

OBJETIVO ESPECÍFICO		ACCIONES	INDICADORES	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC		
1	DERECHOS DE LA CIUDADANÍA EN LA COMUNICACIÓN																
	OBJETIVO 1: Informar y sensibilizar de manera permanente y oportuna a los diversos sectores de la sociedad (Estudiantes, docentes, ONGs, Padres y Madres de familia) sobre el alcance de la Ley de Radio y Televisión; la responsabilidad social y ética de la radio y televisión y del procedimiento de queja y de denuncia a favor del ejercicio del derecho de la comunicación.	1.1- Producción y difusión permanente de notas periodísticas sobre temas claves (Horario familiar, Mecanismo de queja, Estudios realizados) a través de los canales de comunicación on-line: Web, Redes Sociales (Facebook, Twitter, Instagram) y correo electrónico.	12 notas periodísticas informativas difundidas vía mailling a 4000 personas entre audiencias priorizadas y Red Académica.	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
		1.2. Producción y difusión permanente de posts sobre temas claves (Horario familiar, Mecanismo de queja, Estudios realizados) para redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram).	45 post en twitter y 45 post en facebook y 45 en Instagram al año sobre temas claves.	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
		1.3. Coordinación e interacción con la Red Académica de profesores en universidades a nivel nacional para la realización de eventos informativos y la difusión de información sobre Ley de Radio y TV y hallazgos de los Estudios realizados en 2020	02 eventos en alianzas con universidades /100 participantes en total. Difusión de temas claves entre 2230 integrantes de la Red Académica.					x					x				
		1.4. Gestión de medios para entrevistas y rebotes de notas de prensa sobre temas claves priorizados en principales medios de comunicación nacionales, regionales y locales.	10 rebotes en todo el país sobre las notas de prensa realizadas y/o publicaciones de estudios realizados. 8 entrevistas en medios a representantes de Concoartv.		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
		1.5. Desarrollo de una estrategia de Difusión de información de impacto sobre el Horario Familiar y Mecanismos de queja para las redes sociales que incluye plan de comunicación de crisis.	02 actualizaciones del sitio web, 01 video actualizado sobre quejas y 08 piezas comunicacionales sobre el tema de horario familiar. 10 modelos de mensajes para situaciones de crisis.						x	x			x	x			
		1.6. Información y orientación a usuarios para el procedimiento de quejas recibidas a través de correo y redes sociales.	40 consultas recibidas y atendidas a través del correo y redes sociales.	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
2	BUENAS PRÁCTICAS Y RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN																
	OBJETIVO 2: Fomentar en los operadores de radio y televisión una actuación socialmente responsable y de acuerdo a Ley y a la normativa de emergencia nacional y emergencia sanitaria.	2.1. Elaborar e implementar una propuesta de curso especializado de formación sobre cobertura de violencia contra la mujer para periodistas de medios nacionales y regionales, en alianza con ANP/CALANDRIA en el marco de las funciones establecidas en la Ley y de las Políticas Públicas.	01 diseño de curso de especialización aprobado/ 01 curso realizado / 30 periodistas de medios claves de 03 regiones del país.									x	x	x			
		2.2. Producción y difusión de Especiales temáticos para periodistas (mujer y violencia, educamunicación y niñez y medios)	03 especiales temáticos producidos y difundidos entre 1000 periodistas				x					x			x		
		2.3. Elaborar una estrategia de difusión de resultados de estudios cualitativo: Aprender en casa, Derecho de niñez y medios y Medios locales	3 notas de prensa elaboradas /1000 periodistas reciben los estudios/ 20 medios claves nacionales y regionales reciben el estudio / 10 medios le dan cobertura a los temas de los estudios				x	x									
		2.4. Aprobación y ejecución de una propuesta para otorgar reconocimientos públicos a personas, instituciones y/o entidades que destacan por su labor en la radiodifusión sonora y televisiva.	01 propuesta de reconocimiento aprobada /Personas e instituciones nominadas y seleccionadas.		x	x									x		
		2.5. Elaboración y difusión de 01 estudio cualitativo sobre la situación de la radio y la TV en tiempos de Covid-19 que incluye estadística de radio y TV	01 estudio realizado / 3,000 personas reciben el estudio/ 08 infografías realizadas sobre el estudio.				x	x									
		2.6. Realizar 3 eventos descentralizados sobre "Responsabilidad Social y Códigos de Ética", Libertad de Expresión, con periodistas y titulares de medios. (ANP y CPP)	3 eventos con medios de comunicación.(2 en regiones y 1 en Lima)/ Alcance de transmisión en vivo por redes a 1000 personas./ 2 alianzas con ANP y CPP				x				x				x		
2.7. Acciones de orientación y sensibilización a medios de comunicación para una adecuada cobertura sobre temas de la COVID-19		01 Conversatorio sobre Salud mental y medios, 02 infografías sobre recomendaciones para tratamiento de temas de covid-19 y 04 gráficos para redes.		x	x	x	x	x	x								
ESTADO RESPONSABLE																	
OBJETIVO 3.- Colaborar con el Estado para que cumpla y haga cumplir la Ley de Radio y Televisión. (MTC, MINCUL,MIMP,MINEDU)	3.1. Participación en Foros y Audiencias Descentralizadas organizadas por el MTC	Según solicitud del MTC		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x			
	3.2. Opinión procedimiento administrativo, y de otros documentos a solicitud del MTC	Según solicitud del MTC		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x			
	3.3. Recomendaciones sobre regulación de radio y TV	Según solicitud del MTC		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x			
	3.4. Elaboración y difusión de piezas gráficas (Infografías y post) con cifras de radio y TV 2021.	04 piezas gráficas realizadas/ Difusión entre 1000 personas vía mailling y Alcance en Redes 1500 personas.			x												
	3.5. Elaboración y gestión de una propuesta de mejora de normativa en el marco de la Ley de Radio y TV para facilitar el procedimiento de quejas.	01 propuesta normativa de mejora de procedimiento de quejas/ Incremento de solicitudes de orientación para procesos de quejas en un 20%.					x	x									
	3.6. Atención/opinión técnica a los requerimientos de diversas entidades del Estado en el marco de las funciones del CONCOARTV.	A solicitud			x	x	x	x	x								
	3.7. Atender solicitudes sobre opinión sobre Proyectos de Ley o normativas sobre Radio y Televisión	De acuerdo a solicitudes recibidas.		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
APOYO DE PLANES Y POLÍTICAS NACIONALES (*)																	
Proyecto Educativo Nacional al 2021: La Educación que queremos para el Perú	3.8. Diseño y realización de talleres virtuales dirigidos a docentes sobre educamunicación en temas de alfabetización mediática, educación crítica para el consumo de medios.	2 talleres realizados / 60 participantes en total.						x			x						
	3.9. Un conversatorio de presentación de resultados de estudio Aprender en Casa entre decisores claves del MINEDU, CNE, periodistas y ámbito académico para la incidencia.	1 Evento realizado/ 02 acciones comprometidas en alianza / 30 participantes.	x														
	3.10. Elaboración e implementación de plan de difusión de resultados de estudio cualitativo de Aprender en Casa .	Alcance de 1000 personas vía mailling/ 01 evento público de presentación en regiones/ 02 post, 02 infografías con datos claves.	x	x													
	3.11. Coordinación de la Red de Educamunicadores Perú a través del correo y facebook	50% de incremento en nuevos integrantes en la Red de Educamunicación, 20 post sobre temas claves difundidos.			x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		
	3.12. Organización y realización de evento virtual Internacional sobre "Educamunicación" en alianza con organizaciones internacionales. (PRAI-UNESCO-ATEI)	1 plan de evento aprobado/ 1 evento internacional realizado /Alcance vía transmisión en vivo de 500 personas.										x	x				

