

# ¿Responsables de qué y para qué?

Televisión Pública a favor de los niños y adolescentes

II Congreso Internacional  
televisión para niños y adolescentes”

“Radio y

Chiclayo, 6 y 7 octubre del 2010



## BASES DE LA PROGRAMACIÓN



**PROTECCIÓN  
DEL MENOR**

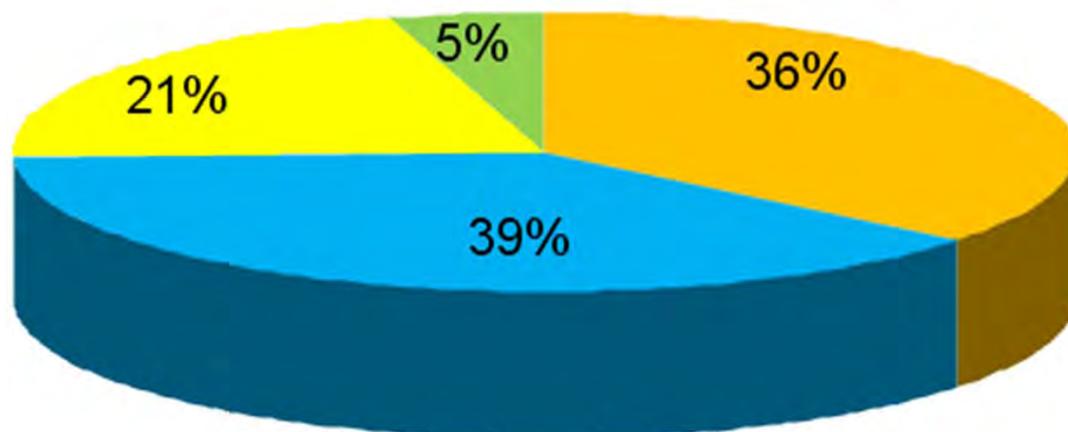
**INCLUSIÓN  
SOCIAL**

**Toda la programación de TV Perú está orientada a la protección del menor y la familia, así como a la inclusión social.**

**ESTRUCTURA DE PROGRAMACIÓN  
por contenido**

Total: 168 horas semanales

- EDUCATIVO CULTURAL
- INFORMATIVO
- ENTRETENIMIENTO
- SERVICIO PÚBLICO



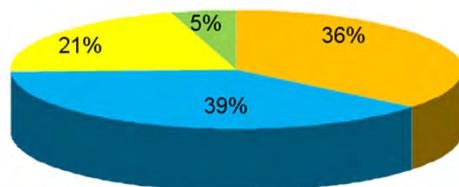
EDUCATIVO CULTURAL	60	horas	EDUCATIVO CULTURAL	36%
INFORMATIVO	65	horas	INFORMATIVO	39%
ENTRETENIMIENTO	35	horas	ENTRETENIMIENTO	21%
SERVICIO PÚBLICO	8	horas	SERVICIO PÚBLICO	5%

## ESTRUCTURA DE PROGRAMACIÓN por contenido

Total: 168 horas semanales

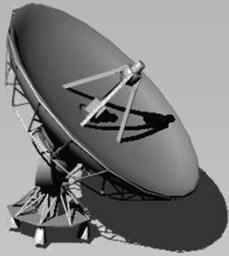
■ EDUCATIVO CULTURAL  
■ ENTRETENIMIENTO

■ INFORMATIVO  
■ SERVICIO PÚBLICO



- Es el único programa de la televisión peruana dirigido al segmento de audiencia preescolar.
- Se emite una hora de lunes a viernes.
- Hasta la fecha se han realizado 144 programas.

# Radiografía



## SEÑAL

La televisión del Estado puede llegar a 1,780 localidades, cubriendo toda la geografía nacional.

## PROGRAMACIÓN NACIONAL

El 80% de la programación es nacional y más del 60% es de producción propia.

*Fuente: Datos Programación TV Perú – set 2010*



# TVPerú

## PRESUPUESTO

**S/.** Cerca de US\$ 20 millones que corresponde aproximadamente a un 6,7% de la inversión total de la industria (US\$ 300 millones aprox.)

## EDUCACIÓN Y ENTRETENIMIENTO

- ✓ 25 programas culturales
- ✓ 11 informativos
- ✓ 5 entretenimiento
- ✓ 4 servicio público

*Fuente: Datos Programación TV Perú – set 2010*



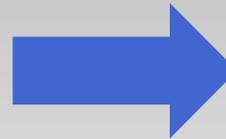
LA FUNCIÓN DE LA TV DEL ESTADO = RESPONSABILIDAD SOCIAL PARA FORMAR CIUDADANOS

La televisión es el medio de mayor impacto y el que está más asociado a la protección de menores y el horario familiar

- ✓ El respeto al horario familiar es un “mínimo indispensable”
- ✓ Cumplir con el horario familiar es el primer peldaño hacia respeto por la audiencia. Algo que se debe tener en cuenta por el nivel de repercusión que tiene la TV.
- ✓ Responsabilidad social implica ver más allá de lo que la ley dice.

# Responsabilidad social

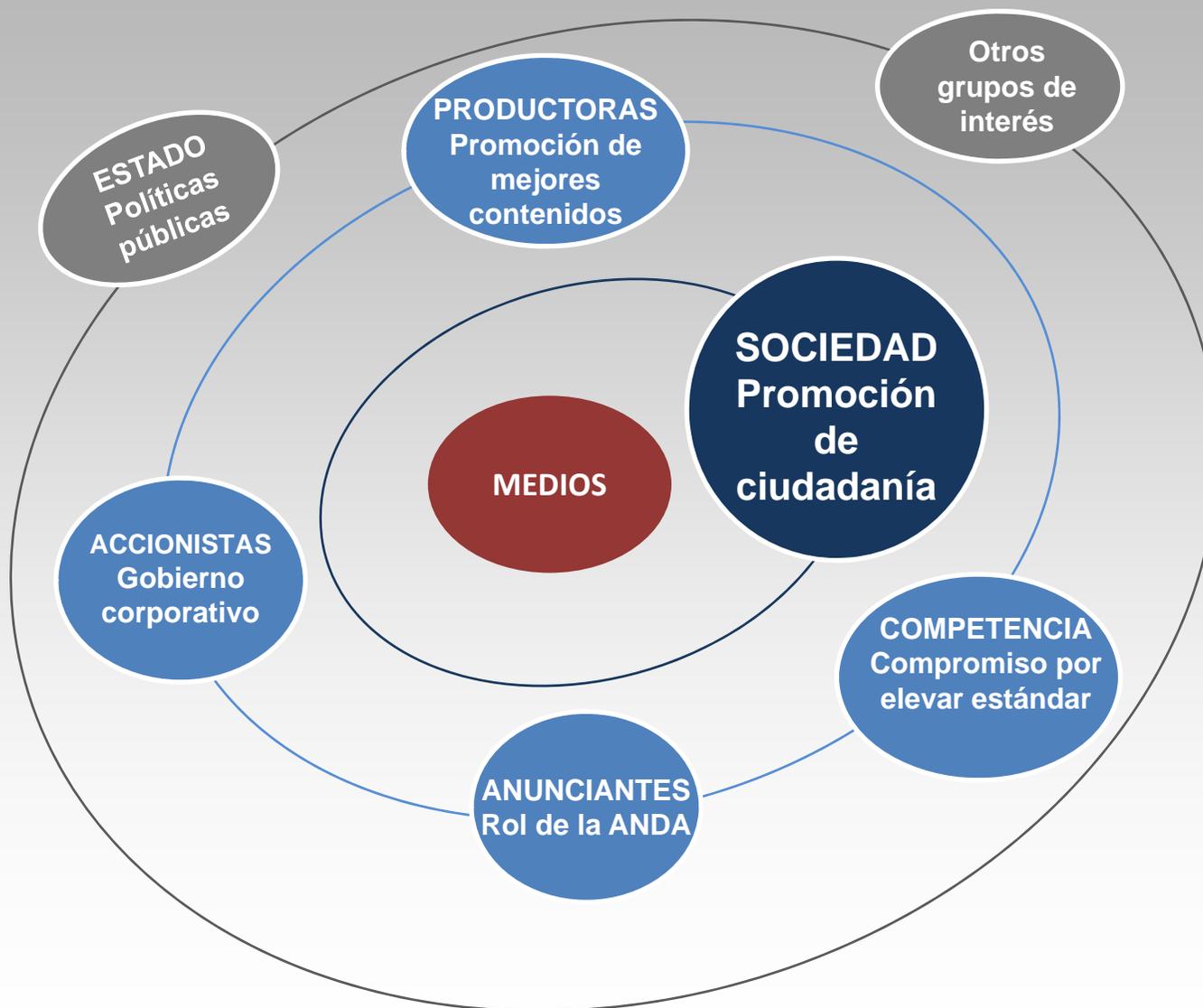
- Una forma de mirar el negocio.
- Es voluntaria y tiene que ver con un actuar ético
- Se basa en la gestión de los “impactos” hacia y desde los grupos de interés



Pero qué tiene que ver con nosotros,  
los **medios audiovisuales**

- ✓ Somos el tipo de industria que genera **más impacto en la sociedad**
  - ✓ Lógica de ganancia vs. Responsabilidad Social
  - ✓ Puede ayudar a **mejorar la oferta televisiva**

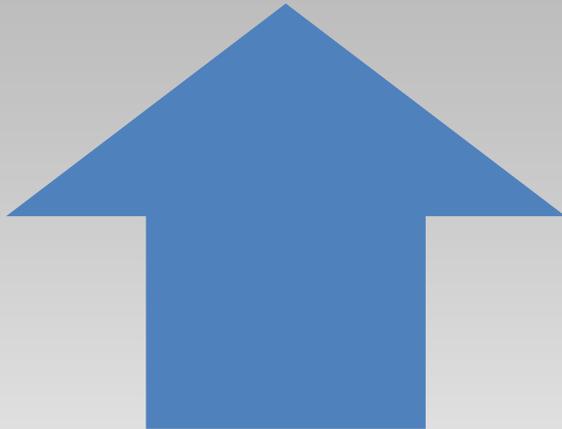
## Los grupos de interés de la industria



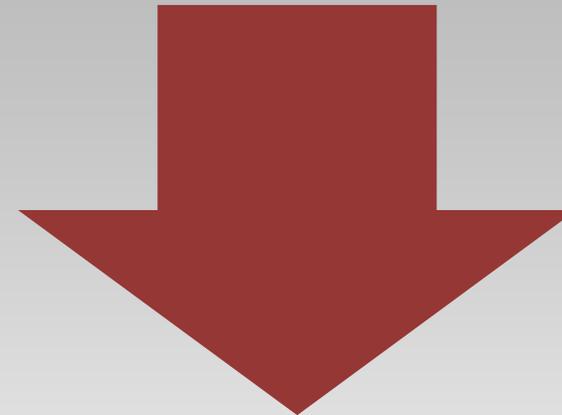
Elevar la calidad de los contenidos televisivos no puede ser una tarea aislada.

Un compromiso de toda la industria televisiva generar mecanismos que fomenten esta tarea.

## Sociedad: impactos positivos y negativos



- Información oportuna y pertinente
- Formación de opinión
- Edu-entretenimiento
- Acceso a cultura y educación
- Otorga sentido de pertenencia



- “Naturaliza” la violencia y la agresión
- Legitima modelos, actitudes y percepciones que no aportan a la convivencia ciudadana.
- Es “vitrina” sin filtros a contenidos no aptos para menores
- Apela a las reacciones primarias



¿a qué nos dedicamos?  
¿qué estamos ofertando?  
¿cómo lo estamos haciendo?

### La responsabilidad social en los Medios

- ✓ El grupo de interés más vulnerable: niños y niñas
- ✓ Niños y niñas solos al frente de la TV
- ✓ **Poco interés de los medios por MEDIR la SATISFACCIÓN y no sólo la sintonía.**
- ✓ Las políticas públicas se impulsan a partir de las coyunturas mediáticas. No ayuda a construir ciudadanía.
- ✓ Mecanismos de autorregulación son la base de un compromiso.

### Reto

MEJOR ENTRETENIMIENTO: creativo, que forme, que convoque e involucre.

**¡Hagámonos cargo de nuestros impactos!**

## Insatisfacción ciudadana que no mide el rating



La mayoría capta la TV en la noche (prime time), en familia y lo que ven casi siempre son noticieros, películas y programas de entretenimiento.

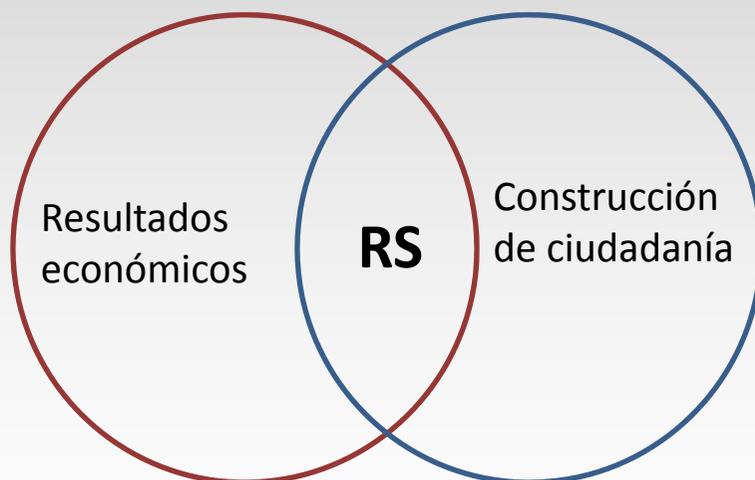
- ✓ La **violencia**, las **groserías** y las **escenas de tipo sexual** son los que más molesta de los contenidos televisivos.
- ✓ Sólo cerca de la mitad de entrevistados aprueban la llamada programación infantil.
- ✓ La gente no cree en la autorregulación: la mayoría concuerda que quien debe regular a los medios es el Estado o un tercer organismo pluri (Estado, medios y usuarios).

*Fuente: Estudio ConcorTV –Ibope  
Noviembre 2009*

## ¿Lo importante será sólo que nos vean?

Los medios son formadores de opinión, forman ciudadanos e influyen en la percepciones de las personas.

Los niños son también ciudadanos y, por lo tanto, su construcción de mundo depende en gran parte de nuestra labor.



- ✓ La autorregulación = mínimo indispensable de la RS
- ✓ Entretenimiento de calidad.
- ✓ Compromiso e incentivo para generar contenidos de calidad
- ✓ A mejores contenidos, decrece la fiscalización, la regulación y se garantiza la sostenibilidad del negocio mediático.

**¡Y si vamos más allá de la regulación y hacemos nuestro el encargo!**

Para ser socialmente responsable, preguntémonos:

**¿Qué tipo de sociedad queremos?**

**¿Cuál es nuestro nuevo rol en esa visión?**

**¿Sólo basta la participación de la TV del Estado?**

**Desde la perspectiva de Responsabilidad Social,  
¿la autorregulación ha funcionando?**

**TVPeru**

[www.irtp.com.pe](http://www.irtp.com.pe)

[www.tvperu.gob.pe](http://www.tvperu.gob.pe)