

**PROPICIANDO  
BUENAS PRÁCTICAS  
EN LA RADIO Y  
TELEVISIÓN**







## **CONSEJO CONSULTIVO DE RADIO Y TELEVISIÓN (CONCERTV)**

### **MEMORIA 2016**

#### **GENERALIDADES**

---

El Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCERTV) es un órgano autónomo y plural de carácter consultivo cuya finalidad es contribuir con el desarrollo de la radiodifusión en nuestro país, mediante la adopción de medidas tendentes a garantizar una mejor calidad comunicativa y ética de los servicios de radio y televisión para el ejercicio de los derechos ciudadanos de comunicación y la responsabilidad social de la radiodifusión peruana.

El CONCERTV ha sido creado de acuerdo a la Ley 28278 – Ley de Radio y Televisión el 16 de julio de 2004 e inició sus funciones el año 2005. Se encuentra adscrito al Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC).

#### **OBJETIVOS**

---

De acuerdo a las funciones señaladas en el artículo 58º de la Ley de Radio y Televisión, el CONCERTV ha orientado su labor en el cumplimiento de los siguientes objetivos:

- Fomentar en la ciudadanía una actitud reflexiva y crítica que contribuya con la mejora de la programación de la radio y televisión, la actuación responsable y legal de los radiodifusores y del Estado.
- Fomentar en los operadores de radio y televisión una actuación socialmente responsable y de acuerdo a Ley.
- Colaborar con el Estado para que cumpla y haga cumplir la Ley de Radio y Televisión.
- Consolidar al CONCERTV como una entidad autónoma y plural que promueve y contribuye con el desarrollo de la radio y TV.

## FUNCIONES

---

- Actuar como veedor en los concursos públicos para el otorgamiento de las autorizaciones, no emitiendo opinión en estos casos sobre el fondo de la cuestión.
- Establecer y administrar un sistema de otorgamiento anual de premios y reconocimientos a personas naturales o jurídicas que incentive la contribución al desarrollo y la cultura.
- Propiciar investigaciones académicas que promuevan el mejoramiento de la radiodifusión.
- Apoyar iniciativas con fines académicos destinadas a la preservación y archivo de los programas de producción nacional, transmitidos por los servicios de radiodifusión.
- Emitir opinión no vinculante dentro del procedimiento administrativo sancionador cuando los radiodifusores cometan las siguientes infracciones:
  - Incumplir injustificadamente la transmisión de los programas que hayan sido promocionados en la fecha, horario o con las características de contenido o duración anunciadas.
  - Incumplimiento de las normas relativas al horario familiar y de protección al menor.
  - Incumplimiento de las disposiciones del Código de Ética.
- Proponer al Ministerio la celebración de convenios nacionales e internacionales que permitan el desarrollo de la radiodifusión.
- Participar en las Audiencias Públicas que organice el Ministerio.
- Participar como observador en la elaboración del Plan Nacional de Asignación de Frecuencias.

De otro lado, el CONCORDTV recibió del Estado encargos específicos como apoyar el cumplimiento de las siguientes Políticas Públicas:

### **1. Política de Educación, Conciencia y Cultura sobre el Envejecimiento y Plan Nacional para las Personas Adultas Mayores.**

El CONCORDTV, a través del oficio N° 220-2007-MTC/03.01 de fecha 3 de julio de 2007, recibió el encargo de coordinar y participar en el Plan sobre el Envejecimiento y Plan Nacional de las personas Adultas Mayores en la siguiente medida:

“Promover una imagen positiva del envejecimiento y la vejez que garantice la inclusión social de las Personas Adultas Mayores con la participación de todos los actores sociales, instituciones públicas y privadas, medios de comunicación masiva”

Al respecto, se realizaron las actividades planificadas para el año 2016, contribuyendo al cumplimiento del Plan Nacional para las Personas Adultas Mayores y se continúa participando en la Comisión Multisectorial Permanente del PLANPAM 2013-2017:

- Se realizó el Evento Público “Adultos Mayores en los Medios de Comunicación” en la ciudad de Chiclayo. El evento tuvo como objetivo propiciar la reflexión sobre la responsabilidad social de los medios a favor de la promoción de la imagen positiva del envejecimiento, así como el fomento de una cultura de respeto hacia las Personas Adultas Mayores. Participaron 221 titulares y representantes de medios de comunicación de radio y televisión, comunicadores, periodistas, educadores, y estudiantes de los últimos ciclos de las carreras de Educación y Ciencias de la Comunicación. Se contó con la participación de la Dirección General de la Familia y de Personas Adultas Mayores del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables - MIMP.
- Se publicó y difundió el estudio “Estereotipos y Autopercepción de las Personas Adultas Mayores en la Televisión Nacional”, realizado por el investigador Luis Alarcón, Director de la escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Señor de Sipán de Chiclayo. El estudio fue presentado en el Evento Público sobre PAM en los medios de comunicación, realizado en Chiclayo.

### **2. Plan Nacional de Igualdad de Género 2012–2017**

Objetivo Estratégico 2: Fortalecer una cultura de respeto y valoración de las diferencias de género  
Resultado 2.3 Emisión de mensajes no sexistas mejoran el tratamiento informativo y la imagen de la diversidad de las mujeres en los medios de comunicación.

En el periodo 2016, se realizaron las siguientes actividades:

- Se realizaron dos talleres sobre “Género y Medios de Comunicación” en las ciudades de Iquitos y Puno. Los talleres contaron con la participación de 221 comunicadores, radiodifusores, y estudiantes de comunicación.
- Se elaboró un boletín especial, cuyo tema fue: “¿La televisión tiene cara de igualdad?”

### **3. Plan Nacional Contra la Violencia de Género 2016 - 2021**

Objetivo Estratégico 1: Cambiar patrones socioculturales que reproducen relaciones desiguales de poder y diferencias jerárquicas que legitiman y exacerbaban la violencia de género, que afecta desproporcionadamente a las mujeres en su diversidad (entre ellas las niñas, adolescentes, adultas y adultas mayores; mujeres indígenas, afrodescendientes y mestizas; mujeres urbanas y rurales; mujeres heterosexuales, lesbianas, bisexuales y trans; mujeres con discapacidad mujeres migrantes; mujeres viviendo con VIH, mujeres en prostitución y mujeres privadas de libertad) en la familia, sociedad e instituciones públicas y privadas. .

En el periodo 2016, se realizaron las siguientes actividades:

- Se realizaron dos talleres sobre “Violencia contra la Mujer y Medios de Comunicación” en Arequipa y Pucallpa. Los talleres contaron con la participación de 196 comunicadores, radiodifusores, y estudiantes de comunicación.
- Se elaboró un boletín especial, cuyo tema fue: “¿Qué nos dice la TV sobre la mujer?”

### **4. Proyecto Educativo Nacional al 2021: La Educación que queremos para el Perú**

Por Resolución Suprema Nº 001-2007--ED se aprobó el Proyecto Educativo Nacional al 2021 elaborado por el Consejo Nacional de Educación. En el objetivo estratégico 6 “Una sociedad que educa a sus ciudadanos y los compromete con su comunidad” señala como resultado 3 “Medios de Comunicación asumen con iniciativa su rol educador”.

Esta política busca desarrollar un conjunto de acciones de promoción dirigidas a asegurar que el Estado vele por el cumplimiento de la ley para que los medios de comunicación ejerzan a cabalidad su función educativa e informativa sobre la base de las regulaciones existentes.

- Se realizaron dos talleres sobre “Educomunicación” en las ciudades de Piura y Huánuco, con la finalidad de poner el tema de la Educomunicación en la agenda pública y ofrecer a la comunidad educativa un espacio de información y reflexión acerca de la relevancia de la radio y la televisión en el proceso educativo. Los talleres contaron con la participación de 174 directores y docentes de instituciones educativas (estatales y particulares), representantes del Ministerio de Educación (MINEDU), Unidades de Gestión Educativa, Direcciones Regionales de Educación, medios de comunicación, y representantes de la sociedad civil.

## **5. Plan Nacional de Prevención y Tratamiento del Adolescente en Conflicto Con La Ley Penal “Puedo”.**

Por Decreto Supremo Nro.014-2013-JUS se aprobó el Plan Nacional de Prevención y Tratamiento del Adolescente en Conflicto Con La Ley Penal “Puedo”. En el Objetivo, OE10: Fomentar el desarrollo y la aplicación de una cultura de justicia. La finalidad es difundir una cultura que consolide a la justicia como valor social en la vida cotidiana, a efectos de mejorar la convivencia. Esta iniciativa comprende un paradigma de resolución de conflictos distinto al modelo represivo, además de la promoción del respeto a las normas en cualquier ámbito de interacción.

En este modelo de justicia no solo se debe orientar las actuaciones y criterios de los operadores involucrados en la problemática de adolescentes en conflicto con la ley penal, sino también fomentar una cultura social en todos los ámbitos del desarrollo humano.

En relación al lineamiento estratégico de “Motivar el desarrollo y difusión de contenidos proactivos en los medios de comunicación” Iniciativa Estratégica “Incentivo de la difusión de contenidos proactivos en los medios de comunicación”, el MTC /CONCORTV realizaron las siguientes acciones:

- Se difundió información dirigida a comunicadores a nivel nacional sobre el respeto y la promoción de los derechos de los NNA. Asimismo, se compartieron posts e infografías sobre los principales resultados del Estudio “Consumo Televisivo y Radial en Niños, Niñas y Adolescentes”.

## **6. Política Nacional para la Transversalización del Enfoque Intercultural**

Por Decreto Supremo Nro.003-2015-MC se aprobó la Política Nacional para la Transversalización del Enfoque Intercultural, que precise en el EJE III sobre la Eliminación de la Discriminación Étnico-Racial. Además en el Lineamiento hace referencia a promover la formación de ciudadanos y ciudadanas interculturales. Este enunciado manifiesta en el punto 9: Promover la difusión y expresión equitativa de los valores, cosmovisiones y perspectivas de los diversos grupos culturales del país en los medios de comunicación.

En relación a esta política, el CONCORTV realizó las siguientes acciones:

- Un trabajo conjunto entre el Ministerio de Cultura y el CONCORTV permitió el lanzamiento del “Observatorio de Diversidad en Medios de Comunicación: Imágenes y Voces sin Etiqueta”. La iniciativa contribuirá a la generación de contenidos que promuevan el conocimiento y reconocimiento positivo de nuestra diversidad cultural.

## **7. Lineamientos de Política en Comunicación del Plan Nacional de Acción por la Infancia y la Adolescencia (PNAIA) 2012 - 2021**

Lineamiento 2. Existe una cultura de promoción de los derechos de la infancia y adolescencia en los medios de comunicación a nivel nacional. Su difusión se realiza de acuerdo a la diversidad cultural del país.

En el periodo 2016, se realizaron las siguientes actividades:

- Se realizaron dos talleres sobre “Niñez y Medios de Comunicación” en las ciudades de Trujillo y Tacna, con el objetivo de propiciar la reflexión sobre la responsabilidad de los medios de comunicación, en especial de la radio y televisión en la formación de los futuros ciudadanos y la necesidad que velen por el respeto de los derechos de niñas, niños y adolescentes (NNA). A través de estos eventos se brinda información sobre la situación de la niñez y adolescencia en relación a los medios de comunicación.
- Apoyo de CONCORTV en la realización del Concurso Nacional de Periodistas “Periodismo que llega sin violencia”, una iniciativa que planteaba un mejor tratamiento informativo acerca de las niñas, niños y adolescentes; apostando por un periodismo comprometido y responsable. El concurso fue organizado por el Fondo Italo Peruano y Calandria y contó con la colaboración del Consejo de la Prensa Peruana, la Sociedad Nacional de Radio y Televisión y la PUCP.

## ACCIONES REALIZADAS DURANTE EL 2016

En concordancia con la función de “Propiciar investigaciones académicas que promuevan el mejoramiento de la radio y televisión”, el CONCORTV viene trabajando en dos grandes áreas: 1) estudios cuantitativos y 2) estudios especializados.

Durante el 2016 se realizaron dos estudios cuantitativos: se elaboraron las “Estadísticas de la Radio y Televisión en el Perú” (realizado anualmente desde el 2010), y el “Estudio sobre Consumo Televisivo y Radial en Niños, Niñas y Adolescentes” (realizado desde el año 2007).

En cuanto a estudios especializados, se realizó el estudio “Monitoreo de la Cobertura Periodística de la Campaña Electoral 2016” y el estudio “Estereotipos y Autopercepción de las Personas Adultas Mayores en la TV con foco en Programas de Ficción”.

Los estudios han cumplido con el propósito de informar sobre la situación de la radio y televisión peruana, de conocer los hábitos y percepciones de las audiencias sobre el uso de medios de comunicación y sobre sus contenidos y finalmente -en pleno ejercicio de la libertad de información y opinión- recoger recomendaciones, críticas e información que contribuyan con la mejora del sector de comunicaciones y con el respeto y fortalecimiento de los derechos a la comunicación.

Asimismo, estas investigaciones son un importante insumo para la realización de conversatorios, eventos públicos, talleres y foros nacionales e internacionales donde se presenta la información y la reflexión sobre la misma, contando con la participación de la sociedad civil, los anunciantes, académicos, los titulares de radio y televisión, el Estado, y productores de radio y TV. Por otra parte, con los principales resultados de estos estudios se elaboran infografías por ciudades y boletines especiales que son distribuidos a nivel nacional e internacional. Los documentos pueden encontrarse en la página Web del CONCORTV ([www.concortv.gob.pe](http://www.concortv.gob.pe)).

### **ESTADÍSTICAS DE LA RADIO Y TELEVISIÓN EN EL PERÚ 2016**

Es un estudio realizado por el Área de Comunicaciones e Imagen del CONCORTV cuyo objetivo fue recopilar información proporcionada por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC) sobre los principales indicadores de las empresas de radio y televisión en el Perú: el número de estaciones, las empresas con mayor cobertura, el número de titulares, la finalidad (comercial, educativa, comunitaria), las empresas/entidades de radio y TV públicas/estatales, y la situación de sus códigos de ética.



## ESTACIONES DE RADIO Y TELEVISIÓN A NIVEL NACIONAL

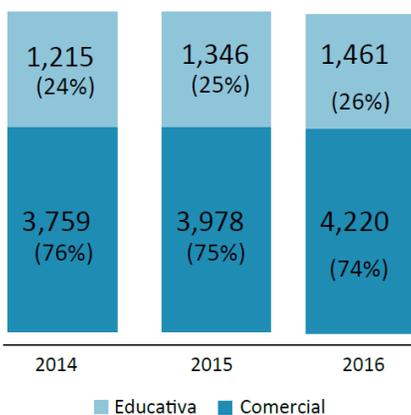


4,281 estaciones de radio

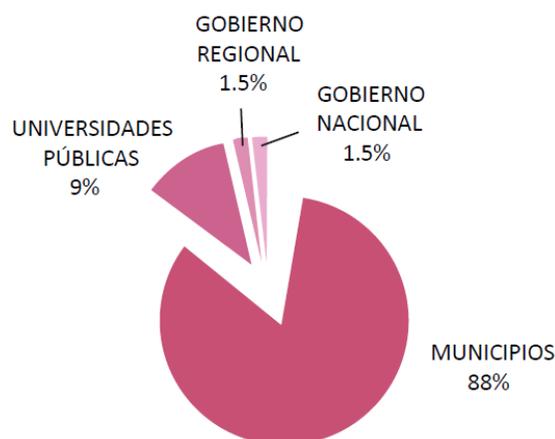
1,403 estaciones de TV

### ESTACIONES SEGÚN FINALIDAD

En el Perú existen solo tres estaciones con finalidad comunitaria (radio)



### TITULARES DE RADIO Y TV PÚBLICA-ESTATAL



## ESTUDIO CUANTITATIVO SOBRE CONSUMO TELEVISIVO Y RADIAL EN NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES 2016

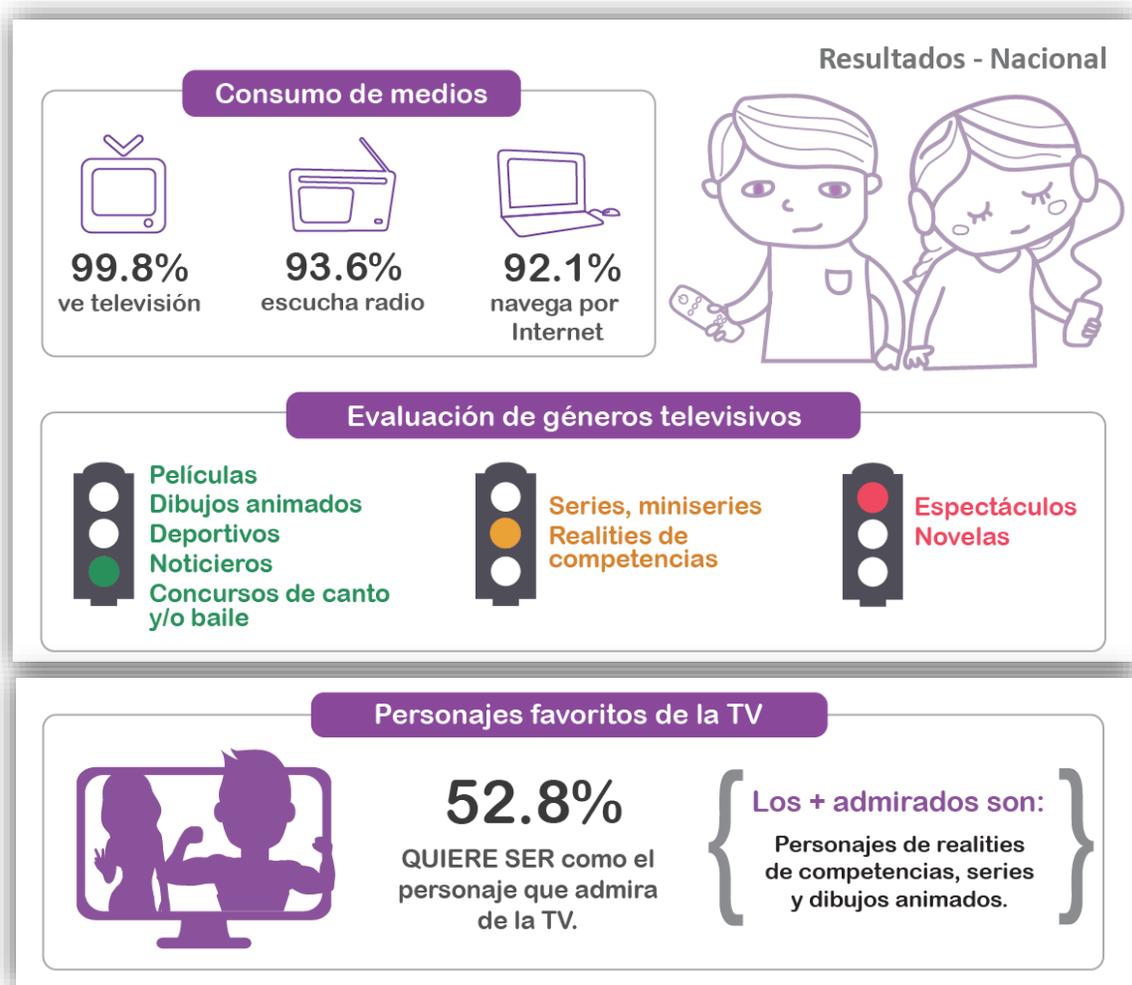
Encuesta realizada por la Asociación de Comunicadores Sociales Calandria - ganadora de la Adjudicación Simplificada N° 004-2016-MTC/32 - a pedido del CONCORDTV, cuyo objetivo fue conocer las actitudes, hábitos y opinión de los niños, niñas y adolescentes con respecto a la televisión y radio en el Perú. Los principales temas indagados fueron el uso y hábito de medios de comunicación, los programas más vistos por los niños, niñas y adolescentes, el control parental, el grado de satisfacción con los medios, la evaluación de los principales géneros televisivos y radiales, entre otros.



### Datos técnicos:

- Periodo de campo: Del 03 al 27 de julio de 2016.
- La cobertura del estudio fue de 18 ciudades del Perú: Lima y Callao, Arequipa, Ayacucho, Cajamarca, Chiclayo, Chimbote, Cusco, Huancayo, Huánuco, Huaraz, Ica, Iquitos, Piura, Pucallpa, Puno, Tacna, Trujillo y Tumbes.
- Universo: Niños y niñas de 7 a 11 años y adolescentes de 12 a 16 años, de los niveles socioeconómicos en proporción urbano y rural.
- Diseño muestral: 9.149 personas: 1.352 en Lima y Callao y aproximadamente 459 en cada una de las 17 ciudades restantes.

Además, se elaboraron y difundieron infografías a fin de presentar la información de cada ciudad, la cual fue distribuida entre los miembros de la Red Académica (conformada por 530 docentes de Periodismo, Publicidad, Comunicación Audiovisual, Derecho, y carreras afines, de Universidades a nivel nacional).



El Estudio fue presentado en un Evento Público dirigido a titulares de medios de comunicación, comunicadores, periodistas, universidades y la sociedad en general. La presentación estuvo a cargo de Marisol Castañeda, directora ejecutiva de Calandria, y se contó con los comentarios de María Gabriela Villalobos, directora de Save the Children para Perú y Ecuador; Alberto Priano, gerente de TV Norte; y Daniela Meza, representante del Consejo Consultivo de Niñas, Niños y Adolescentes (CCONNA) de Lima Metropolitana.



Los resultados del Estudio fueron publicados en diversos medios de comunicación nacionales y regionales:

	<b>MEDIO</b>	<b>TITULAR</b>	<b>ENLACE/PAG.</b>
1	<b>Gestión</b>	CONCORTV: Niños y adolescentes del Perú desapueban a los programas de Espectáculos	<a href="https://goo.gl/YggNOV">https://goo.gl/YggNOV</a>
2	<b>Gestión</b>	¿Cómo influye la publicidad en el consumo de niños, niñas y adolescentes?	<a href="https://goo.gl/4A5r8O">https://goo.gl/4A5r8O</a>
3	<b>Gestión (impresa)</b>	Marcas de ropa y alimentos atraen más a niños y adolescentes en TV	Pág. 08
4	<b>Perú 21</b>	El 52.8% de niños quieren ser como los personajes de realities y series de la TV peruana	<a href="https://goo.gl/xuts3N">https://goo.gl/xuts3N</a>
5	<b>Correo</b>	El 55% de niños ve televisión sin supervisión de un adulto	<a href="https://goo.gl/0jVQuL">https://goo.gl/0jVQuL</a>
6	<b>Capital</b>	Esto es Guerra: el 52% de niños peruanos quieren ser como un chico reality	<a href="https://goo.gl/avttrl">https://goo.gl/avttrl</a>
7	<b>Andina</b>	Más del 50 % de niños, niñas y adolescentes reveló que ve TV solo o con sus hermanos	<a href="https://goo.gl/Ct9hUI">https://goo.gl/Ct9hUI</a>
8	<b>La República</b>	Más de la mitad de los niños del Perú ven televisión solos o en compañía de sus hermanos	<a href="https://goo.gl/DF8djQ">https://goo.gl/DF8djQ</a>
9	<b>La República (impresa)</b>	Los realities de TV son los programas más vistos por los niños y adolescentes	Pág. 19
10	<b>Correo</b>	Más del 50% de niños peruanos quieren ser como un chico reality	<a href="https://goo.gl/mPBOJR">https://goo.gl/mPBOJR</a>
11	<b>Perú.com</b>	Esto es Guerra y Combate: el 52% de niños peruanos quiere ser como un chico reality	<a href="https://goo.gl/9P1LaI">https://goo.gl/9P1LaI</a>
12	<b>TV Perú</b>	Niños y adolescentes perciben lenguaje inadecuado en shows televisivos de competencia	<a href="https://goo.gl/UR1rrm">https://goo.gl/UR1rrm</a>
13	<b>Gestión</b>	TV peruana: ¿Qué ven y a quiénes admiran los niños y los adolescentes?	<a href="https://goo.gl/2zbLsg">https://goo.gl/2zbLsg</a>
14	<b>Terra</b>	Un 52% de niños quiere ser como estrellas de realities	<a href="https://goo.gl/a3ZzZc">https://goo.gl/a3ZzZc</a>
15	<b>Altavoz</b>	52.8% de los niños espera ser como su personaje favorito de la TV, señala sondeo	<a href="https://goo.gl/RUkzq3">https://goo.gl/RUkzq3</a>

16	<b>RPP Noticias (digital)</b>	El 52,8% de niños quiere ser como los 'chicos reality'	<a href="https://goo.gl/Fe3G10">https://goo.gl/Fe3G10</a>
17	<b>La República (digital)</b>	Los 'realities' de TV son los programas más vistos por los niños y adolescentes	<a href="https://goo.gl/FzTFc4">https://goo.gl/FzTFc4</a>
18	<b>El Comercio</b>	El 52,8% de niños aspira a ser como los 'chicos reality'	<a href="https://goo.gl/NncfHL">https://goo.gl/NncfHL</a>
19	<b>El Trome</b>	'Esto es Guerra' y 'Combate': 52% de niños peruanos quieren ser como un chico reality	<a href="https://goo.gl/t6YiU6">https://goo.gl/t6YiU6</a>
20	<b>Diario Ojo</b>	Combate y EEG: Más del 50% de niños quieren ser como los chicos reality	<a href="https://goo.gl/0POk9k">https://goo.gl/0POk9k</a>
21	<b>La Radio del Domingo</b>	El 52% de niños peruanos quieren ser como un chico reality	<a href="https://goo.gl/lmz7pW">https://goo.gl/lmz7pW</a>
22	<b>Diario Católico</b>	'Esto es Guerra' y 'Combate': 52% de niños peruanos quieren ser como un chico reality	<a href="https://goo.gl/eGFTxM">https://goo.gl/eGFTxM</a>
23	<b>IMA</b>	TV y su rol formador: 52% de niños peruanos quieren ser como un chico reality	<a href="https://goo.gl/fqQvNu">https://goo.gl/fqQvNu</a>
24	<b>Pro y Contra</b>	Más del 50 % de niños, niñas y adolescentes reveló que ve TV solo o con sus hermanos	<a href="https://goo.gl/6yS6Ve">https://goo.gl/6yS6Ve</a>
25	<b>Hola a Todos - ATV</b>	¿Por qué niños y adolescentes quieren ser 'chicos reality'?	<a href="https://goo.gl/L5JGA5">https://goo.gl/L5JGA5</a>
26	<b>Onda Azul - Puno</b>	Bertha Huallpa “Los niños necesitan de su identidad cultural para desarrollar su proyecto de vida”	<a href="https://goo.gl/rtViB3">https://goo.gl/rtViB3</a>

## ESTUDIOS CUALITATIVOS

### 1. MONITOREO DE LA COBERTURA PERIODÍSTICA DE LA CAMPAÑA ELECTORAL 2016.

El estudio realizado por el docente y consultor en comunicaciones, Jorge Acevedo, consiste en un monitoreo de la cobertura periodística de canales de televisión y emisoras de radio de alcance nacional, privadas y estatales, desarrollado en el marco del proceso electoral 2016. Se analizaron un total de 2,654 segmentos informativos: 1,846 correspondientes a la primera vuelta y 808, a la segunda vuelta.

La investigación tuvo como propósito describir y analizar las principales características de la cobertura periodística realizada en el marco del proceso electoral: los formatos y recursos narrativos predominantes; la pluralidad de fuentes de información y opinión; los niveles de presencia y caracterización de candidatos y candidatas, tanto en primera como en segunda vuelta; los temas de agenda destacados por los medios; así como los *frames* o marcos de interpretación predominantes en la información sobre las actividades de campaña, los planes de gobierno, los candidatos y candidatas, sus perfiles personales y políticos. Se analizaron programas periodísticos de América Televisión, ATV, Latina, Panamericana Televisión, TV Perú y TV Perú 7.3, RPP, Exitosa, Capital y Radio Nacional.



#### Algunos resultados:

##### 1. Características generales de la información electoral:

- Predominio de la nota breve y la noticia estándar en el tratamiento informativo del proceso electoral, en menor medida se utiliza la entrevista individual y colectiva.
- El tiempo de la gran mayoría de las informaciones analizadas es de 3 minutos a menos, se utiliza un número limitado de ayudas audiovisuales y no se emplea de manera significativa las redes sociales de internet para promover la participación de las audiencias.
- Más de la mitad de las informaciones se generan en Lima y Callao, y la gran mayoría de segmentos periodísticos se elabora en base a una sola fuente de información y opinión.

##### 2. Temas de agenda

- Durante la primera vuelta los temas predominantes en la agenda periodística han tenido que ver con el rol de los organismos electorales, especialmente el Jurado Nacional de Elecciones, debido a los procesos de exclusión de los candidatos Julio Guzmán y César Acuña. Han tenido presencia también las actividades de campaña y las declaraciones de los candidatos.
- En la segunda vuelta cobraron relevancia los temas de corrupción, inseguridad ciudadana, drogas y narcotráfico.

### 3. Presencia y caracterización de los y las candidatas

- Los medios de comunicación, estatales y privados han brindado una cobertura equitativa a los candidatos y candidatas con mayores preferencias en las encuestas de intención de voto durante la primera vuelta. La caracterización positiva y negativa de los candidatos no ha tenido un carácter acentuado en el proceso electoral 2016 a diferencia de los dos anteriores procesos (2006 y 2011) en los que participó un candidato considerado antisistema.
- En la segunda vuelta, tanto Keiko Fujimori como Pedro Pablo Kuczynski tuvieron un tratamiento equitativo como actores protagónicos de la información. Cabe señalar que los medios estatales lograron un importante nivel de equilibrio en la cobertura a los candidatos.

## 2. ESTEREOTIPOS Y AUTOPERCEPCIÓN DE LAS PERSONAS ADULTAS MAYORES EN LA TV, CON FOCO EN PROGRAMAS DE FICCIÓN

Este estudio fue realizado por el periodista e investigador Luis Alarcón Llontop, con el objetivo de analizar los estereotipos y la autopercepción de las personas adultas mayores a partir de los programas de ficción en la televisión nacional peruana.

Los objetivos específicos de la investigación fueron los siguientes:

- Contextualizar histórica, semántica, sociológica y conceptualmente la figura de las personas adultas mayores como parte de los imaginarios colectivos peruanos y su relación con constructos sociales empoderados en el país, sobre todo a partir de medios de comunicación.
- Identificar estereotipos asociados a las personas adultas mayores en programas de ficción televisiva según categorías, indicadores, índices e ítems específicos de análisis, usando herramientas de análisis cualitativo.
- Sondar la percepción, opinión, expectativas y demandas de una muestra de personas adultas mayores sobre la representación que se hace de ellos en programas de ficción televisiva nacional.
- Integrar los aspectos del estudio sistematizados en un informe final y exponerlo públicamente para activar la discusión de sus hallazgos en distintos planos de la sociedad civil organizada.

Ámbito de la investigación: 26 piezas televisivas peruanas de ficción sobre veinte y 26 personajes de Personas Adultas Mayores (PAM).



## **Algunos resultados:**

### Análisis cualitativo de contenidos:

- Se distingue la presencia de tres niveles de edad en los personajes PAM: temprana, media y avanzada. Las PAM más representativas de las series analizadas pertenecen al nivel temprano.
- Las PAM de edad temprana presentan un aspecto saludable estable y los PAM de edad media presentan algunos síntomas de enfermedades leves. En contraste, los de edad más avanzada presentan dolencias de mayor severidad.
- En cuanto al cuidado y aseo, la mayoría de los personajes muestra un cuidado adecuado de su apariencia y vestir.
- En general, las PAM, hombres y mujeres de edad temprana y media, y nivel socioeconómico alto y medio, presentan una apariencia física atractiva. En contraste, se ve una intención por despojar de rasgos atractivos a las PAM de edad avanzada para acentuar el estereotipo.
- El nivel cultural que muestran los personajes analizados son relativos al nivel socio económico, es decir a mayor nivel socioeconómico mayor es la instrucción de los PAM.
- En cuanto a la racionalidad, las PAM de la ficción televisiva nacional son muy hábiles.
- En el aspecto moral, las PAM presentan valores y antivalores de extremo a extremo, desde personajes muy bondadosos y sencillos, hasta adultos mayores dominantes y viles.

### Estudio de percepción y opinión:

Ámbito de investigación: 06 grupos focales aplicados a 52 PAM de Centros Integrales de Adultos Mayores (CIAM) de Chiclayo, Piura y Trujillo.

- Las PAM opinan que su imagen en la ficción televisiva nacional a nivel de fisonomía física es adecuada. En el ámbito intelectual identifican discriminación hacia las PAM de escasos recursos, al mostrarlos como personas poco instruidas.
- Entre los aspectos que esperan se destaquen de las PAM, señalan: alegres, inteligentes, unidos, con esperanza en la vida, profesionales, que pueden superar conflictos, que son valorados y que disfrutan del entorno familiar.
- Las PAM consideran que el Estado, ciudadanía y organizaciones de la sociedad civil no se preocupan por su imagen en los medios; piensan que se deben proponer y promover programas que los representen de la forma más digna.

## AUDIENCIAS PÚBLICAS DESCENTRALIZADAS

El Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC), cumpliendo con lo dispuesto en el artículo 7º de la Ley de Radio y Televisión, realizó cuatro Audiencias Públicas Descentralizadas durante el 2016.

Las audiencias tienen como propósito informar sobre las normas y actividades relacionadas con la radio y televisión, pero sobre todo recoger las consultas, sugerencias y propuestas de los radiodifusores, autoridades, comunicadores y población en general para mejorar las actividades de radio y televisión.



El CONCERTV participó en las Audiencias Públicas realizadas en las ciudades de Huaraz, Arequipa, Trujillo y Tarapoto, presentando la situación de los Códigos de Ética y datos relevantes de los Estudios del CONCERTV.

Cabe mencionar que las Audiencias Públicas, en el tiempo, han significado un gran servicio del Ministerio de Transportes y Comunicaciones a favor de la información y absolución de consultas de los titulares de la radio y televisión a nivel nacional.

## RECONOCIMIENTO PÚBLICO

---

En el 2016 se premió a dos adultos mayores comunicadores por su gran contribución al desarrollo integral y cultural del país mediante su trabajo en la radiodifusión peruana, durante la realización del evento público “Adultos Mayores en los Medios de Comunicación, realizado en Chiclayo.



Durante la ceremonia, se destacó la trayectoria de Jesús Piscoya Fernández, quien tiene una larga experiencia en el mundo del periodismo radial y que ha sido corresponsal del Instituto Prensa y Sociedad (IPYS).

Por otro lado, también se reconoció el trabajo de Larcery Díaz Suárez, un periodista con amplia experiencia en radio, televisión y prensa, quien a lo largo de su carrera ha recibido nueve premios de periodismo y actualmente comparte su aprendizaje con estudiantes de la Universidad Señor de Sipán y la Universidad César Vallejo.

Estos reconocimientos fueron realizados en el marco de lo señalado en el Artículo 58° de la Ley N° 28278 - Ley de Radio y Televisión, donde se señala como una de las funciones del CONCERTV: “Establecer un sistema de otorgamiento anual de premios y reconocimientos a personas u organizaciones que contribuyan al desarrollo integral y cultural del país mediante su trabajo en la radio y/o televisión.

## EVENTOS PÚBLICOS

---

El CONCERTV ha realizado en forma sostenida eventos públicos descentralizados y acciones de comunicación que buscan informar sobre los alcances de las normas de radio y televisión, la autorregulación de los medios de comunicación, la implementación de la televisión digital terrestre en el Perú, entre otros temas.

### **DIAGNÓSTICO DEL CUMPLIMIENTO DE LA LEY DE RADIO Y TELEVISIÓN**

Teniendo en cuenta el rol primordial de la radiodifusión en el Perú, durante el 2016 se realizó en las ciudades de Piura, Huaraz, Cusco y Chiclayo el evento público “Diagnóstico del Cumplimiento de la Ley de Radio y Televisión”. Se contó con la participación de 425 titulares de radio y televisión, comunicadores, periodistas, autoridades universitarias y representantes de la sociedad civil de las regiones visitadas; de quienes se recogieron propuestas y recomendaciones para el mejoramiento de la radio y televisión en el Perú.



## CAPACITACIÓN A ESTUDIANTES

Durante el 2016 nos visitaron docentes y alumnos de la Escuela de Comunicaciones de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo (USAT) de Chiclayo, y de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura; con quienes compartimos charlas sobre el tema: “Responsabilidad Social de los Medios de Comunicación”.



## **EVENTOS INTERNACIONALES**

Cabe destacar la participación del CONCORTV en eventos internacionales organizados por la PRAI, UNESCO, Banco Mundial, el Consejo Nacional de Televisión de Chile, y la Autoridad Nacional de Televisión de Colombia:

### **FORO INTERNACIONAL DE MEDIOS PÚBLICOS EN AMÉRICA LATINA**

Del 09 al 10 de junio de 2016 se realizó, en Santiago de Chile, el VII Foro Internacional de Medios Públicos en América Latina, evento organizado por el Banco Mundial y el Consejo Nacional de Televisión de Chile (CNTV).

El tema central del Foro fue “Los medios públicos y sus públicos: desafíos de la convergencia y el desarrollo” y abordó distintos aspectos sobre los medios públicos y su adaptación a un mundo cambiante en materia de tecnología y consumo de medios.

Durante el evento se desarrollaron una serie de conferencias, mesas de debate y espacios de coordinación en el que participaron directores de medios públicos, expertos y autoridades desde una diversidad de perspectivas y experiencias de numerosos países americanos.

El CONCORTV participó, en calidad de panelista, de la mesa: "Contenidos audiovisuales para público infantil y convergencia".

### **CONGRESO INTERNACIONAL DE REGULADORES DEL SECTOR AUDIOVISUAL DE IBEROAMÉRICA – PRAI**

Del 05 al 07 de octubre de 2016 se realizó, en Santiago de Chile, el VII Congreso Internacional de la Plataforma de Reguladores del Sector Audiovisual de Iberoamérica – PRAI, el cual reunió a entidades reguladoras y consultivas del sector audiovisual de Brasil, Chile, Colombia, España, México, Perú y Uruguay.

El objetivo del evento fue generar un espacio de diálogo e intercambio de experiencias y propuestas que permitan a los medios cumplir con sus roles y responsabilidades para impulsar el desarrollo y fortalecer el debate democrático.

El encuentro fue organizado por el Consejo Nacional de Televisión de Chile – CNTV, y tuvo como principales temas: Los desafíos de la convergencia y regulación del audiovisual; Pluralismo, Derechos y marcos regulatorios; Estándares internacionales y desafíos de la región.

### **ENCUENTRO INTERNACIONAL DE OBSERVATORIOS DE MEDIOS**

Del 17 al 18 de noviembre de 2016 se realizó, en Bogotá (Colombia), el Primer Encuentro Internacional de Observatorio de Medios, el cual reunió a expertos en temas de legislación y observatorios en medios de comunicación de Perú, México y Colombia.

El evento fue organizado por la Universidad Nacional de Colombia, el Instituto de Estudios en Comunicación y Cultura y la Autoridad Nacional de Televisión (ANTV); y tuvo como objetivo el intercambio de ideas y experiencias sobre el funcionamiento de los observatorios de medios en Colombia y América Latina, y el análisis de los principales desafíos de los Observatorios de Medios.

Los temas tratados durante el evento fueron: ¿qué se ve en la TV colombiana?, ¿cómo funcionan los observatorios de medios en Colombia y América Latina? y ¿cuáles son sus desafíos?

El CONCORTV participó, en calidad de panelista, de la mesa: “Funciones y desafíos de los observatorios de medios en América Latina”.

### CANALES ON-LINE: PÁGINA WEB, BOLETINES ELECTRÓNICOS Y REDES SOCIALES

El CONCORTV ha mantenido como sus principales canales de comunicación: la Página Web, el Boletín Electrónico y Redes Sociales.

#### Página Web

En la página Web se difunden las principales noticias relacionadas a los medios de comunicación radiales y televisivos, estudios, eventos, normas legales y toda la información referente a las actividades del CONCORTV. Durante el 2016, se publicaron y difundieron 92 notas.

En este año se realizó el rediseño de la Web con la finalidad de desarrollar un nuevo concepto comunicacional, alineándolo con las actuales necesidades de la institución y lo que sus diversas audiencias demandan, logrando mejorar la comunicación e incrementando la exposición del portal Web en Internet. El nuevo diseño y estructura de la Web prioriza la limpieza y unidad de la plataforma, asimismo es *responsive*, es decir, la página está adaptada para su adecuada visualización en dispositivos móviles.

Durante este periodo, la página web recibió 62.916 usuarios con 150.276 visitas de páginas. El porcentaje de nuevos usuarios es de 77.4% y el de usuarios recurrentes, 22.6%.

Métricas de Google Analytics:
Usuarios: 62,916
Nuevos usuarios: 62.492 (77.4%)
Usuarios recurrentes: 18.236 (22.6%)
Número de visitas a páginas: 150,276

#### Boletines electrónicos

Al término del 2016, el boletín electrónico cuenta con 11.320 suscriptores. Durante este periodo se enviaron 6 boletines electrónicos, los cuales abordaron los siguientes temas:

- Lo que se hizo: Memoria Anual 2015.
- ¿Qué nos dice la TV sobre la mujer?
- Discriminación y medios de comunicación.
- Estadísticas de la radio y TV 2016.
- ¿La televisión tiene cara de igualdad?
- Consumo televisivo y radial en Niños, Niñas y Adolescentes.

## **Redes sociales**

Las redes sociales son utilizadas para difundir los contenidos de la Web: noticias, entrevistas, boletines, convocatorias para eventos, nuevos estudios, etc., y así generar tráfico en nuestro portal. La cuenta de Twitter cuenta con más de 2.160 seguidores y la cuenta de Facebook con más de 7.000 seguidores.

A través de estos canales se compartieron más de 180 publicaciones y 08 contenidos audiovisuales (03 transmisiones en vivo/resumen de evento, 04 temáticos y 01 tutorial), cuyas temáticas fueron: “Consumo Televisivo y Radial en Niños, Niñas y Adolescentes 2016”, “¿Qué opinan los adultos mayores de la TV?”, “Aniversario de la Convención sobre los Derechos del Niño”, “Día Mundial de la Televisión”, “Cómo quejarse por contenidos inadecuados en la radio y TV”, y “Saludo institucional por Fiestas”. Estos videos obtuvieron un total de 4.233 reproducciones (entre enero y diciembre de 2016).

## **Atención al usuario**

Se recibieron y contestaron 165 comunicaciones del público a través de la línea telefónica, correo electrónico y Facebook. Los principales temas fueron:

- Cómo quejarse por contenidos inadecuados en la radio y televisión.
- Requisitos para el otorgamiento de autorizaciones para prestar servicios de radiodifusión.
- Cobertura de la Televisión Digital Terrestre (TDT) en diversos puntos del Perú.
- Plan Maestro para la implementación de la TDT en el Perú.
- Datos estadísticos respecto a estaciones de radio y televisión comercial, educativa y comunitaria a nivel nacional.
- Concursos Públicos para el otorgamiento de nuevas autorizaciones de radiodifusión sonora y televisiva.
- Radios comunitarias en el Perú.
- Cumplimiento del Horario Familiar.
- Legislación en radio y televisión.
- Consultas sobre encuestas y estudios especializados realizados por el CONCORTV.
- Consultas sobre eventos y talleres descentralizados realizados por el CONCORTV.
- Comentarios diversos y felicitaciones en relación a los boletines electrónicos difundidos durante el 2016.
- Estudios y encuestas del CONCORTV sobre niñez y medios de comunicación.

## **ENTREVISTAS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN:**

En el marco de los eventos locales y descentralizados realizados por el CONCORTV, se brindaron entrevistas a diversos medios radiales, televisivos y escritos:

### **Arequipa:**

Panamericana TV, Mollendo TV, Quatro TV, Canal 39, Bethel TV, Canal 57, Radio Alegría, Radio Mil, Radio Mirador del Sur, RPP Noticias, Radio Star, Radio Yaraví, Radio San Martín, Diario Sin Fronteras, Diario El Pueblo, Diario Correo, Revista Imágenes.

### **Ayacucho:**

Canal 11, Canal 47, Canal 55, Bethel TV, Radio El Pueblo, Radio Quispillacta, Radio Uno, Diario Correo, Diario El Tiempo.

### **Chiclayo:**

Panamericana TV, Oasis TV (Canal 59), Digital TV (Canal 57), UCV Satelital, Sol TV, TV Norte, RPP Noticias, Radio Digital, Radio San Juan, Diario El Ciclón, Diario El Informante, Diario La Industria, Diario El Regional.

### **Cusco:**

Sol TV, Bethel TV, CNI Noticias, RTV Canal 45, Canal 41, Radio Bethel, Radio Wayra, Radio Inti Raymi TEVESUR, Radio Studio 1060 AM, Radio Arco Iris, Radio Lider, Radio Qosqowayra, RN LA Radio, Radio La Salle, Diario La Hora Once, Diario El Planeta.

### **Huánuco:**

Real TV, Canal 35 TV, Canal 25, Panamericana TV, Canal 23, TV Perú, Zoom TV, Radio Polémica, Radio León, Diario Página 3, Diario Regional, Diario Ahora, Diario La Hora, Diario Lampazos.

### **Huaraz:**

Panamericana TV, Canal 13, Ancash Noticias TV, Radio Progreso, Radio Exitosa, Radio Net UNASAM, Radio Chévere, Radio Melodía, Radio Superior Yungay, Radio Alpamayo, Radio Estudio 97 FM, Revista El Inca, Diario La Hora, Diario Prensa Huaraz, Diario Visión Informativa, Diario Prensa Regional.

### **Iquitos:**

TV Perú, Canal 02, Amazon Channel (Canal 27), Canal 43, Bethel TV, UCV Satelital, Radio La Ribereña, Radio Alegría, Radio Ucamara, Diario La Región, Diario Sin Fronteras, Diario Correo, Revista, Diario Pro y Contra.

**Piura:**

TV Norte, Panamericana TV, TV Piura online, América TV, Sol TV, UCV Satelital, Bethel TV, Radio Cutivalú, RPP Noticias, Radio Exitosa, Radio Nova, Radio Capital, Diario El Tiempo, Diario La Hora, Diario La República, Diario Correo.

**Pucallpa:**

Canal 47, Canal 21, Real TV, Panamericana TV, Global TV, RPP, Radio del Progreso, Radio Polémica, Radio León, Diario Regional, Diario Ahora, Gaceta Ucayalina, Diario “Al Día”, Diario “Pucallpa”.

**Puno:**

TV UNA, Foro TV, Canal 33, Andina TV, Antena Uno TV, Bethel TV, Radio Continental, RPP Noticias, Radio Pachamama, Radio La Voz del Altiplano, Radio Onda Azul, Radio Alegría, Diario Correo.

**Tacna:**

Canal 31, TV Sur, Canal 41, ATV Sur – Canal 19, Canal 15, TV Max – Canal 53, Radio RPP, UPT Radio, Radio del Sur, Radio Tacna, Radio Uno, Diario Sin Fronteras, Diario Correo.

**Trujillo:**

América TV, Canal 41, Sol TV, TV Norte, UCV Satelital, Cable Visión TV, Bethel TV, Radio RPP, Radio Stereo, Radio La Grande, Chavín Radio, Diario Exitosa, Diario Correo, Diario La Industria, Diario El Pueblo.

## OBSERVATORIO DE DIVERSIDAD EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN: IMÁGENES Y VOCES SIN ETIQUETA

---

El Ministerio de Cultura y el CONCORTV realizaron, el 15 de diciembre de 2016, la presentación del “Observatorio de Diversidad en Medios de Comunicación: Imágenes y Voces sin Etiqueta”, con la finalidad de contribuir a la generación de contenidos que promuevan el conocimiento y reconocimiento positivo de nuestra diversidad cultural, así como evitar la difusión de estereotipos y prejuicios racistas en la radio y televisión.

El evento fue inaugurado por Alfredo Luna, Viceministro de Interculturalidad del Ministerio de Cultura, y se contó con la participación de Hugo Coya, Presidente Ejecutivo del Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú – IRTP; Carlos Valdez, Viceministro de Comunicaciones del Ministerio de Transportes y Comunicaciones – MTC; Hugo Aguirre, miembro del directorio del IRTP; Wilfredo Ardito, docente de la PUCP; Guillermo Nugent, director del Lugar de la Memoria, la Tolerancia y la Inclusión Social; Miriam Larco, secretaria técnica del CONCORTV, entre otros.



El evento fue clausurado por Salvador del Solar, Ministro de Cultura, quien hizo un llamado a comunicadores, productores, guionistas y demás personas vinculadas a las comunicaciones, a “promover la valoración de la diversidad cultural de nuestro país a través de los medios de comunicación”.

## ALIANZAS Y COMUNICACIÓN INTER-INSTITUCIONAL

---

El CONCORTV, a fin de garantizar el cumplimiento de sus objetivos, promueve la cooperación entre la sociedad civil y el Estado, generando procesos participativos de formulación, seguimiento y evaluación de las políticas de mediano y largo plazo con vigilancia ciudadana, para ello organiza, en forma descentralizada, reuniones de diálogos, consultas, estudios e investigaciones, eventos y actividades de difusión, y recoge propuestas y acuerdos.

Es por ello que en el transcurso del año 2016, el CONCORTV ha coordinado diversas actividades de difusión, capacitación, investigación y debate, con importantes instituciones públicas y privadas. Entre ellas se encuentran: la Pontificia Universidad Católica del Perú, Universidad de Lima, Universidad Antonio Ruiz de Montoya, Universidad Privada del Norte, Universidad de Piura, Universidad Nacional de Piura, Universidad Señor de Sipán, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Universidad Nacional San Agustín de Arequipa, Consejo Nacional de Educación, Fundación para el Nuevo Periodismo Iberoamericano, ANDI Brasil, Consejo Nacional de Televisión de Chile, Autoridad Nacional de Televisión de Colombia, Consejo Audiovisual de Cataluña de España, Coordinadora Nacional de Radio, Asociación de Empresarios por la Educación, Asociación de Comunicadores Sociales Calandria, TV Perú, Asociación Nacional de Anunciantes, UNESCO, Organización de los Estados Americanos, Alianza de Civilizaciones de las Naciones Unidas, Cooperación Alemana, Save the Children en Perú, Acción por los Niños, MIMP, MINJUS, MINEDU, MINCUL.

Asimismo, se ha trabajado con alumnos y docentes de las facultades de Comunicación, Educación y Derecho de diversas universidades a nivel nacional con la finalidad de difundir los alcances de la Ley de Radio y Televisión, y la autorregulación de la radiodifusión. Se cuenta con una Red Académica integrada por 530 docentes de Periodismo, Publicidad, Comunicación Audiovisual, Derecho, y carreras afines, de 53 universidades e institutos a nivel nacional.

### **PLATAFORMA DE REGULADORES DEL SECTOR AUDIOVISUAL DE IBEROAMÉRICA**

La Plataforma de Reguladores del Sector Audiovisual de Iberoamérica (PRAI) es una iniciativa que tiene por objetivo construir un foro de debate y cooperación, de intercambio permanente de información e investigación sobre materias relacionadas con la regulación audiovisual, especialmente en el escenario digital. La entidad que lo preside hasta el 2018 es el Consejo Nacional de Televisión de Chile.

Los organismos que integran esta plataforma son:

- Agencia Nacional de Cine y Televisión (Brasil)
- Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (Argentina)
- Autoridad Nacional de Televisión (Colombia)
- Consejo Audiovisual de Andalucía (España)

- Consejo del Audiovisual de Cataluña (España)
- Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (España)
- Consejo Consultivo de Radio y Televisión (Perú)
- Consejo Nacional de Televisión (Chile)
- Entidade Reguladora para a Comunicação Social (Portugal)
- Instituto Federal de Telecomunicaciones (México)
- Instituto del Niño y Adolescente del Uruguay (Uruguay)

Los miembros observadores son:

- Autoridad de la Comunicación Audiovisual (Marruecos)
- Sistema Nacional de Radio y Televisión (Costa Rica)
- Superintendencia de Telecomunicaciones (Costa Rica)

**Compromisos adquiridos en el Plan Estratégico 2017 –2018:**

1. Organización de eventos académicos propios de la PRAI
2. Incorporación de nuevos miembros plenos y Observadores
3. Alianzas y convenios con organismos y entidades internacionales
4. Incorporación de medios y canales de comunicación
5. Encuentros internacionales y procesos de intercambio con otras redes de reguladores
6. Redacción, edición y publicación de contenidos académicos
7. Participación en eventos especializados del sector en Iberoamérica
8. Organización administrativa, legal y logística de la PRAI
9. Diseño e implementación de procesos y proyectos especiales

## RED ACADÉMICA

---

La Red Académica del CONCORTV, un espacio informativo y de debate dirigido a los docentes de los cursos de ética y comunicaciones de todas las universidades e institutos de nuestro país, cuenta con 530 docentes de Periodismo, Publicidad, Comunicación Audiovisual, Derecho, y carreras afines, de 53 universidades e institutos a nivel nacional.

	CIUDAD	INSTITUCIÓN
1	ÁNCASH	Universidad Nacional del Santa
2	ÁNCASH	Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo
3	ÁNCASH	Universidad Privada San Pedro
4	AREQUIPA	Universidad Católica de Santa María
5	AREQUIPA	Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa - UNAS
6	AYACUCHO	Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga
7	CAJAMARCA	Universidad Privada del Norte
8	CERRO DE PASCO	Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión
9	CUSCO	Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco
10	JUNÍN	Universidad Nacional del Centro del Perú
11	HUÁNUCO	Universidad Nacional Hermilio Valdizán
12	ICA	Universidad Nacional San Luis Gonzaga de Ica
13	LA LIBERTAD	Universidad Nacional de Trujillo
14	LA LIBERTAD	Universidad Privada Antenor Orrego - UPAO
15	LA LIBERTAD	Universidad César Vallejo
16	LA LIBERTAD	Universidad Privada del Norte
17	LAMBAYEQUE	Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo
18	LAMBAYEQUE	Universidad de Chiclayo
19	LAMBAYEQUE	Universidad de San Martín de Porres
20	LAMBAYEQUE	Universidad Señor de Sipán
21	LIMA	Pontificia Universidad Católica del Perú - PUCP

22	LIMA	Universidad Alas Peruanas
23	LIMA	Universidad Antonio Ruiz de Montoya
24	LIMA	Universidad Científica del Sur
25	LIMA	Universidad de Ciencias y Artes de América Latina
26	LIMA	Universidad de Lima
27	LIMA	Universidad de San Martín de Porres
28	LIMA	Universidad de Piura
29	LIMA	Universidad Privada del Norte
30	LIMA	Universidad del Pacífico
31	LIMA	Universidad Femenina del Sagrado Corazón - UNIFE
32	LIMA	Universidad Inca Garcilaso de la Vega
33	LIMA	Universidad Jaime Bausate y Meza
34	LIMA	Universidad José Faustino Sánchez Carrión
35	LIMA	Universidad Nacional Federico Villarreal
36	LIMA	Universidad Nacional Mayor de San Marcos
37	LIMA	Universidad Peruana de Las Américas
38	LIMA	Universidad Peruana Simón Bolívar
39	LIMA	Universidad Peruana Unión
40	LIMA	Universidad Privada San Juan Bautista
41	LIMA	Instituto de Comunicación Integral - Universidad Ricardo Palma
42	LIMA	Universidad San Ignacio de Loyola - USIL
43	LIMA	Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas -UPC
44	LIMA	Universidad Tecnológica del Perú
45	LIMA	Instituto Charles Chaplin
46	LIMA	ISIL
47	LIMA	Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado TOULOUSE LAUTREC

<b>48</b>	PIURA	Universidad de Piura
<b>49</b>	PUNO	Universidad Nacional del Altiplano Puno
<b>50</b>	PUNO	Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann
<b>51</b>	TACNA	Universidad Privada de Tacna
<b>52</b>	SAN MARTÍN	Universidad César Vallejo
<b>53</b>	TUMBES	Universidad Nacional de Tumbes

**PARTICIPACIÓN DE CONCERTV EN EVENTOS – AÑO 2016**

FECHA	LUGAR	EVENTO
<b>17.02.16</b>	Swissotel - Lima	I Concurso Nacional de Periodistas “Periodismo que llega sin violencia”.
<b>19.02.16</b>	Ciudad de Huaraz	Primera Audiencia Pública Descentralizada de Servicios de Radiodifusión 2016. Exposición: “Códigos de Ética de los Radiodifusores”.
<b>25.02.16</b>	Congreso de la República - Lima	Presentación de la publicación “Mis Derechos en el Medio”, Guía a favor de los derechos de los Niños, Niñas y Adolescentes en los medios de comunicación.
<b>18.03.16</b>	Hotel Country Club - Lima	Acto Público Único del Concurso Público N° 01-2015-MTC/28 para el otorgamiento de nuevas autorizaciones para la prestación del servicio de radiodifusión sonora, en la banda de Frecuencia Modulada (FM).
<b>20.04.16</b>	Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables - Lima	Conferencia sobre Igualdad de Género: “Aspectos Conceptuales y Avances de Género en la Gestión Pública”.
<b>21.04.16</b>	Hotel Country Club - Lima	Presentación de la “IV Edición del Premio Nobel Gabriel García Márquez del Periodismo”.
<b>27.04.16</b>	Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP) – Lima	Seminario “Comunicación y Política”.
<b>05.05.16</b>	Consejo de la Prensa Peruana - Lima	Presentación del manual para periodistas “La navaja suiza del reportero, herramientas de investigación en la era de los datos masivos”.
<b>05.05.16</b>	Universidad Nacional Hermilio Valdizán (UNHEVAL) - Huánuco	Foro Hablemos Perú “Modernización de la Comunicación Pública”.
<b>06.05.16</b>	Hotel Country Club - Lima	Acto Público Único del Concurso Público N° 02-2015-MTC/28 para el otorgamiento de nuevas autorizaciones para la prestación del servicio de radiodifusión sonora, en la banda de Frecuencia Modulada (FM).

<b>12.05.16</b>	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) - Lima	V Foro Nacional Perú: “Modernización de la Comunicación Pública”.
<b>19.05.16</b>	Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco - Cusco	Clase Magistral “Ética y Responsabilidad Social en los Medios de Comunicación.
<b>20.05.16</b>	Salón de Grados del Paraninfo Universitario - Cusco	Taller con Comunicadores Sociales y Periodistas: “Libre Expresión sin Discriminación”.
<b>17.06.16</b>	Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP) – Lima	Foro: “Agenda prioritaria en políticas públicas de comunicación, estándares y buenas prácticas internacionales”
<b>21.06.16</b>	Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP) – Lima	Lanzamiento de la “Campaña de Buen Trato para las Personas Adultas Mayores”.
<b>19.07.16</b>	Defensoría del Pueblo - Lima	Concurso Nacional de Periodistas “Periodismo que llega sin violencia”.
<b>24.08.16</b>	Colegio de Periodistas del Perú - Lima	Taller para la elaboración de una guía de referencia para los medios de comunicación, sobre la defensa y promoción de los derechos de los niños, niñas y adolescentes.
<b>09.09.16</b>	Palacio de Gobierno - Lima	Presentación del “Balance de la autorregulación de la televisión peruana” y “alternativas para perfeccionar el sistema de autorregulación”.
<b>28.09.16</b>	Hotel Libertador - Lima	Tercera Jornada de Capacitación Integral a los Gobiernos Regionales – 2016. Tema: “Estudios de no discriminación por razón de sexo en los medios de comunicación”.
<b>19.10.16</b>	Ciudad de Trujillo	Tercera Audiencia Pública Descentralizada de Servicios de Radiodifusión 2016. Exposición; “Código de Ética de los Radiodifusores”.
<b>28.10.16</b>	Ministerio de Cultura - Lima	Firma de Convenio entre el Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCORTV) y el Ministerio de Cultura para la realización de un Observatorio en Medios de Comunicación.

<b>10.11.16</b>	Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP) – Lima	Capacitación a los miembros del Grupo de Trabajo de Monitoreo SIMONE, para el ingreso de avances de los indicadores del PNAIA 2021.
<b>01.12.16</b>	Lugar de la Memoria, la Tolerancia y la Inclusión Social (LUM) – Lima	Conferencia “La propiedad de los medios de comunicación y sus implicaciones políticas, económicas y comerciales”, realizado por Ojo Público y Reporteros Sin Fronteras (RSF).
<b>02.12.16</b>	Ciudad de Tarapoto	Cuarta Audiencia Pública Descentralizada de Servicios de Radiodifusión 2016. Exposición: “Códigos de Ética de los Radiodifusores”.
<b>15.12.16</b>	Ministerio de Cultura - Lima	Lanzamiento del “Observatorio de Diversidad en Medios de Comunicación: Imágenes y voces sin etiqueta”.

## CONCORTV EN CIFRAS

---

- Durante el 2016, el CONCORTV realizó 18 eventos en 13 ciudades del Perú, brindando información y capacitación a un total de 1.852 radiodifusores, comunicadores y estudiantes.
- El boletín electrónico cuenta con más de 11,300 suscriptores.
- La Red Académica está conformada por 530 docentes de Periodismo, Publicidad, Comunicación Audiovisual, Derecho, y carreras afines, de universidades e institutos a nivel nacional.
- Se brindaron 215 entrevistas a medios radiales, televisivos y escritos a nivel nacional.
- Se recibieron y contestaron 165 comunicaciones del público a través del correo electrónico y Facebook.
- Se publicaron 92 noticias en la página Web.
- Se compartieron 08 contenidos audiovisuales en Facebook, los cuales obtuvieron un total de 4.233 reproducciones (entre enero y diciembre de 2016).



[www.concertv.gob.pe](http://www.concertv.gob.pe)



[/concertv](https://www.facebook.com/concertv)



[@concertv](https://twitter.com/concertv)