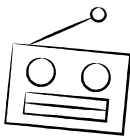


# CONSUMO TELEVISIVO Y RADIAL DE NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES 2024



## Consumo de medios de comunicación



**92%**  
ven televisión

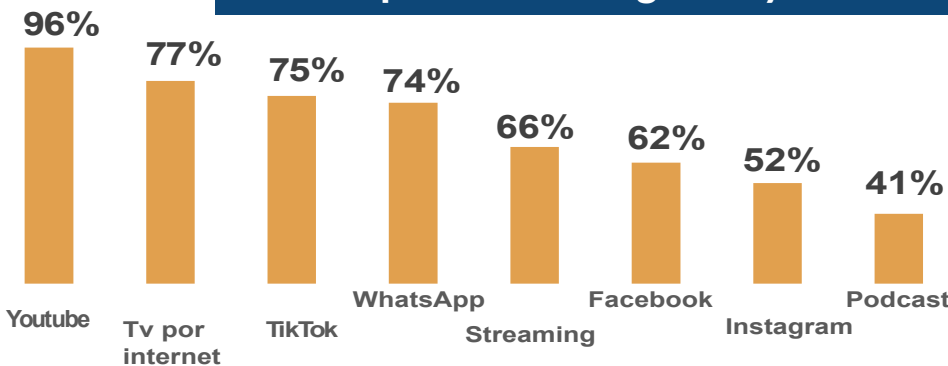


**95%**  
usan internet



**67%**  
escuchan radio

## Uso de plataformas digitales y redes sociales



## Sobre los medios de comunicación y el colegio



**92%**

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

**51%**

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%              | 35%       |
| TELENOVELAS Y/O SERIES    | 34%              | 28%       |
| COMPETENCIA CON GUERREROS | 26%              | 23%       |
| PROGRAMAS DE CHISMES      | 26%              | 11%       |



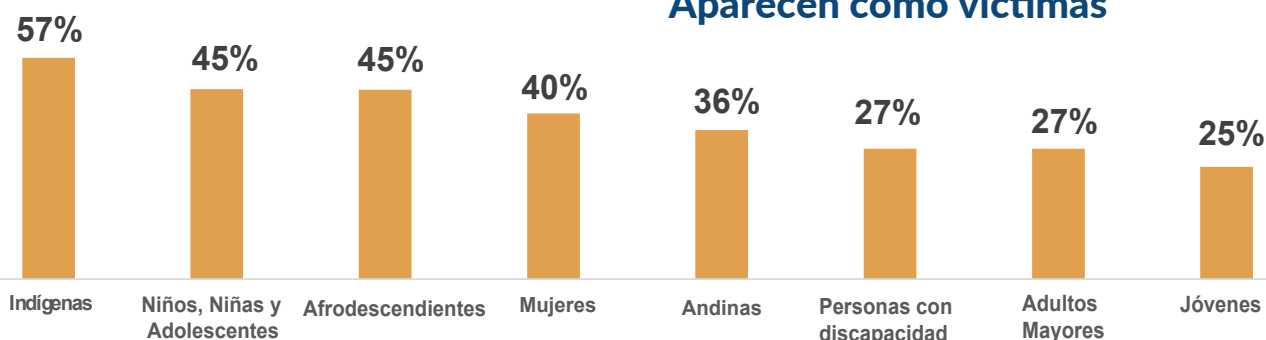
PERÚ  
Ministerio de Transportes y Comunicaciones



BICENTENARIO  
PERÚ  
2024

## ¿Cómo muestra la TV a ...?

### Aparecen como víctimas

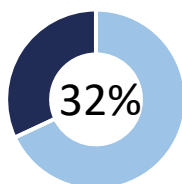


## Opinión sobre los noticieros de la TV

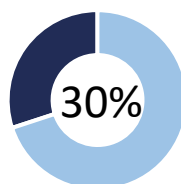
**50%** difunden mucha violencia      **47%** informan con la verdad      **57%** informan más de Lima que de provincias

## Control parental

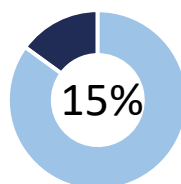
¿Con quién sueles comentar lo que ves en la TV?



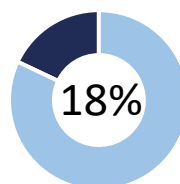
Padres



Nadie



Amigos



Hermanos

## Influencia de la publicidad en la TV.

**77%** 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.

**62%** considera que los programas de radio entretienen.

