



Consejo Consultivo de Radio y Televisión

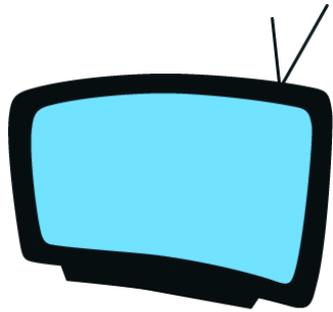




FUNCIÓN

- **NO CONTROLA NI SANCIONA (MTC)**
- PROMUEVE LAS BUENAS PRÁCTICAS Y LA ÉTICA EN LA RADIO Y TELEVISIÓN PERUANA

Radio y TV en cifras



435

Titulares

759

comercial

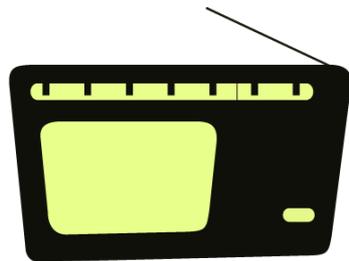
estaciones

538

educativa

35

estatales



2306

Titulares

3000

comercial

estaciones

677

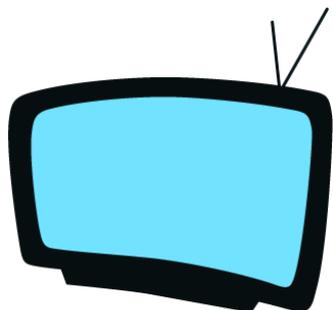
educativa

74

estatales

1 comunitaria (Lambayeque)

Radio y TV en cifras



27

Titulares

estaciones

40

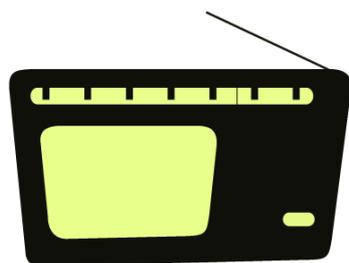
comercial

34

educativa

1

estatales



145

Titulares

estaciones

198

comercial

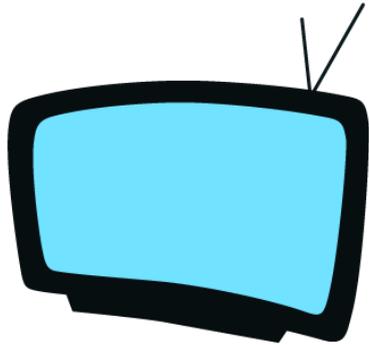
39

educativa

5

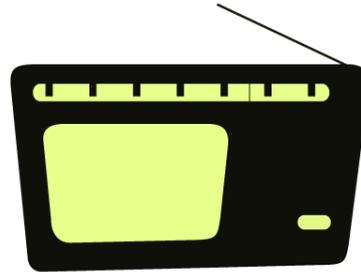
estatales

TOTAL



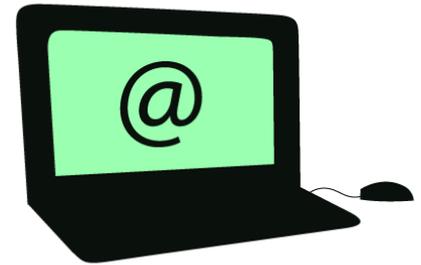
99%
ve TV

03:20
horas al día



85%
escucha radio

02:57
horas al día

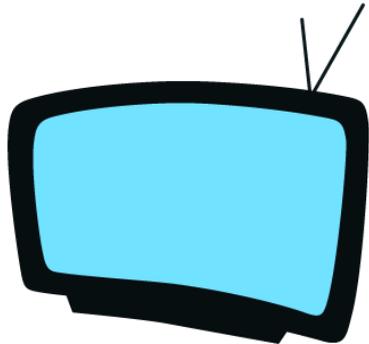


44%
navega por Internet

02:43
horas al día

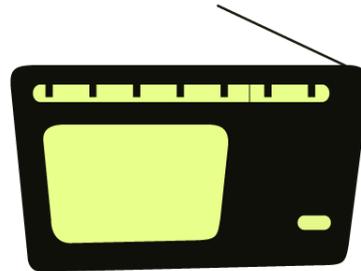
+ sensacionalista

- cercano



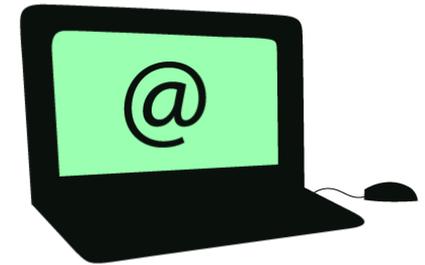
99.8%
ve TV

04:03
horas al día



95.1%
escucha radio

03:54
horas al día



35%
navega por Internet

03:18
horas al día

INDUSTRIAS CULTURALES

LA CONVENCIÓN SOBRE LA PROTECCIÓN Y PROMOCIÓN DE LA DIVERSIDAD DE LAS EXPRESIONES CULTURALES

Medios producen CONTENIDOS CULTURALES debiendo
promover la diversidad

Radio y Televisión

Servicios Privados de Interés Público

Uso del
espectro
radioeléctrico

Manejo de un
bien público
La libertades
de expresión

Espacio
público

Ley 28278
Ley de Radio y Televisión

D.S. 05-2005
Reglamento



Autorregulación y códigos de ética

- La Ley 28278, Ley de Radio y televisión y su reglamento, establece la **obligación para los radiodifusores de radio y TV de elaborar Códigos de Ética** acordes con la finalidad de los servicios de radiodifusión que presten, pudiendo presentarse

Cumplimiento del Código de Ética

- Principios y finalidad.
- Clasificación de programas.
- Producción nacional.
- Mecanismos para brindar información programación.
- Mecanismos para la solución de quejas o comunicaciones del público.



PRINCIPIOS

- **La defensa de la persona humana y el respeto a su dignidad**
- **El fomento de la educación, cultura y moral de la Nación**
- **La protección y formación integral de los niños y adolescentes**
- **La promoción de valores y la identidad nacional**
- **La responsabilidad social de los medios de comunicación**

Libertad de expresión NO IMPLICA OMNIPOTENCIA



**Derecho de los otros
Seguridad Nacional, Orden Público, Salud o moral pública**



ÉXITO = GANANCIA
SATISFACCIÓN DEL PÚBLICO = AUDIENCIA, TIRAJE

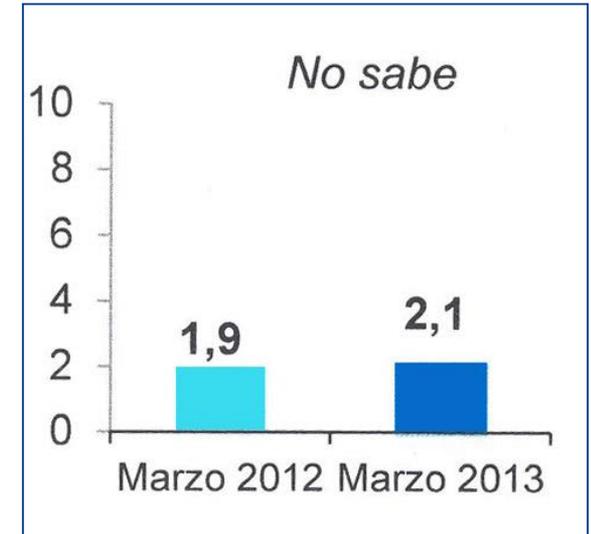
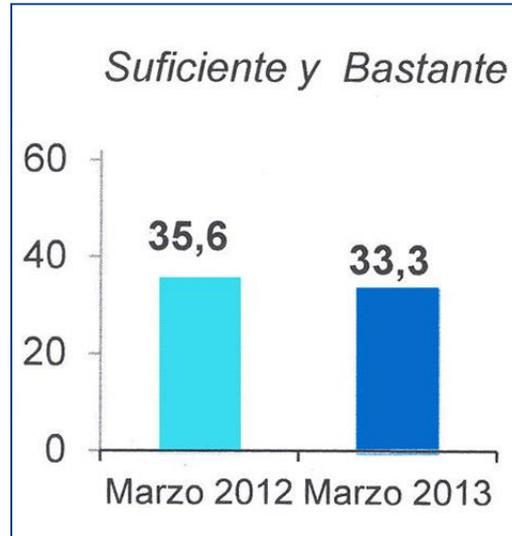


EMPRESA: MEDIOS SON UN NEGOCIO
SU CONTENIDO UNA MERCANCIA

CONFIANZA EN LA RADIO O TELEVISIÓN

Enero 2011 - Marzo 2013

Actualmente, ¿tiene usted confianza en la Radio y Televisión?



Población de 18 a + años de edad

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) – Encuesta Nacional de Hogares 2013

INFRACCIONES

- **Infracción Leve**

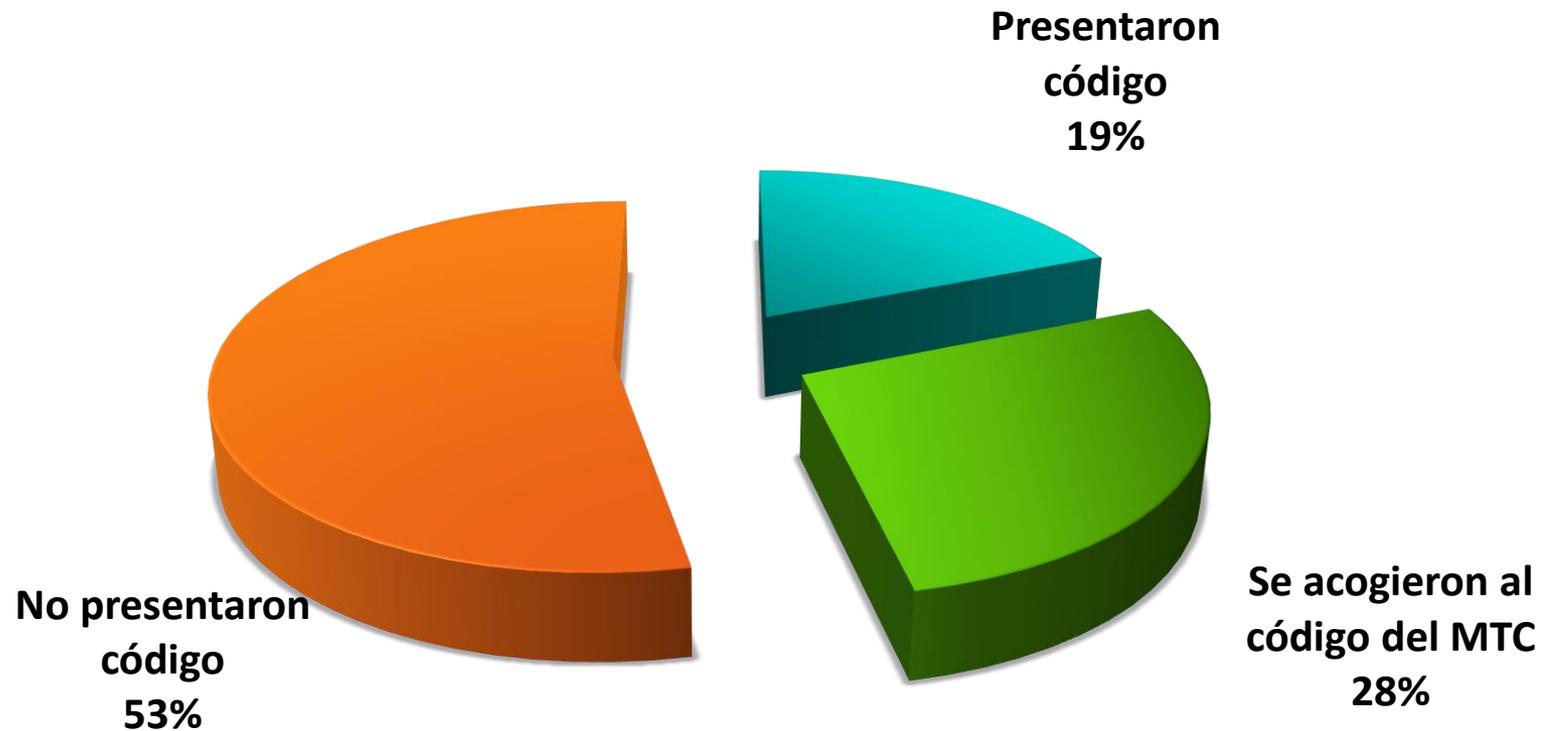
- La no presentación del C.E
(1 UIT hasta 10 UIT)

- **Infracción Grave**

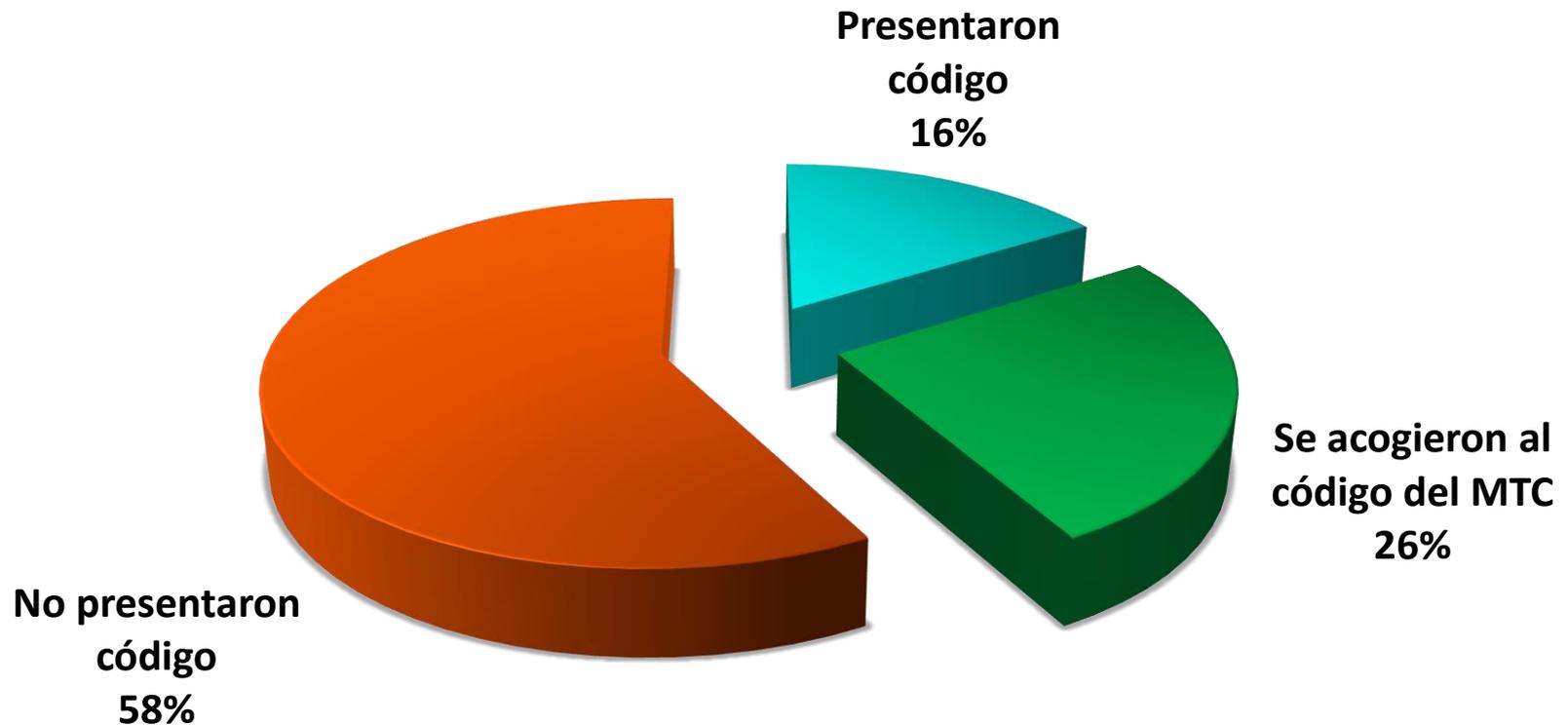
- Incumplimiento de las disposiciones del C.E
(más de 10 UIT hasta 30 UIT)

**COMISION EN EL LAPSO DE UN AÑO DE 2 O MÁS INFRACCIONES
GRAVES (MAS DE 30 HASTA 50 UIT O CANCELACION DE AUTORIZACION)
PARA COMISIONES REITERADAS**

Cumplimiento de código de ética



Cumplimiento de código de ética



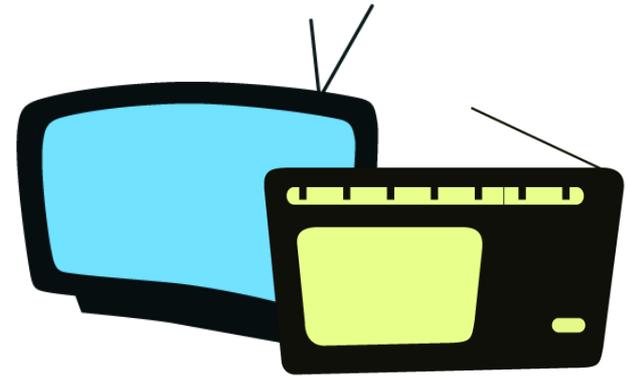
Presencia de **contenidos inadecuados**

82%
violencia

73%
palabras groseras

61%
desnudos/sexo

73%
discriminación



Estudio consumo televisivo y radial en niños (2012)



Horas de consumo de TV

3:30

Ven en su cuarto

71%

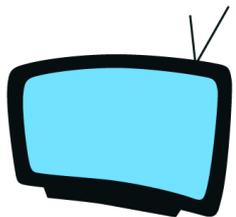
Eligen

81%

Estudio AD REM 2012 a 8434 niños y adolescentes de 7 a 16 años. 17 ciudades

Actividades que realizo diariamente

Veo TV



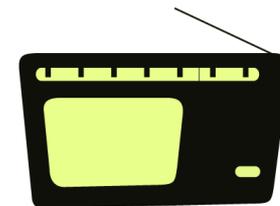
97%

Voy al colegio



99%

Escucho radio



29%

Programación HPF (6:00 a 22:00)

**Programas dirigidos a público
mayor de 14 años**

¿Qué podemos hacer?

- **QUEJARNOS**
 - Gratis
 - Sin abogado
 - Carta dirigida al medio quejándose
 - Si en 15 d no responden: Denuncia ante el MTC (quien sanciona)

Negro Mama



► “ La acción silenciosa de la discriminación hace de ella una práctica que se encuentra presente en toda la sociedad y, por eso mismo, resulta más difícil de erradicar. Se expresa a través de un conjunto de valores y creencias que atribuye predicados negativos y forma parte del universo de nuestras creencias más profundas y arraigadas”

Beatriz Merino



www.concortv.gob.pe

Síguenos en:

