



PERÚ

Ministerio
de Transportes
y Comunicaciones



ESTUDIO SOBRE LA SITUACIÓN DE RADIOS Y TELEVISORAS LOCALES Y REGIONALES EN EL CONTEXTO DE LA CRISIS DE SALUD Y ECONÓMICA GENERADAS POR EL COVID -19

Mg. José Miguel Arévalo Delgado

Comunicador

Objetivo

Describir y analizar la situación de radios y televisoras locales y regionales en el contexto de la crisis de salud y económica generadas por la COVID-19

Muestra

100 representantes de radioemisoras y televisoras a nivel nacional mediante una encuesta virtual y telefónica, para estudio cuantitativo

26 representantes de 35 radioemisoras y estaciones de televisión para estudio cualitativo.

3 grupos de discusión

- La Coordinadora Nacional de Comunicaciones (CNC)
 - La Asociación de Medios de Comunicación y Periodistas Locales por el Desarrollo Local Willakuy
 - La Asamblea Nacional de Radiodifusores (ANRTV).
-

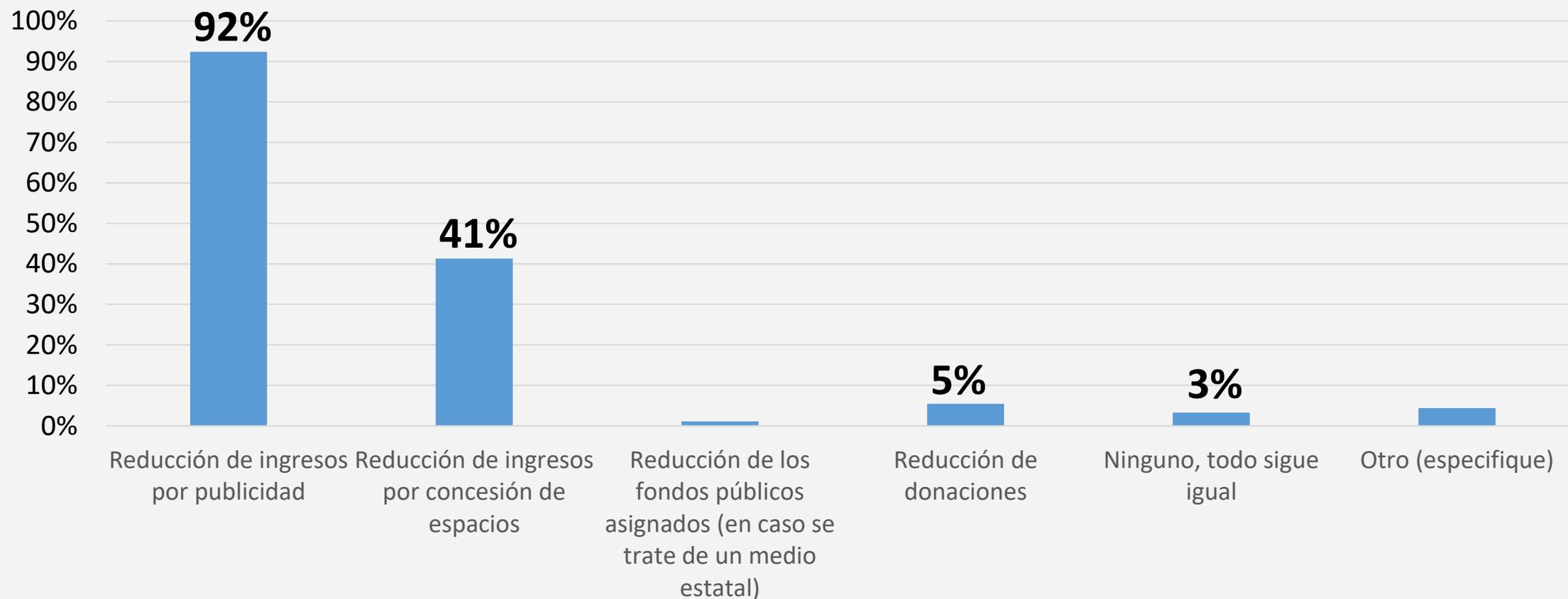
Regiones



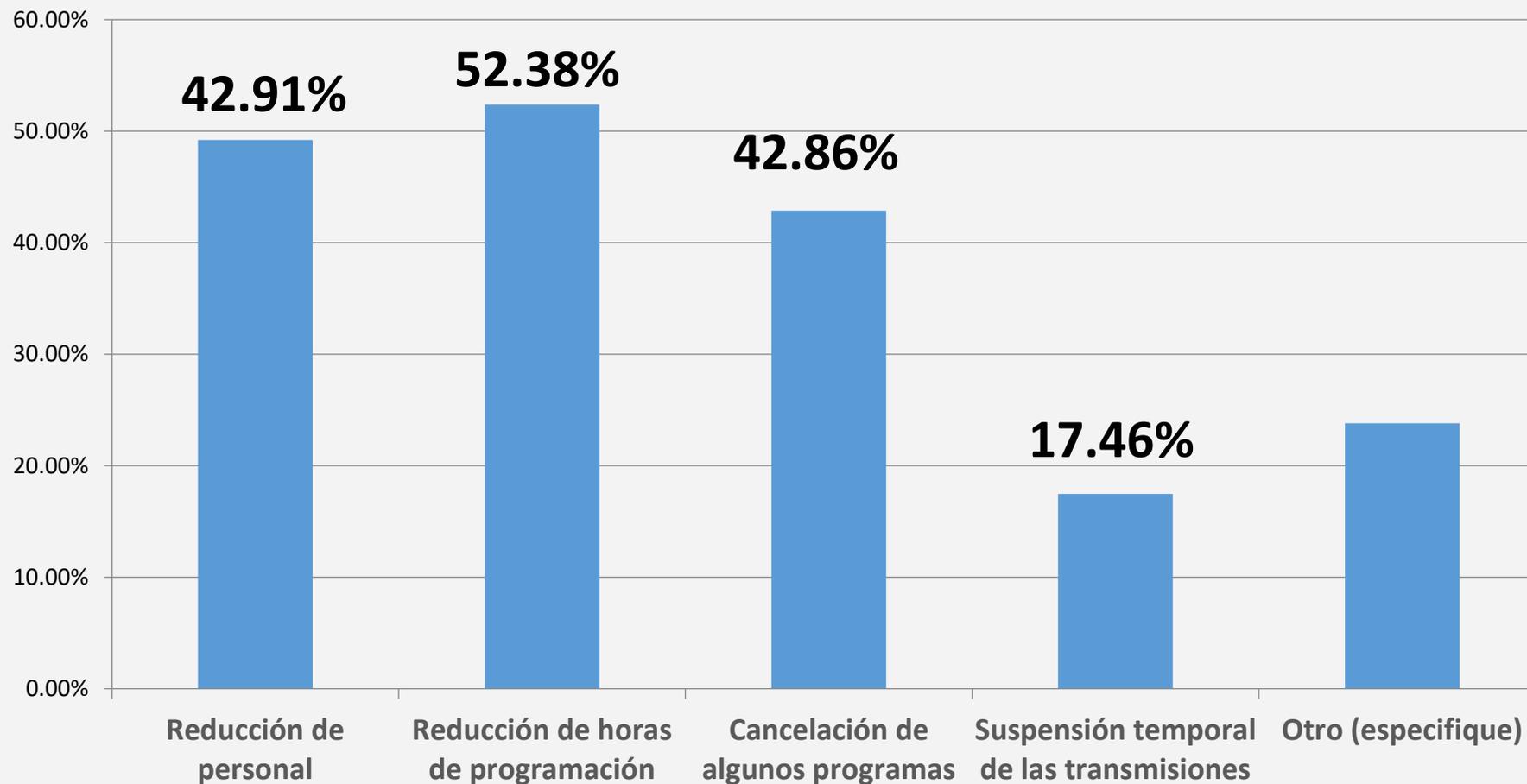
Macro regiones	Porcentaje
Norte Ancash, Cajamarca, La Libertad, Lambayeque, Piura y Tumbes	14%
Centro Apurímac, Ayacucho, Huancavelica, Huánuco, Junín, Pasco e Ica	52%
Sur Arequipa, Cusco, Madre de Dios, Moquegua, Puno, Tacna	21%
Oriente Amazonas, Loreto, San Martín, Ucayali	13%
<i>Total</i>	100%

Impacto económico

Impacto económico en el medio de comunicación local y regional desde que se decretó la cuarentena en el Perú



Medidas de los medios de comunicación local ante la disminución de los ingresos



El escenario de los medios locales ante la disminución de los ingresos

Reducción de:

- Personal
- Sueldos
- Jornadas laborales

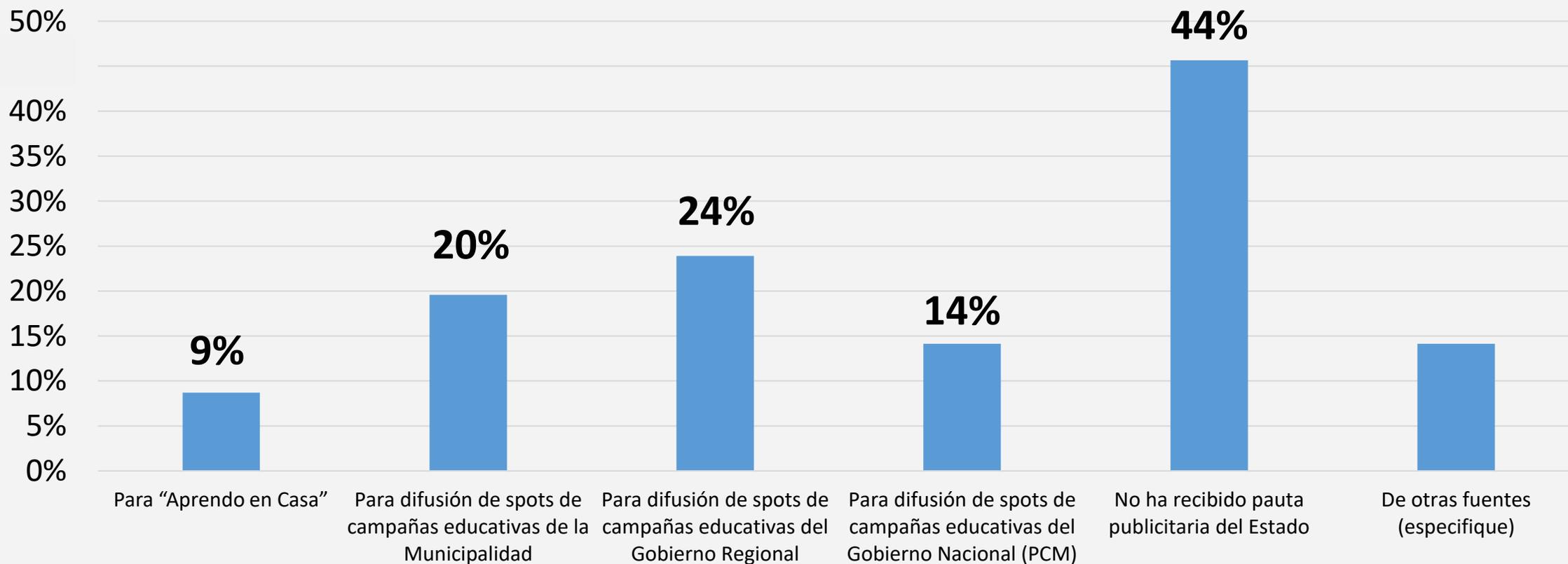
Anunciantes **aun no regresan**

Problemas para pagar los costos fijos especialmente **luz y agua**

Ninguna de las emisoras entrevistadas **obtuvo apoyo económico** a través de **Reactiva Perú**

Las medidas excepcionales para la prestación de servicios de radio y TV **MTC** no se conocieron oportunamente

Contratos de publicidad del Estado para la difusión de programas o spots en salud o educación

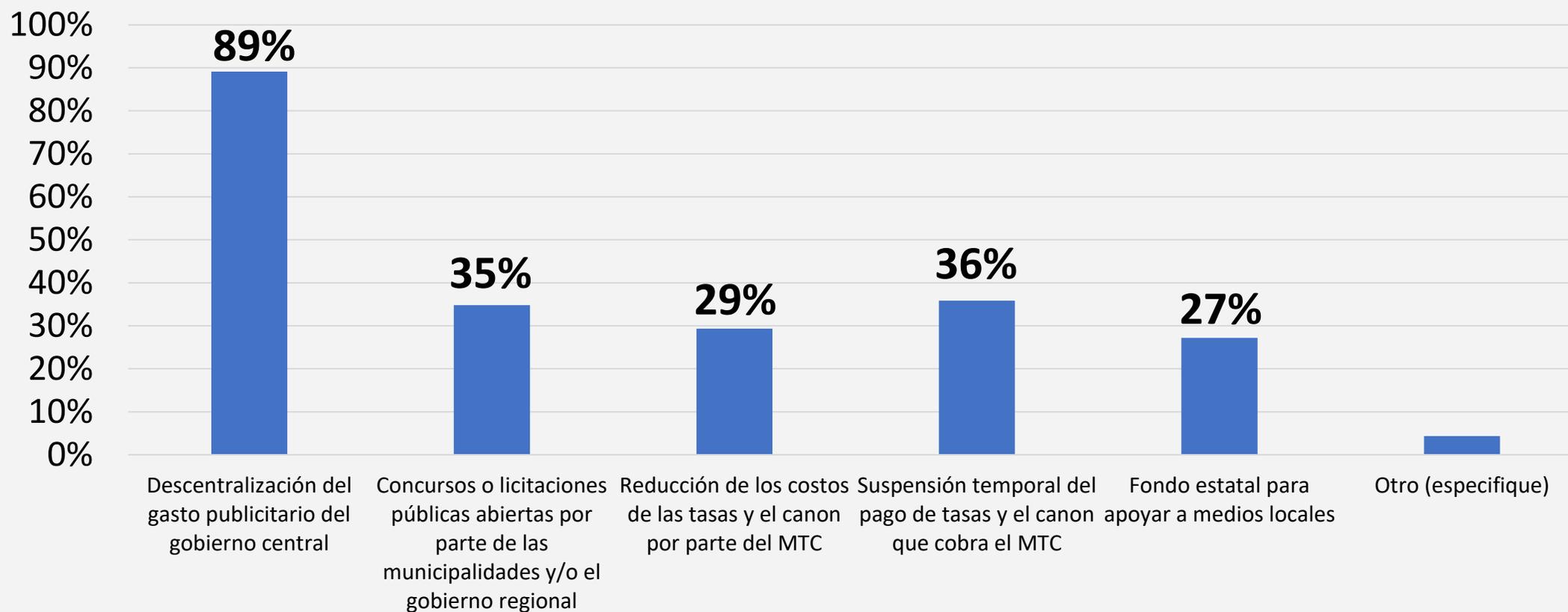


Alternativas para enfrentar los problemas económicos que utilizaron los medios locales

- a. Reajuste en tarifas publicitarias
 - b. Acceso a fondos concursables, subsidios o publicidad del Estado
 - c. Apoyo a través de convenios con organizaciones no gubernamentales
 - d. Apoyo vía cooperación internacional
 - e. Endeudamiento
 - f. Los amigos
-

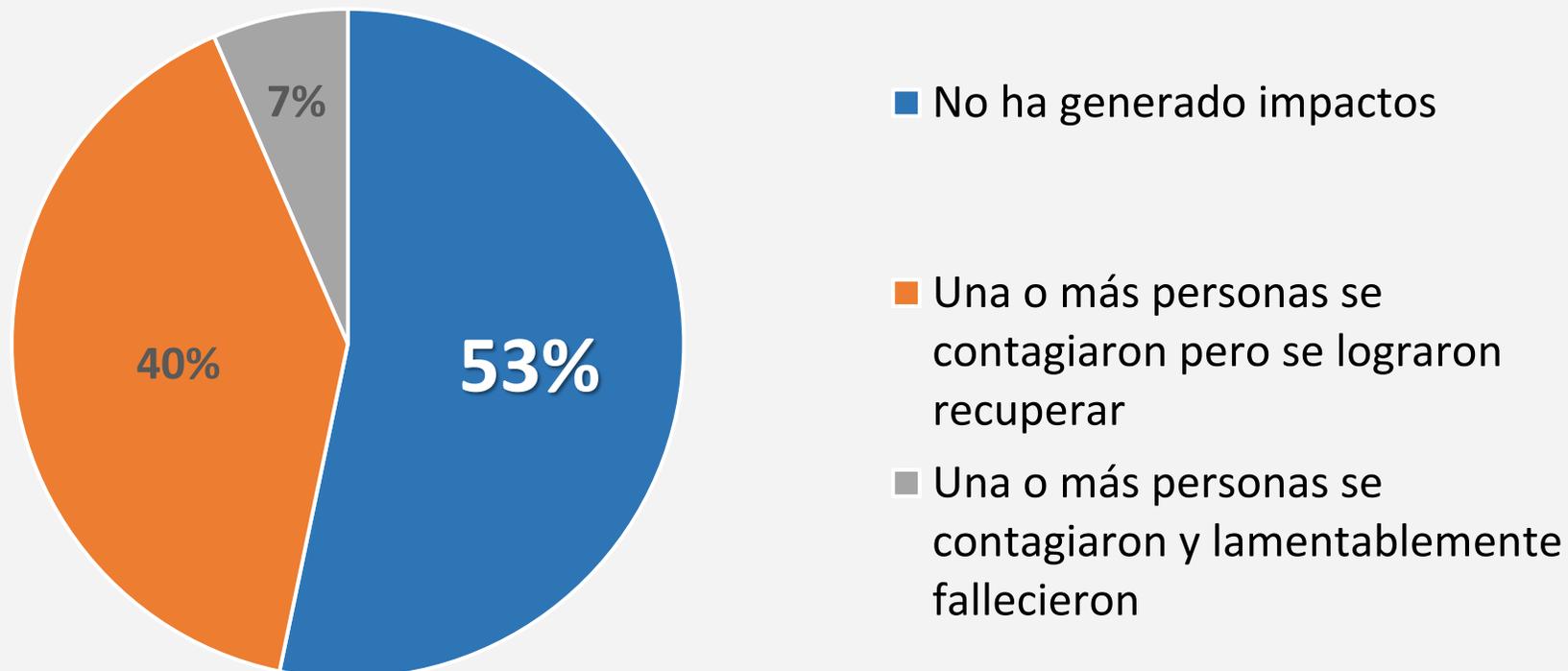
Los medios que pudieron superar las dificultades económicas con más éxito fueron aquellos que pudieron diversificar sus fuentes de recursos económicos.

Recomendaciones de los medios al Estado para tener mayores oportunidades de financiamiento y sostenibilidad



Impacto sanitario

Impactos en la salud del personal o concesionarios de la radio o canal de TV



Impacto en la salud de los miembros de la emisora

1. Contagios y lamentables decesos
 2. Estado anímico y salud mental
 3. Muchos comunicadores y periodistas quedaron sin ningún tipo de seguridad.
-

Dificultades para el cumplimiento de los protocolos de bioseguridad en los medios locales

Resolución Ministerial N° 286-2020-MTC/01- mayo 27, 2020

Aprobación del "**Protocolo Sanitario Sectorial para la prevención del COVID-19**", para los servicios de radiodifusión", conforme a lo dispuesto en el Decreto Supremo N° 080-2020-PCM y la Resolución Ministerial N° 239-2020-MINSA.

- Los directores y representantes de los medios manifiestan que hicieron todos los esfuerzos para dar seguridad a sus trabajadores.
- Las modalidades para implementar el protocolo han sido diversas.
- Las medidas de bioseguridad se han ido implementando según las condiciones económicas del medio, el acceso a EPP y la cantidad de personal.

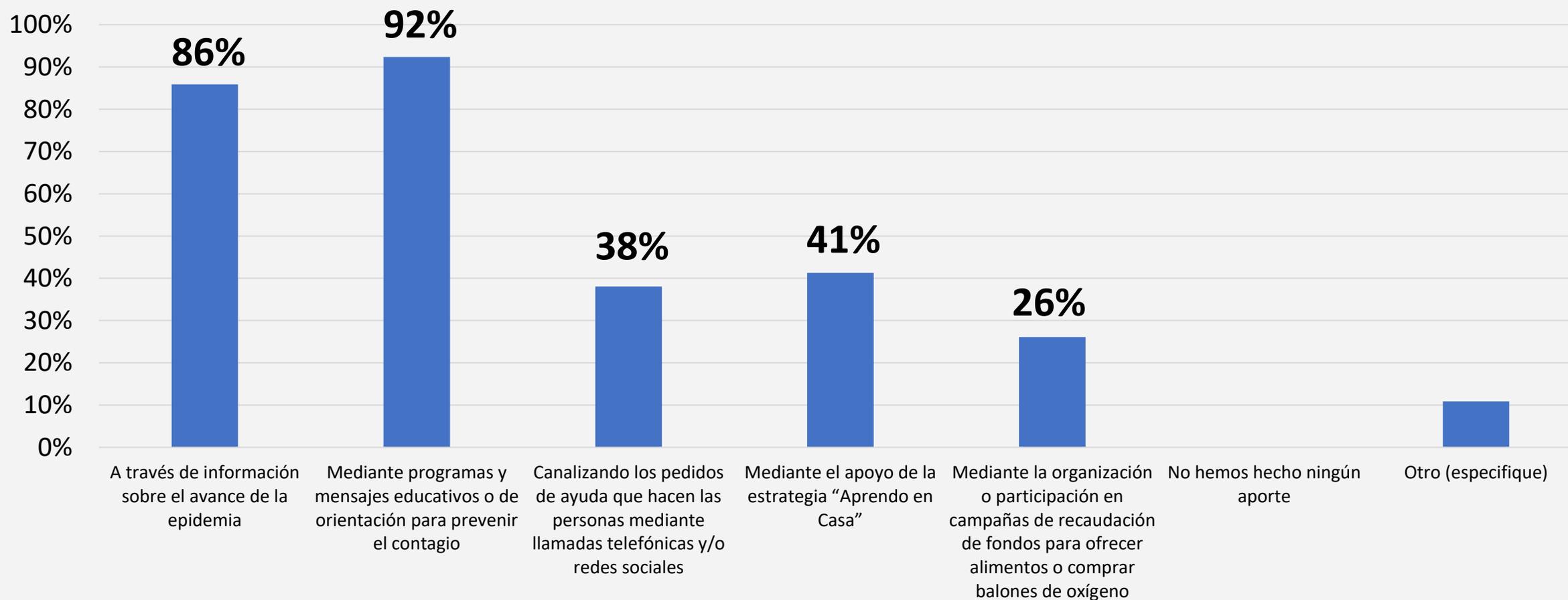
Impacto en la programación

La situación de confinamiento provocado por el Covid19 generó una serie de cambios en la programación de las emisoras.

- a. Cierre de la emisora o reducción de horarios de transmisión
 - b. Ajustes en la oferta de programación: privilegiar lo informativo.
 - c. Paso al trabajo remoto y a la digitalización de la señal de la emisora.
 - d. Los programas de salud mental como un servicio a las audiencias fueron una obligación en los medios locales.
 - e. Cambio en las programaciones basadas en la participación directa de sus audiencias.
 - f. “Aprendo en casa” significaba cambiar la mayor parte de su programación y cambiar sus audiencias.
-

El aporte de los medios locales

Percepción de la forma en que aporta el medio al cuidado de la salud en su localidad.



Estrategia pública de educación remota “Aprendo en casa”

1. Llama la atención que no hubiera un procedimiento estandarizado en el caso de los contratos de los programas.
 2. Algunos señalan que las solicitudes llegaron por parte de las Ugeles o de las DRE. Otros tuvieron contrato directo del MINEDU.
 3. Un buen grupo no tuvo contrato ni ingresos por la transmisión de los programas, pero los difundieron de manera solidaria.
 4. Todas las emisoras consultadas que cubren zonas con diferentes lenguas nativas hicieron la adaptación de los programas.
-

Estrategia pública de educación remota “Aprendo en casa”

5. Los programas de “Aprendo en casa” llegaban a cubrir casi el 60% de la programación, pero los pagos recibidos por su difusión han sido mínimos.
 6. Hubo también emisoras que consideraron que los programas educativos propuestos desde la capital no eran adecuados para las audiencias locales y decidieron no transmitirlos.
 7. En cambio, apoyaron estrategias educativas regionales o generaron sus propios programas educativos.
-

Conclusiones

Conclusiones

- La pandemia de Covid 19 ha visibilizado la **vulnerabilidad económica de los medios** locales y regionales.
 - 92% de los medios encuestados tuvieron un **fuerte impacto económico**, y vieron disminuidos sus ingresos por publicidad y auspicios.
 - 42.91% de los medios debieron reducir personal.
 - 52.38% Debieron reducir su programación.
 - 47% de las emisoras consultadas tuvieron que afrontar el impacto en la salud del personal o concesionarios de la radio o canal de TV.
 - 17% apagaron sus transmisores.
-

Conclusiones

- En medio de la pandemia de Covid 19, a pesar de los lamentables decesos, del fuerte impacto económico y emocional, **los medios locales no abdicaron de su responsabilidad con sus audiencias incluso en aquellos lugares donde no hay mayor presencia de Estado.**
 - En este contexto, han recuperado su protagonismo y han puesto en relieve una **fuerte vocación de servicio público.**
 - Han **visibilizado su labor estratégica** en la vida nacional.
-

Recomendaciones

Recomendaciones Específicas

Recomendaciones a los titulares de medios

- a. Trabajar la vulnerabilidad económica identificando nuevas fuentes de recursos.
 - b. Fortalecer sus medidas sanitarias para el cuidado del personal.
 - c. Recomendamos la articulación de los medios locales en redes o asociaciones que los representen y defiendan sus intereses ante las autoridades públicas.
 - d. Trabajar en función de la disminución de la vulnerabilidad de sus trabajadores
-

Recomendaciones Específicas

Recomendaciones al Estado/ Al MTC

- a. Pensar sus estrategias de comunicación pública (Salud y Educación) de manera participativa recogiendo los aprendizajes de los medios locales y regionales.
 - b. Las municipalidades y gobiernos regionales distribuyan sus pautas publicitarias a través de concursos públicos
 - c. Promover una mejor distribución de la pauta publicitaria por parte del Estado.
 - d. Que el Estado analice la posibilidad de reducir o suspender temporalmente los costos de las tasas y el canon por explotación del espectro radioeléctrico.
 - e. La creación de un fondo público concursable destinado a apoyar a los medios locales y regionales y a fortalecer la estrategia de comunicación pública.
-

Recomendaciones Específicas

Recomendaciones a las asociaciones de medios

- a. Promover una mejor distribución de la pauta publicitaria del Estado (Ley de publicidad estatal)
 - b. Promover la apertura de fondos públicos concursables destinados medios de comunicación locales.
 - c. Ejercer la defensa de los intereses de los medios y sus miembros ante las instancias públicas.
-

Recomendaciones Específicas

Recomendaciones al CONCORTV

- a. Desarrollar actividades enfocadas en fortalecer capacidades para la diversificación de fuentes en las emisoras locales.
 - b. Investigar en torno a la vulnerabilidad social del comunicador local: ¿En qué condiciones se ejerce el trabajo de la comunicación social en los medios locales y regionales?
 - c. Que promueva que las entidades que realizan medición de audiencia extiendan sus estudios a diversas localidades que muchas veces no existen para el mercado publicitario nacional.
-

Recomendaciones generales

1. Hacia una nueva ley de publicidad estatal

Objetivo: Regular esta importante área de acción del Estado, promoviendo el gasto descentralizado

2. Fondos públicos concursables

Objetivo: Subsistencia de los medios y que se permita asegurar el derecho a la comunicación y a la educación de nuestra ciudadanía



www.concortv.gob.pe

concortv@mtc.gob.pe



[/concortv](https://www.facebook.com/concortv)



[@concortv](https://twitter.com/concortv)



[/concortv](https://www.instagram.com/concortv)

Febrero

2021