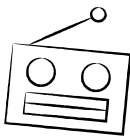


CONSUMO TELEVISIVO Y RADIAL DE NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES 2024



Consumo de medios de comunicación



98%
ven televisión



99%
usan internet



51%
escuchan radio

Uso de plataformas digitales y redes sociales

97%



Youtube

76%



WhatsApp

75%



TikTok

75%



Facebook

54%



Streaming

49%



Instagram

45%



TV por internet

33%



Podcast



Sobre los medios de comunicación y el colegio



79%

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

55%

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	42%	46%
TELENOVELAS Y/O SERIES	40%	38%
COMPETENCIA CON GUERREROS	32%	31%
PROGRAMAS DE CHISMES	35%	30%



PERÚ
Ministerio de Transportes y Comunicaciones



BICENTENARIO
PERÚ
2024

¿Cómo muestra la TV a ...?

66%



Andinas

58%



Indígenas

54%



Personas con
discapacidad

48%



Mujeres

Aparecen como víctimas

45%



Niños, Niñas y
Adolescentes

43%



Adultos Mayores

31%



Jóvenes

24%



Afrodescendientes

Opinión sobre los noticieros de la TV.

64%

difunden mucha
violencia

47%

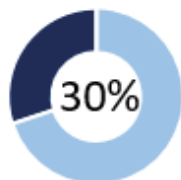
informan con
la verdad

66%

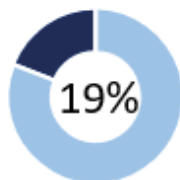
informan más de
Lima que de
provincias

Control parental

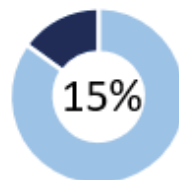
¿Con quién sueles
comentar lo que
ves en la TV?



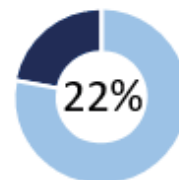
Padres



Nadie



Amigos



Hermanos

Influencia de la publicidad en la TV.

70%

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

74%

considera que los programas
de radio informan.

68%

considera que los programas
de radio entretienen.

