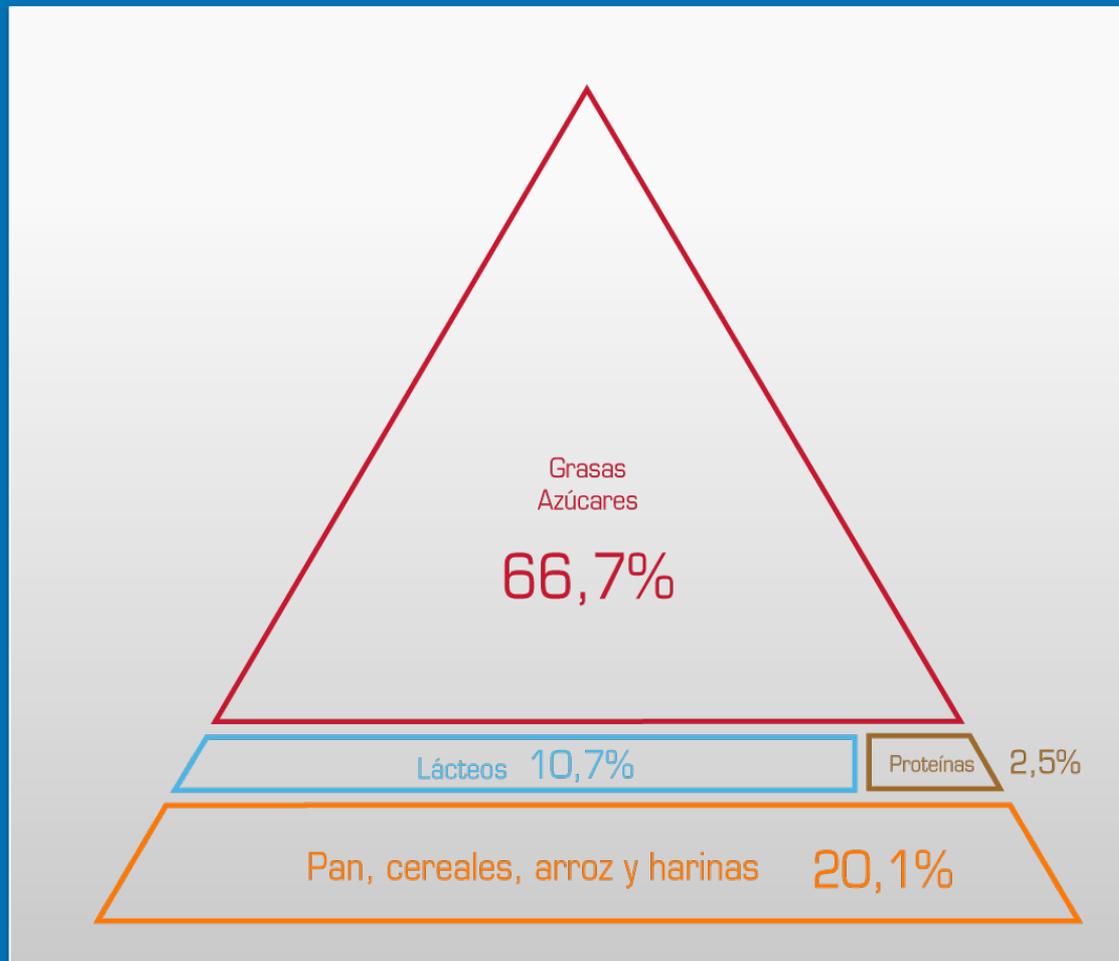
Al día se difunden
335
publicidades de alimentos **no saludables**

66%
de spots en programas para niños son de
alimentos **no saludables**

Al mes se han invertido
18,6 millones
de dólares en publicidad de alimentos
no saludables







En resumen

¿Para qué funcionan las buenas prácticas?

Beneficios para los radiodifusores

- Competencia, diferenciación
- Reconocimiento de los usuarios
- Publicidad
- Cero problemas legales y éticos
- Sostenibilidad en el tiempo

¿Qué hacer el Estado?

- Colaborar: promover el diálogo, realizar estudios.
- Facilitar: Campañas informativas
- Supervisar: Cumplimiento de la Ley
- Promocionar:
 - Publicidad estatal
 - Premiar las buenas prácticas

¿Qué hacer los usuarios?

- Participación en la mejora de los contenidos de los medios:
 - Quejas
 - Participación en redes
 - Observar los medios y difundir el mal actuar

Mecanismo único de quejas





www.concortv.gob.pe

