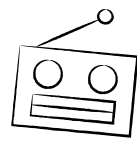


CONSUMO TELEVISIVO Y RADIAL DE NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES 2024



Consumo de medios de comunicación



98%
ven televisión



98%
usan internet



62%
escuchan radio

Uso de plataformas digitales y redes sociales

97%



Youtube

78%



WhatsApp

72%



TikTok

68%



Tv por
internet

63%



Streaming

58%



Facebook

51%



Instagram

32%



Podcast



Sobre los medios de comunicación y el colegio



89% afirman que en el
colegio les enseñaron
sobre los medios
de comunicación.

46% 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	46%	44%
TELENOVELAS Y/O SERIES	37%	35%
COMPETENCIA CON GUERREROS	21%	24%
PROGRAMAS DE CHISMES	29%	17%



PERÚ

Ministerio
de Transportes
y Comunicaciones



BICENTENARIO
PERÚ
2024

¿Cómo muestra la TV a ...?

51%



Mujeres

47%



Indígenas

46%



Niños, Niñas y Adolescentes

39%



Andinas

Aparecen como víctimas

35%



Personas con discapacidad

34%



Adultos Mayores

34%



Afrodescendientes

28%



Jóvenes

Opinión sobre los noticieros de la TV.

64%

difunden mucha violencia

61%

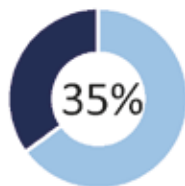
informan con la verdad

57%

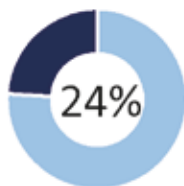
informan más de Lima que de provincias

Control parental

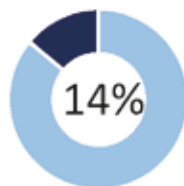
¿Con quién sueles comentar lo que ves en la TV?



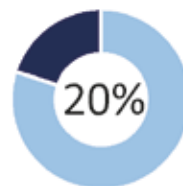
Padres



Nadie



Amigos



Hermanos

Influencia de la publicidad en la TV.

80%

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

78%

considera que los programas de radio informan.

71%

considera que los programas de radio entretienen.

