

08 de junio - Cusco

TALLER

RESPONSABILIDAD SOCIAL Y CÓDIGOS DE ÉTICA EN LA RADIO Y TV

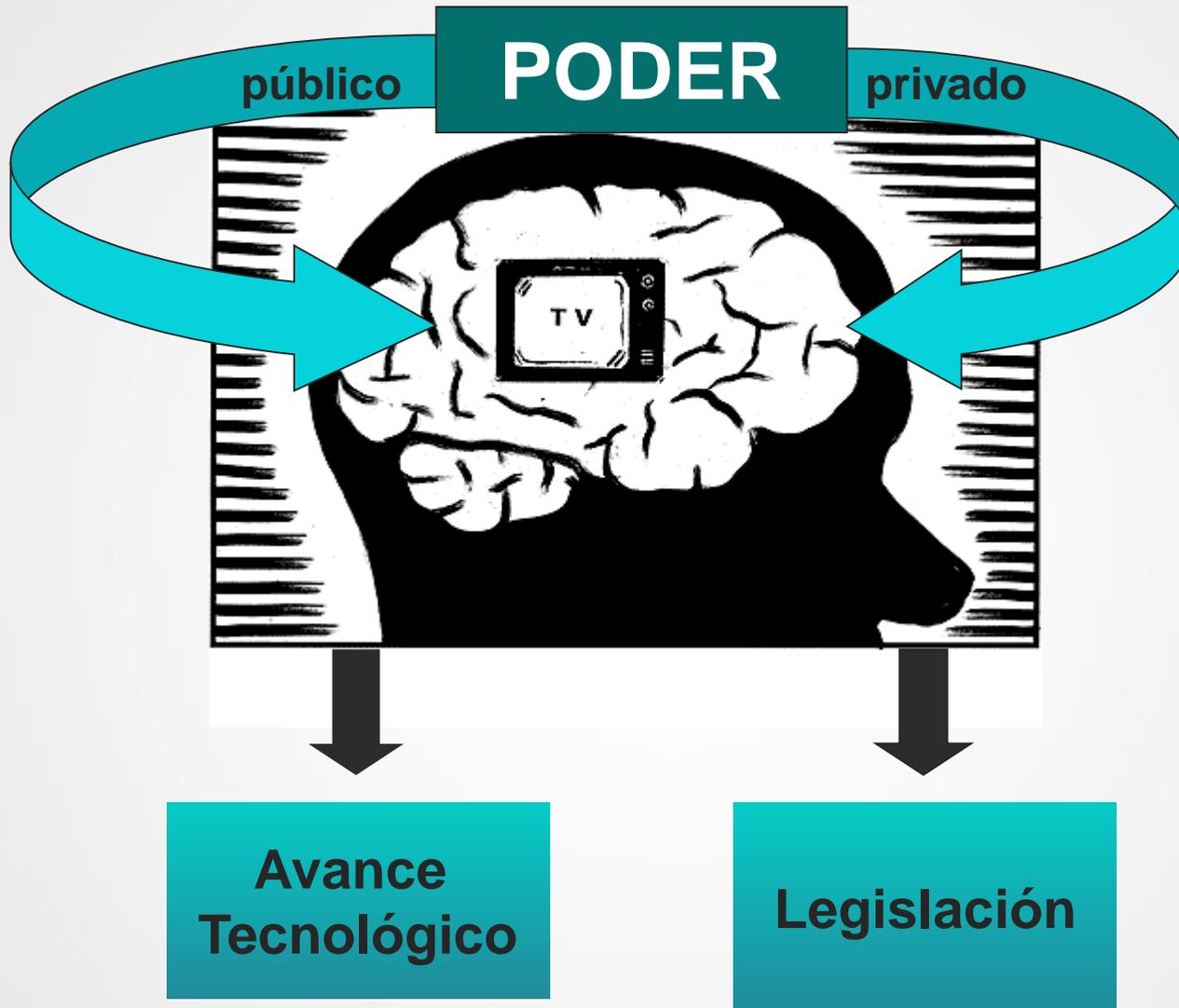




Responsabilidad

- Noción relacional
 - Sujeto con capacidad de actuar y decidir
 - Respeto por el otro: asumir las consecuencias de sus actos
 - Actuación preventiva y activa

“ Responsabilidad es una obligación de hacer lo que va más allá de la reparación o del castigo”



Estaciones de radio y televisión

Número de estaciones de radio y televisión a nivel nacional



Radio y TV en cifras



782

Titulares

estaciones

859

comercial

630

educativa comunitaria

02

45

estatales



3.438

Titulares

estaciones

3.744

comercial

958

educativa comunitaria

17

96

estatales

Radio y TV en cifras



46

Titulares

estaciones

57

comercial

55

educativa

7

estatales



279

Titulares

estaciones

322

comercial

79

educativa

10

estatales

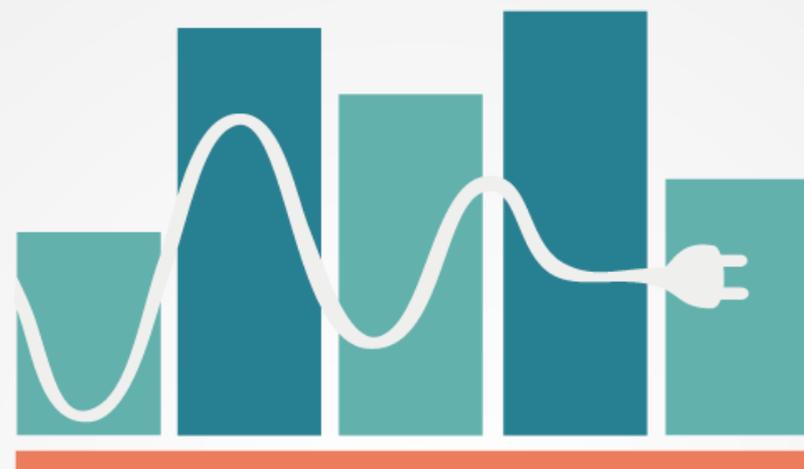
Radio y Televisión

Servicios Privados de Interés Público

Uso del
espectro
radioeléctrico

Manejo de un
bien público
Las libertades
de expresión

Espacio
público



The graphic consists of five vertical bars of varying heights in shades of teal and dark teal. A white line graph is overlaid on the bars, starting from the left, dipping, rising to a peak above the second bar, dipping again, rising to a second peak above the fourth bar, and finally ending as a power plug icon pointing to the right. Below the bars is a solid orange horizontal bar.

CONSUMO RADIAL Y TELEVISIVO 2015

Ficha Técnica:

Estudio realizado por Lima Consulting a pedido del CONCORTV.

Periodo de campo: Lima (mayo y junio de 2015), Provincia (junio y julio de 2015).

Universo: hombres y mujeres de 18 años a más, de los niveles socioeconómicos A, B, C, D y E, de ambos sexos, residentes en las 21 ciudades investigadas.

La muestra investigada a nivel nacional fue de 9.266 personas (1.121 en Lima y Callao y aproximadamente 407 en cada una de las 20 ciudades restantes).

Consumo de medios de comunicación (L-V)



96%
ve TV



86%
escucha radio



76%
lee diarios



46%
navega por Internet

Horas diarias

02:48

03:12

01:12

02:12

+ sensacionalista
(73%)

+ cercano a la gente
(51%)

+ educativo
(26%)

Presencia de contenidos inadecuados



85%

Violencia

16%

71%

Situaciones de mal ejemplo

9%

68%

Discriminación

12%

65%

Palabras groseras

11%

58%

Contenido sexual

8%

40%

Contenido para adultos en
Horario Familiar

7%

¿Cómo muestra la televisión a...?



Imagen negativa

67%

65%

60%

Fuente: Estudio sobre consumo radial y televisivo 2015. Muestra: 9.266 personas (1.121 en Lima y Callao y aproximadamente 407 en cada una de las 20 ciudades restantes). Lima Consulting | CONCORTV.

Radio y televisión local

26%

ve TV local todos los días



insatisfecho

50%

33%

escucha radio local todos los días



62%

satisfecho

Opinión sobre noticiarios de la TV

“Pasan muchas noticias de Lima”

82% (94%)

“Se aprovechan del dolor humano”

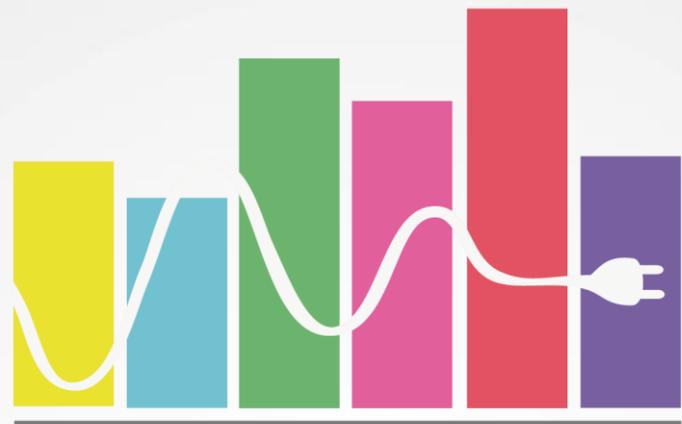
81% (92%)

“Son programas de entretenimiento, policial y no de información” 71% (85%)



(Porcentajes Cusco)

Fuente: Estudio sobre consumo radial y televisivo 2015. Muestra: 9.266 personas (1.121 en Lima y Callao y aproximadamente 407 en cada una de las 20 ciudades restantes). Lima Consulting | CONCORTV.



CONSUMO TELEVISIVO Y RADIAL EN NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES

2016

Ficha Técnica:

Estudio realizado por la Asociación de Comunicadores Sociales Calandria a pedido del CONCORTV.

Periodo de campo: Del 03 al 27 de julio de 2016.

Universo: Niños y niñas de 7 a 11 años y adolescentes de 12 a 16 años, de todos los niveles socioeconómicos en proporción urbano y rural.

Muestra: 9,149 personas: 1.352 en Lima y Callao y aproximadamente 459 en cada una de las 17 ciudades restantes.

Actividades realizadas

(lunes – viernes)



100%

Ver televisión



97%

Escuchar
radio



91%

Navegar por
internet



76%

Estudiar
/ir a clases

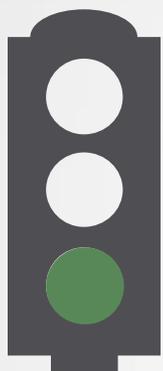


34%

Juego

Evaluación de géneros televisivos

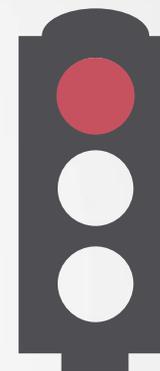
(Calificación de 0 a 20)



Películas (17)
Dibujos
animados,
deportivos (15)



**Noticieros, concursos
de canto/baile (14)**
Realities de
competencia,
series/miniseries (12)
Novelas (11)



**Espectáculos/
chismes (08)**

TOTAL



Mis programas favoritos son...

Esto es Guerra	13%	5%
Al fondo hay sitio	10%	3%
Yo Soy	5%	1%

(Porcentajes Cusco)

Personajes favoritos de la TV



Goku
(3%)



Cristiano
Ronaldo (2%)



Lionel Messi
(1%)

“Alegres”
“Chistosos”
“Guerreros”
“Luchadores”

“El **59%** quiere ser como el personaje que admira de la TV”

Percepciones de los programas de la TV

“Veo mucha violencia en los noticieros”

73% (71%)

“Se usa lenguaje grosero y vulgar en los realities de competencia”

34% (31%)

“Aparecen imágenes de contenido sexual en los programas de espectáculos”

24% (19%)



(Porcentajes Cusco)



Responsabilidad Social

- Cumplimiento de la Ley
- Acciones voluntarias y Proactividad a favor de la sociedad

Libertad de expresión NO IMPLICA OMNIPOTENCIA



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

Interés Público

**Veraces
Diligencia**

**Rectamente
obtenida**

**Responsabilidad en la
Preparación y elaboración**

**Honor, buena
reputación,
Imagen, privacidad**



Ley 28278
Ley de Radio y Televisión

D.S. 05-2005
Reglamento



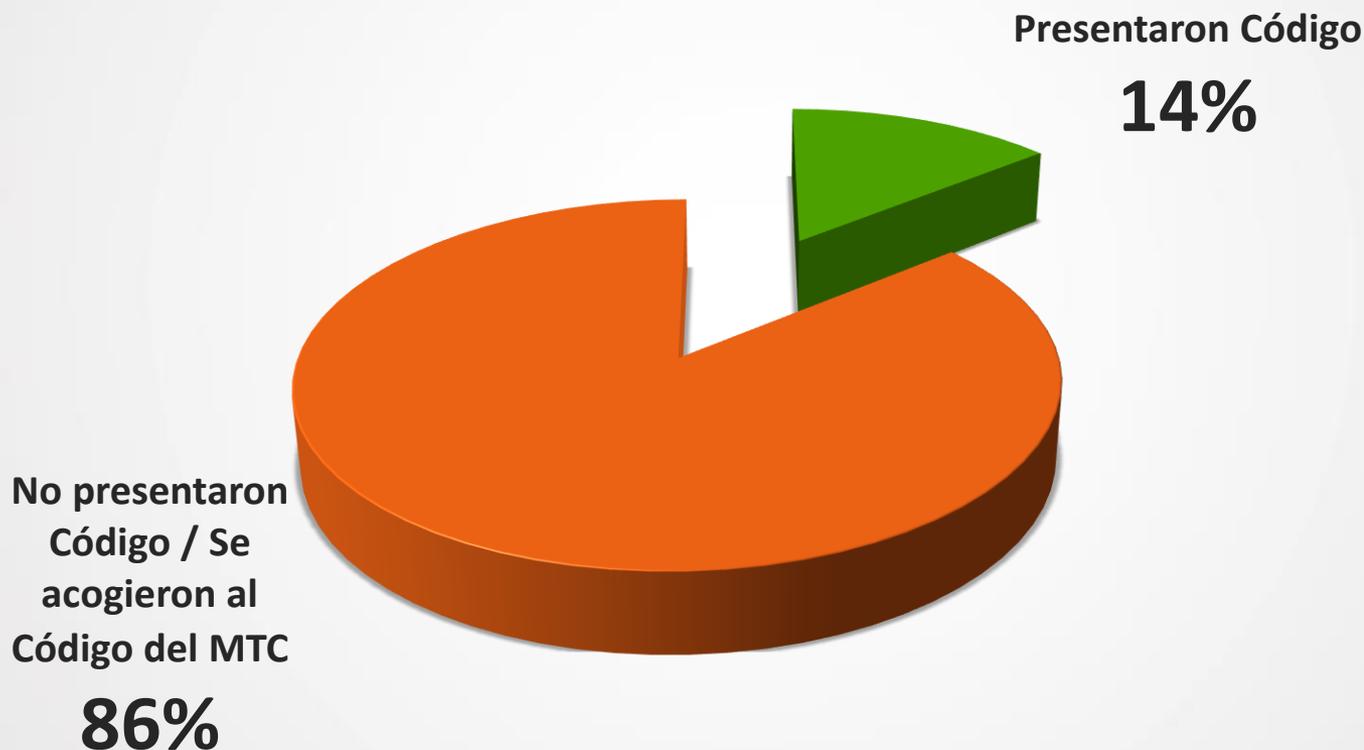
CO- Regulación

Convive la regulación desde el
Estado y desde la sociedad :
AUTORREGULACION

Códigos de Ética en la radio y TV

- 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 en forma individual o asociada

Cumplimiento del Código de Ética



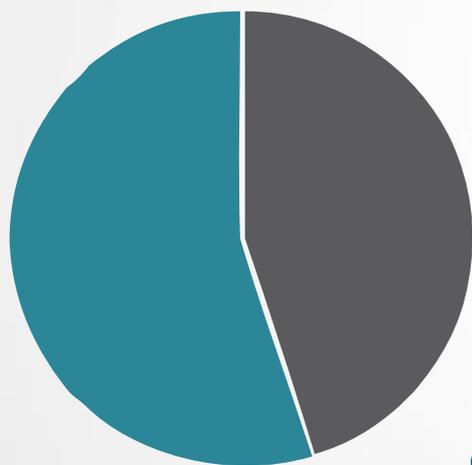
CO - REGULACIÓN

- Ante el propio medio
- Solución inmediata (15 días), sin costo, eficaz
- Prueba recae en el titular (Latina, América TV, etc.)



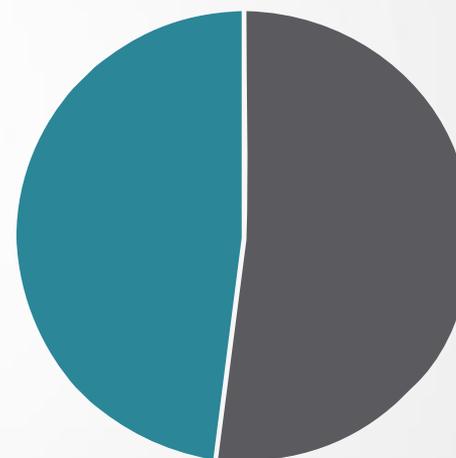
Regulación de medios

Conocimiento del Horario Familiar



45%
No conoce

Conocimiento del derecho a quejarse por contenidos inadecuados en el Horario Familiar



52%
No conoce



Síguenos



/concordtv



@concordtv

www.concordtv.gob.pe