

TALLER

REC

# Niñez y Medios de Comunicación

PIURA, 05 DE DICIEMBRE

  
Consejo Consultivo de Radio y Televisión



**“Los medios son un poder,  
en especial la radio y  
televisión”**

# Radio y TV en cifras



35

Titulares

estaciones

49

comercial

36

educativa

0

comunitaria

3

estatales



218

Titulares

estaciones

255

comercial

54

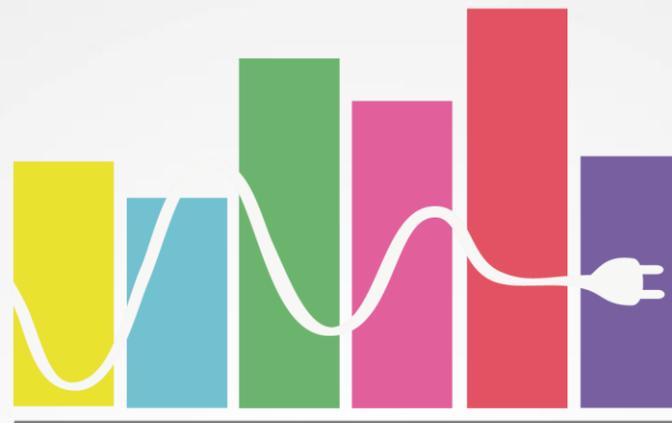
educativa

2

comunitaria

3

estatales



## 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



**94%**

Escuchar radio



**84%**

Estudiar  
/ir a clases



**81%**

Navegar por  
internet

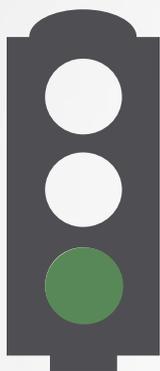


**33%**

Jugar

# Evaluación de géneros televisivos

(Calificación de 0 a 20)



Dibujos animados, deportivos,  
películas, concursos de canto y/o  
baile, noticieros **(17)**

Realities de competencia **(16)**

Series, miniseries, novelas **(15)**



Espectáculos/  
chismes **(13)**

## ¿Cómo muestra la televisión a...?



Víctimas o maltratadas

53%

47%

36%

TOTAL

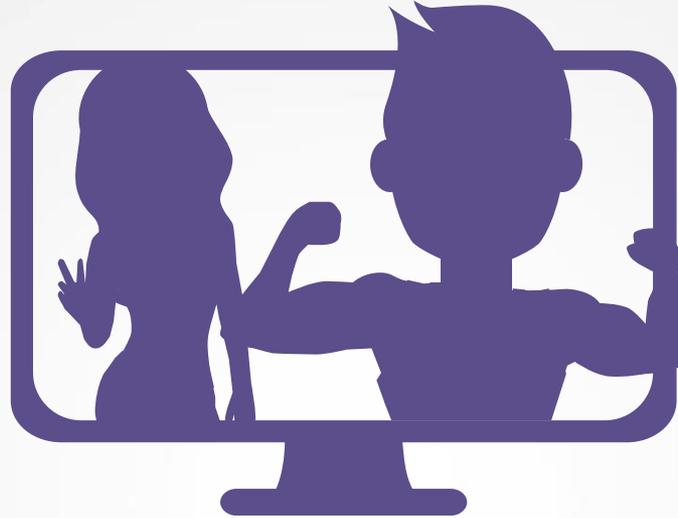


Mis programas favoritos son...

Esto es Guerra	13%	10%
Al fondo hay sitio	10%	13%
Yo Soy	5%	6%

(Porcentajes Piura)

TOTAL



**“El 52.8%**  
quiere ser como el personaje que  
admira de la TV”

Piura

**50.2%**

## Personajes favoritos de la TV



Nicola Porcella  
(2%)



Patricio Parodi  
(2%)



Goku  
(2%)

**“Alegres y chistosos”, “Guerreros y luchadores”**

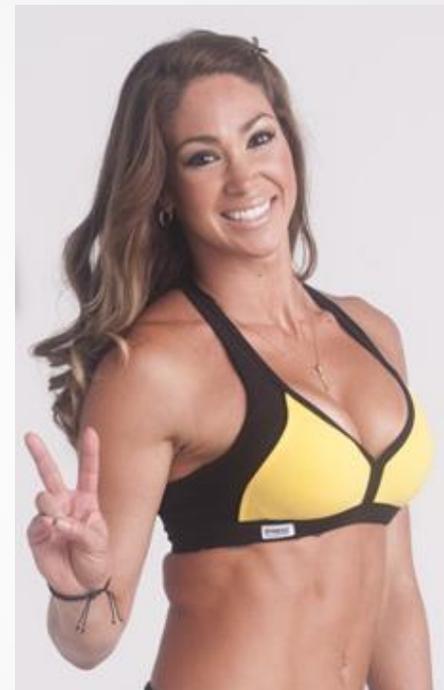
## Personajes favoritos de la TV



Luna de “Soy Luna”  
(2%)



Mario Iriverren  
(2%)



Melissa Loza  
(2%)

“Alegres y chistosos”, “Belleza física”

## Percepciones de los programas de la TV

“Veo mucha violencia en los noticieros”

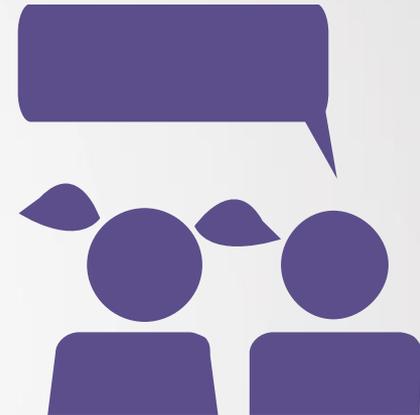
**73%** (77%)

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

**34%** (31%)

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

**24%** (21%)



(Porcentajes Piura)

## Medios en la escuela



Presencia de  
televisor en el  
salón de clase

**NO**

**56%**

**63%**

Enseñanza en el colegio  
sobre analizar y comentar  
lo que ven en la TV

**Sí me han  
enseñado**

**60%**

**51%**

(Porcentajes Piura)

## ¿Te han puesto reglas o condiciones para ver TV?

Sí

58%

<b>Ver TV luego de terminar las tareas</b>	<b>86%</b>
Ver TV hasta cierta hora	79%
<b>Ver solo ciertos programas</b>	<b>64%</b>
Ver solo ciertos canales	63%
Ver TV cierta cantidad de horas	61%

## ¿Con quién ves principalmente la TV?

Con papá o mamá	36%
Con mis hermanos/hermanas	27%
Solo	24%

## ¿Quién elige lo que ves en la TV?

Papá o mamá	39%
Yo	18%
Mis hermanos/hermanas	10%

## ¿Qué tipo de publicidad ves?



Ropa

**28%**



Comida

**25%**



Teléfonos/computadoras

**19%**

“He comprado o deseado adquirir los productos vistos en la publicidad televisiva”

**52%**

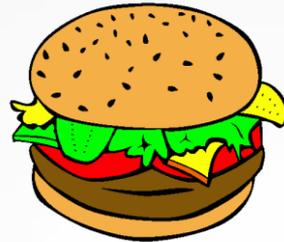
(Porcentajes Piura)

# ¿Qué tipo de publicidad escuchas?



Ropa

17%



Comida

12%



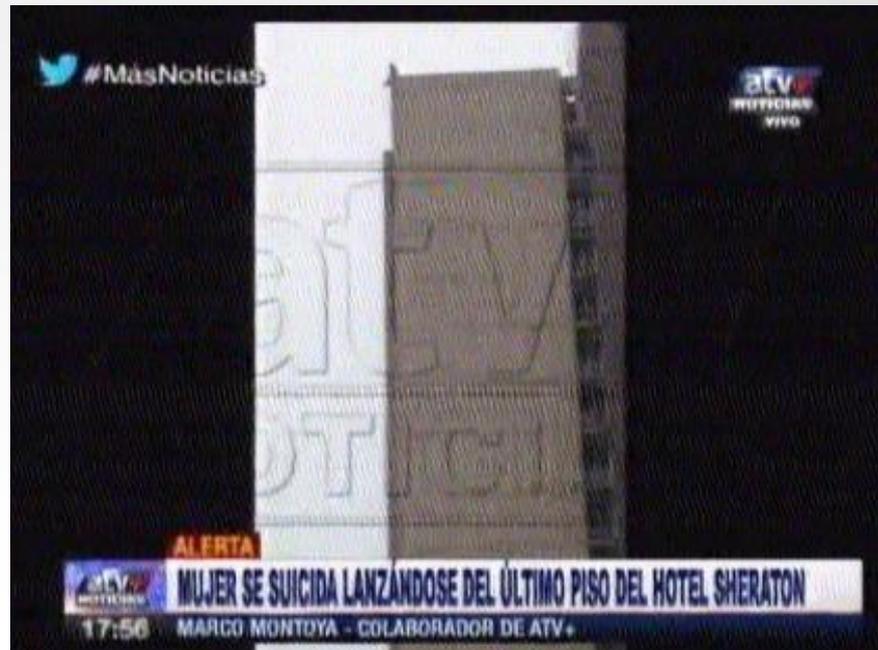
Teléfonos/computadoras

10%

“He comprado o deseado adquirir los productos escuchados en la publicidad de la radio”

33%

(Porcentajes Piura)



## NIÑOS IMITAN JUEGOS DE "ESTO ES GUERRA" EN VENTANILLA

Locas por Nicola Porcella: Fans piden su regreso a Esto Es Guerra con impactantes mensajes

No hacen caso a las acusaciones de agresión.



## Huánuco: Niña se incrusta juego de tuercas de 'Esto es Guerra' en el abdomen

Miércoles 09 de julio del 2014 | 13:29

La menor de iniciales X. R. B. (8) fue operada en el hospital Hermilio Valdizán.



## Esto es Guerra: Hermanos se inyectan petróleo para parecerse a sus ídolos

Este insólito caso ocurrió hace dos semanas en la localidad de Santo Tomás - Cusco



# Derechos de los NNA en los medios de comunicación

# Código de los Niños, Niñas y Adolescentes

- **Artículo 6º.-**

(...) Cuando un niño o adolescente se encuentren involucrados como víctimas, autores, partícipes o testigos de una infracción, falta o delito, **no se publicará su identidad ni su imagen a través de los medios de comunicación.**

# Código de los Niños, Niñas y Adolescentes

Tendrán derecho a expresar su opinión libremente en todos los asuntos que les afecten y por los medios que se elijan.

# HORARIO FAMILIAR

La programación que se transmita en el Horario Familiar debe evitar los **contenidos violentos, obscenos o de otra índole**, que puedan afectar los valores inherentes a la familia, los niños y adolescentes. Este horario es el comprendido entre las **06:00 y 22:00 horas**.

# Propuestas para guía de orientación única

A green square with the letters 'APT' in white, bold, sans-serif font.

## **APTO PARA TODOS**

- Nada o poca violencia
- No hay lenguaje inapropiado o conductas disruptivas
- No hay situaciones o insinuaciones sexuales.

## **MAYORES DE 14 AÑOS**

- Presenta violencia moderada, lenguaje grosero, situaciones sexuales o conductas antisociales.
- Se recomienda la supervisión de un adulto.

A yellow square with the number '14' in white, bold, sans-serif font.A red square with the number '18' in white, bold, sans-serif font.

## **SOLO PARA ADULTOS**

- Violencia, escenas sexuales explícitas y/o lenguaje grotesco e indecente.

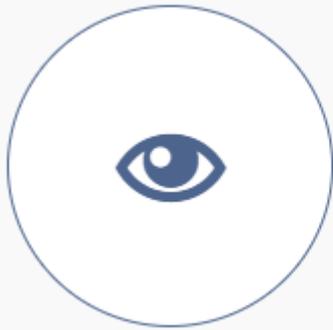
# CO - REGULACIÓN

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

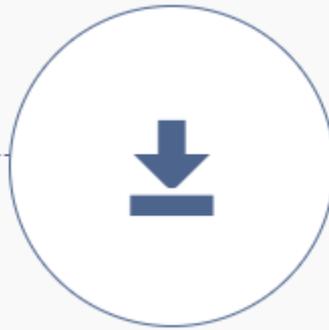


# ¿Cómo quejarse por contenidos inadecuados en radio y TV?

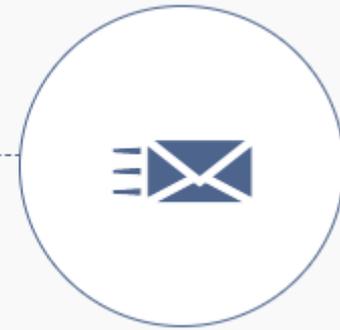
Medio asociado a la Sociedad Nacional de Radio y Televisión - SNRTV



**1. Identifica el medio y motivo de la queja** en base al Código de Ética de la SNRTV.



**2. Descarga el formulario** de quejas y complétalo.



**3. Envía el formulario** por escrito o correo electrónico ([fmasias@snrtv.org.pe](mailto:fmasias@snrtv.org.pe)).

# ¿Cómo quejarse por contenidos inadecuados en radio y TV?

Otros titulares de radio y televisión a nivel nacional



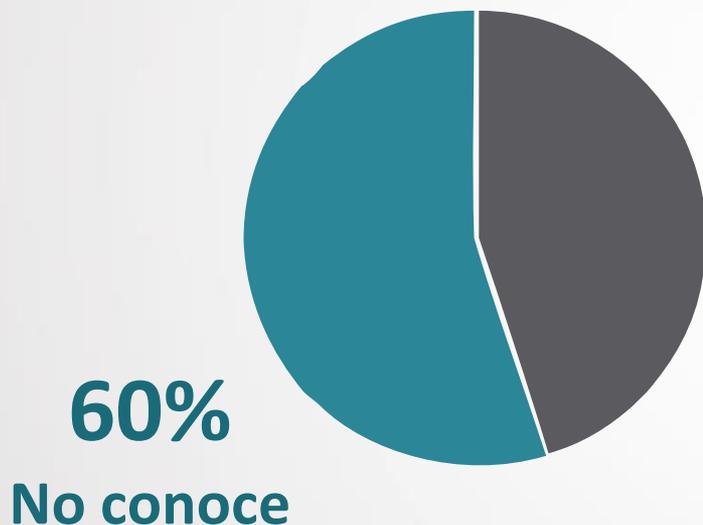
**1. Identifica la razón social del medio radial o televisivo en la Web del MTC.**

**2. Busca el Código de Ética del medio utilizando el nombre de la razón social.**

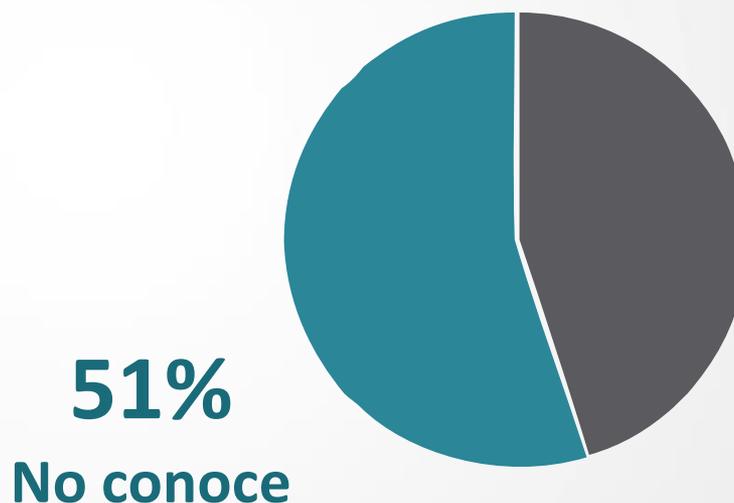
**3. Revisa el mecanismo de solución de quejas y sigue el procedimiento que señala.**

# Regulación de medios

Conocimiento del Horario Familiar



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



# DECLARACIÓN DE PRINCIPIOS SOBRE LOS DERECHOS DE LOS NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN



**Noviembre de 2012**

PCM, MTC, MINEDU, MIMP,  
Defensoría del Pueblo  
ANDA

Frecuencia Latina, América TV,  
Panamericana TV, IRTP, ATV, Global  
TV, Bethel TV, Medios Perú, Red TV,  
RPP, CRP, entre otros.

Save the Children, UNICEF

# #RespetaelHorarioFamiliar

f /concordtv

t @concordtv





Síguenos



/concortv



@concortv

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

[concortv@concortv.gob.pe](mailto:concortv@concortv.gob.pe)