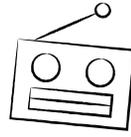


# CONSUMO TELEVISIVO Y RADIAL DE NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES 2024



## Consumo de medios de comunicación



**96%**

ve televisión



**98%**

usa internet



**58%**

escucha radio

## Uso de plataformas digitales y redes sociales

**95%**



Youtube

**72%**



Facebook

**68%**



WhatsApp

**65%**



TikTok

**53%**



Tv por internet

**52%**



Streaming

**38%**



Instagram

**30%**



Podcast



## Sobre los medios de comunicación y el colegio



**88%**

afirman que en el colegio les enseñaron sobre los medios de comunicación.

**45%**

aseguran que no les enseñaron a analizar y criticar los contenidos de los medios de comunicación.

## Presencia de contenidos inadecuados en la TV

TIPO DE PROGRAMA	LENGUAJE GROSERO	VIOLENCIA
PELÍCULAS	29%	26%
TELENOVELAS Y/O SERIES	25%	27%
COMPETENCIA CON GUERREROS	18%	17%
PROGRAMAS DE CHISMES	22%	12%



PERÚ

Ministerio de Transportes y Comunicaciones



BICENTENARIO PERÚ 2024

## ¿Cómo muestra la TV a ...?

### Aparecen como víctimas



## Opinión sobre los noticieros de la TV

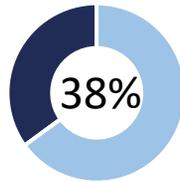
**45%** difunden mucha violencia

**44%** informan con la verdad

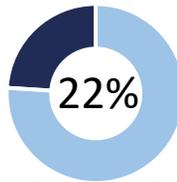
**51%** informan más de Lima que de provincias

## Control parental

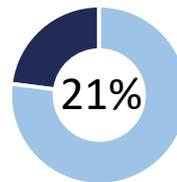
¿Con quién sueles comentar lo que ves en la TV?



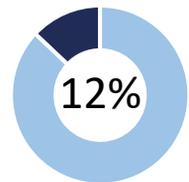
Padres



Nadie



Hermanos



Amigos

## Influencia de la publicidad en la TV.

**75%** se quedan viendo publicidad y compraron o desearon comprar un producto promocionado.

La publicidad que más capta su atención es aquella sobre comida, ropa y teléfonos y computadoras

## Opinión sobre los programas de radio

**69%** considera que los programas de radio informan.

**60%** considera que los programas de radio entretienen.

