



# LO QUE DEBES SABER SOBRE LA RADIO Y TELEVISIÓN

PIURA - 11 DE AGOSTO



# BALANCE DE LA RADIO Y TELEVISIÓN EN EL PERÚ

MIRIAM LARCO - CONCORTV



## SUMILLA DE LA EXPOSITORA



### **MIRIAM LARCO SICHERI**

**Directora de la Secretaría Técnica del Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCORTV).**

Abogada egresada de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP), con postgrado en Estudios de Género y candidata a Magister en Educación y Género. Es catedrática de los cursos de Ética y Legislación en Comunicaciones en la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP), y en la Universidad de Lima.



# Radio y TV en cifras



470

Titulares

805  
comercial598  
educativa

estaciones

39

estatales



2666

Titulares

3415  
comercial863  
educativa

estaciones

92

estatales

3 comunitarias

# Radio y TV en cifras



**12**  
Titulares

**47**  
comercial

**33**  
educativa

estaciones

**3**  
estatales



**127**  
Titulares

**249**  
comercial

**51**  
educativa

estaciones

**3**  
estatales

**1** comunitaria

Distrito Las Lomas - Cerro La Araña | 97.7 FM  
Titular: Gloria Cuadros Caballero de Huayaney

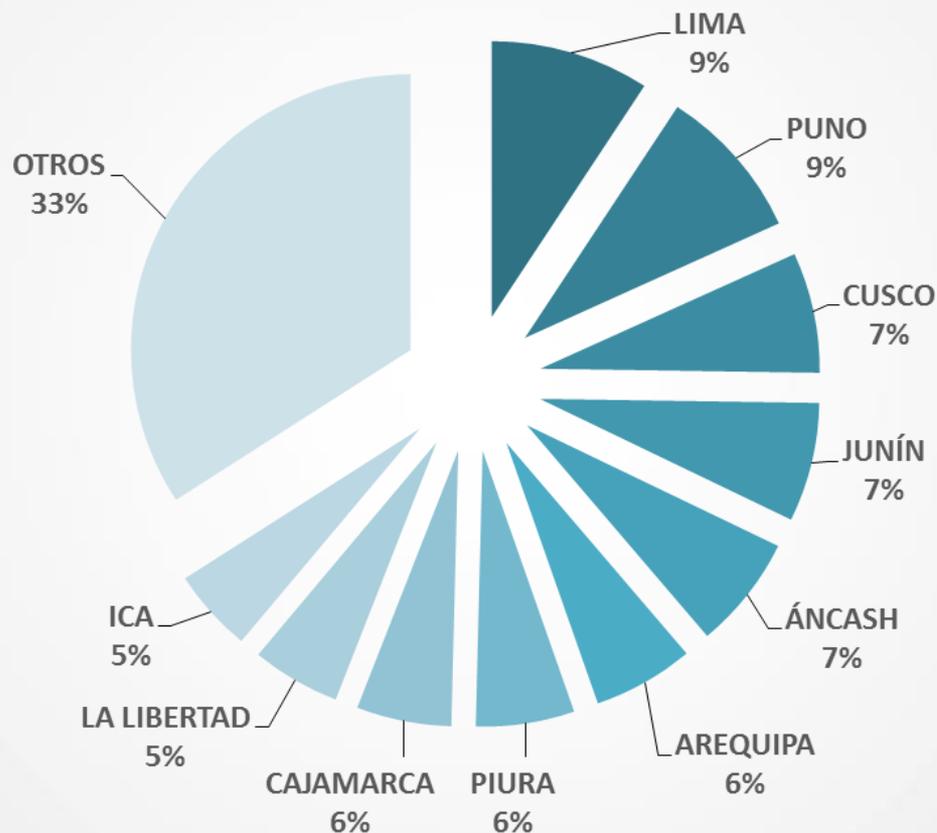
# Estaciones de radio y televisión

Número de estaciones de radio y televisión a nivel nacional



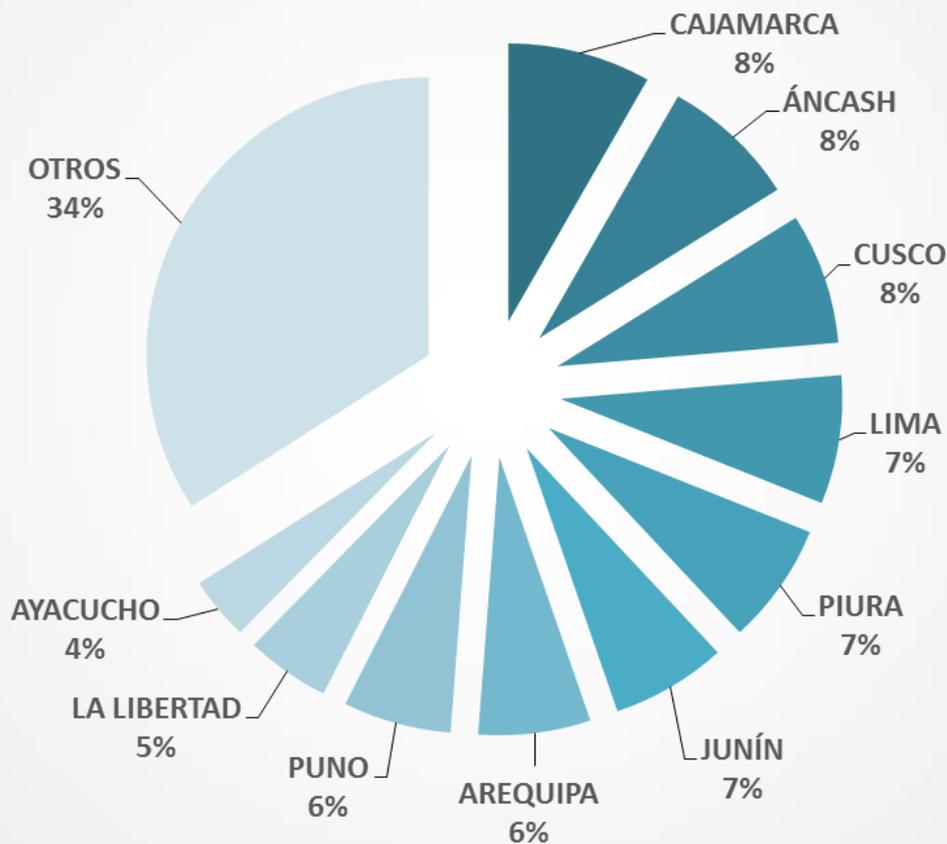
# Estaciones de radio y televisión

## Regiones con más estaciones de TV



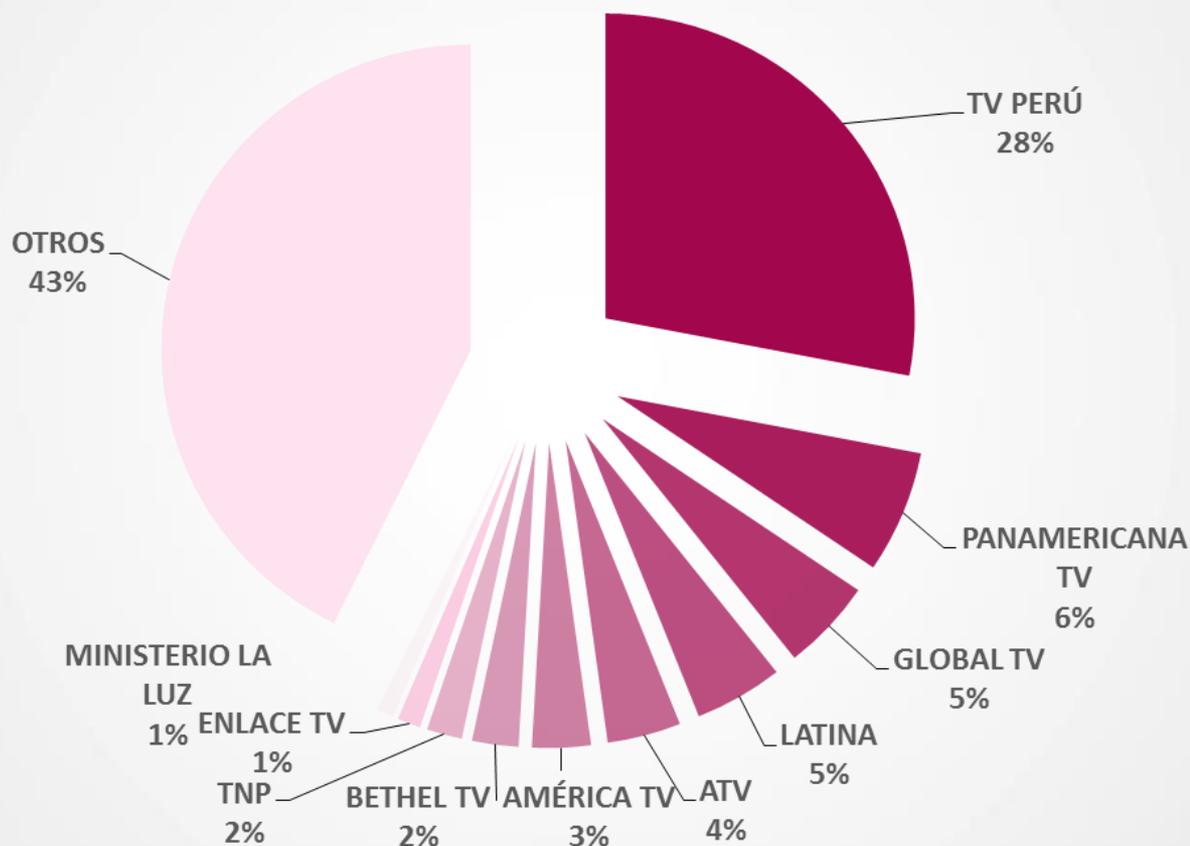
# Estaciones de radio y televisión

## Regiones con más estaciones de radio



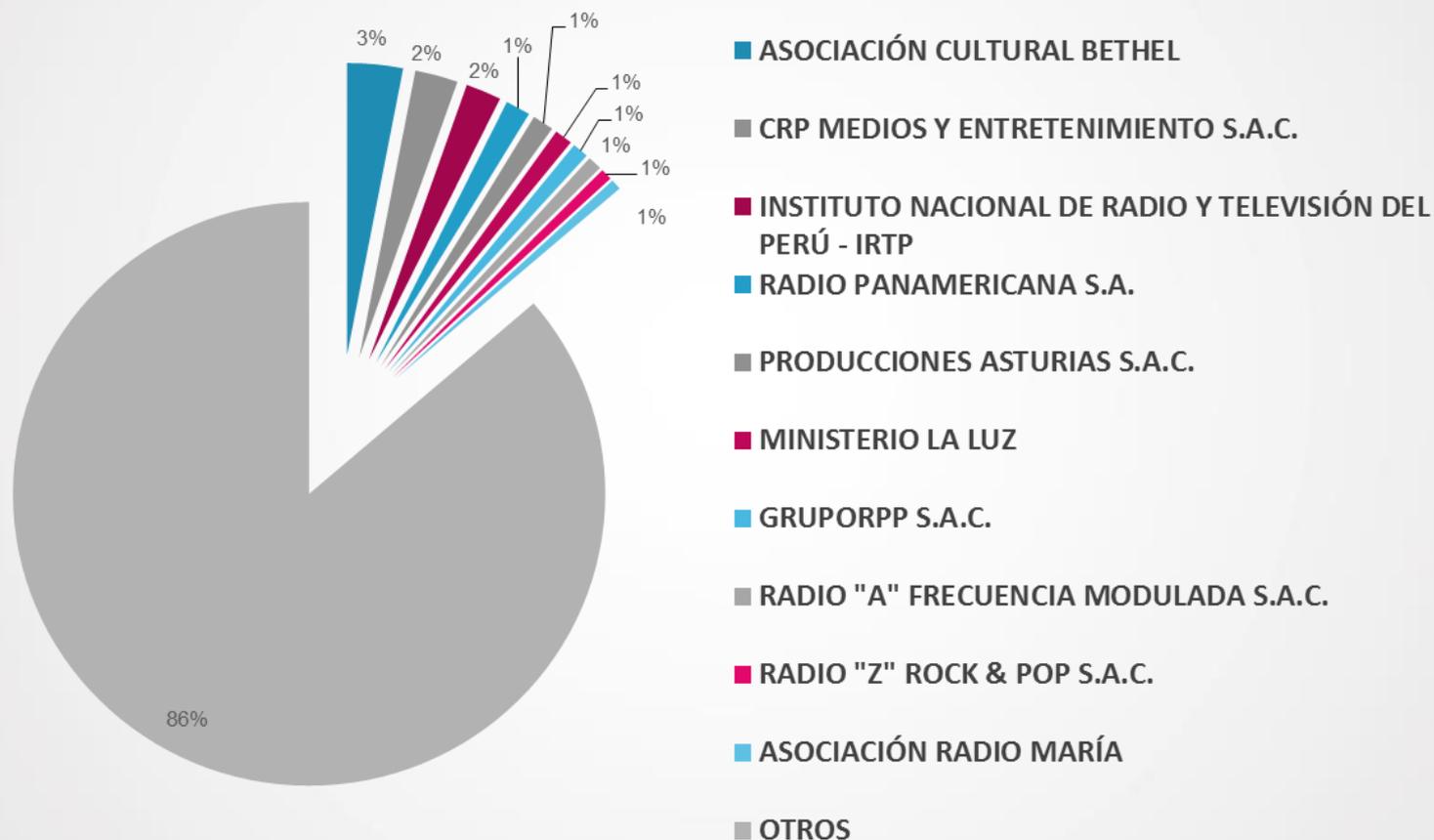
# Titulares con más estaciones

10 titulares de TV con mayor número de estaciones a nivel nacional



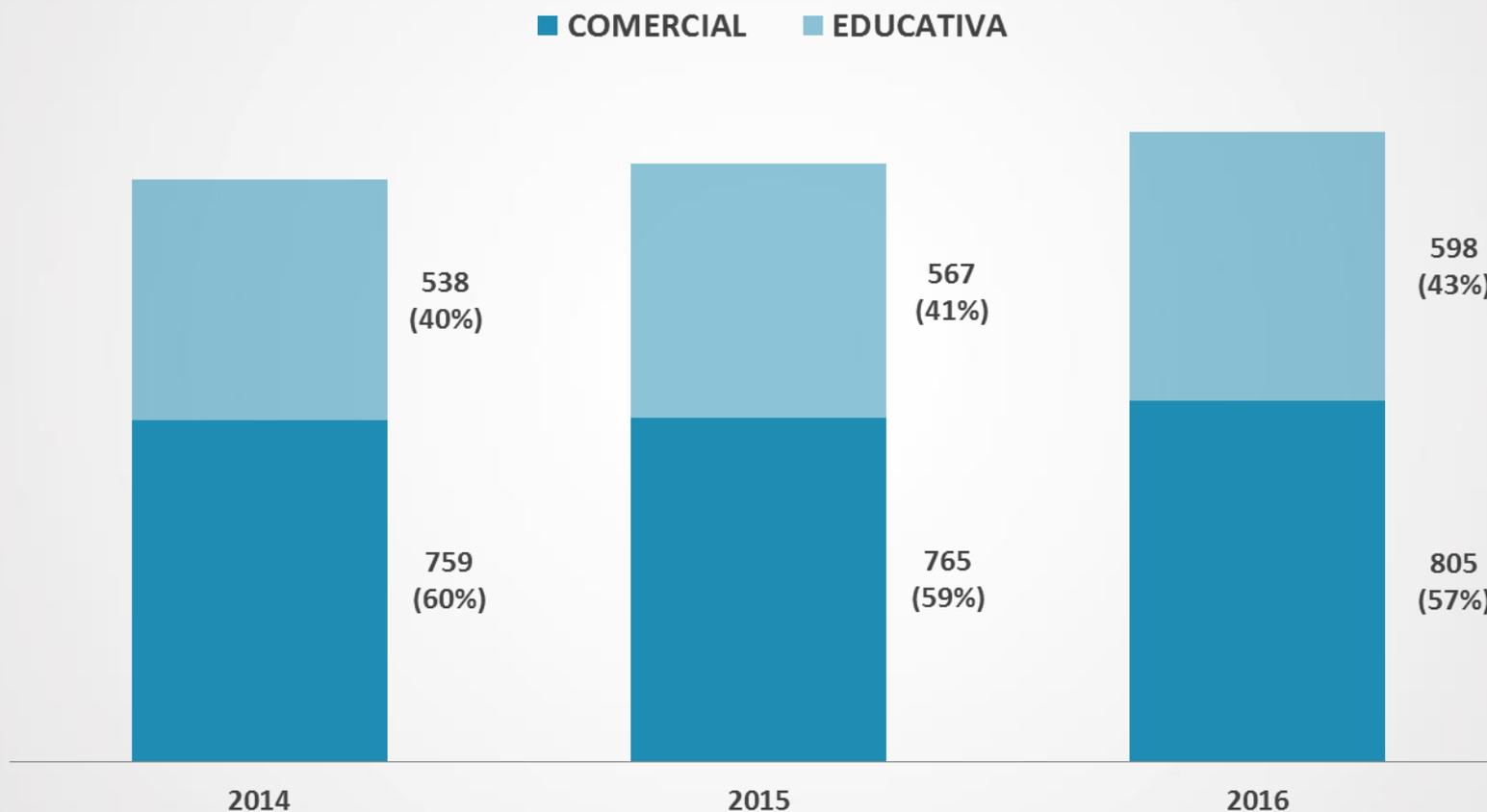
# Titulares con más estaciones

10 titulares de radio con mayor número de estaciones a nivel nacional



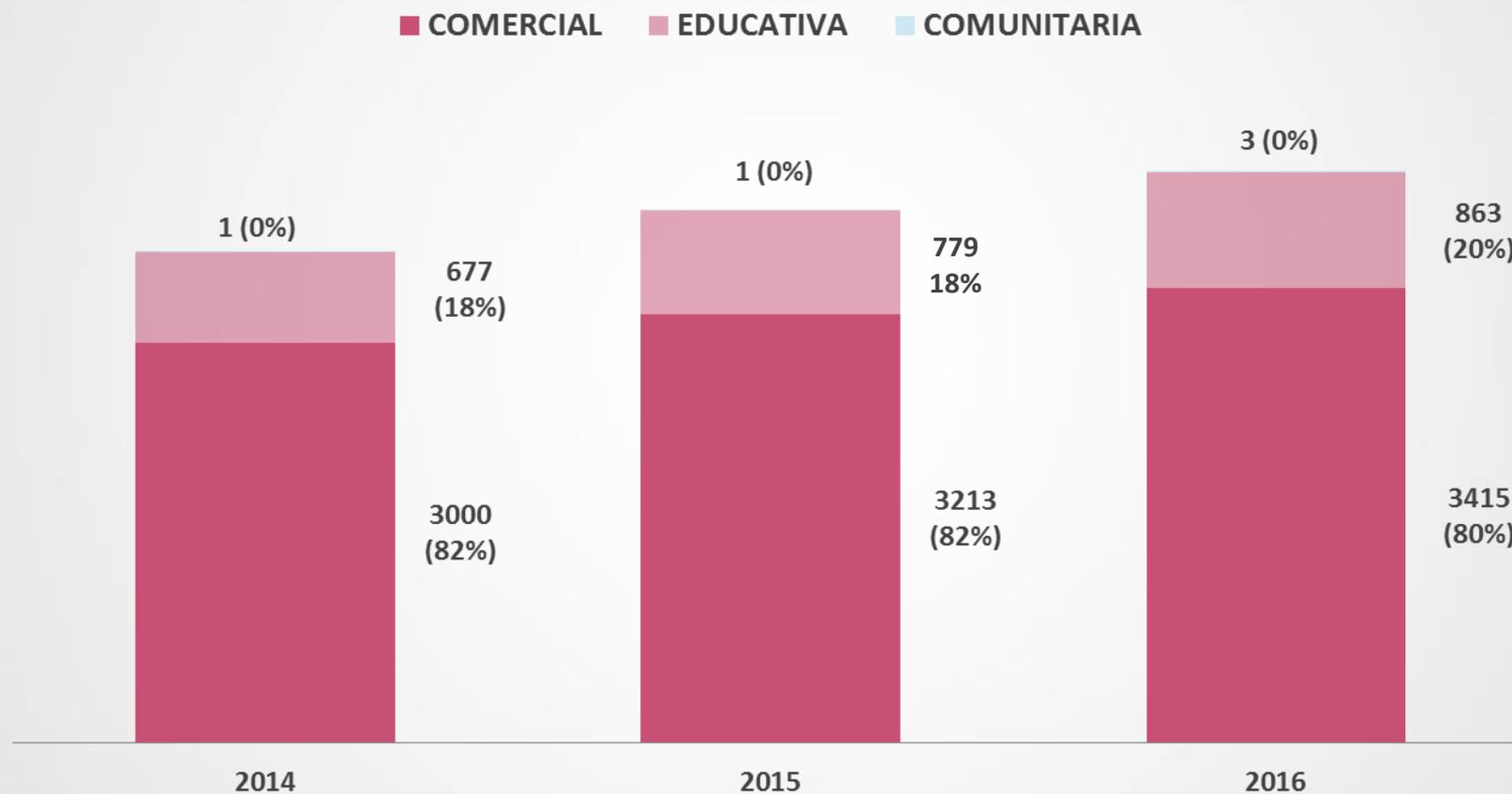
# Finalidad de la radio y TV

## Estaciones de TV según finalidad



# Finalidad de la radio y TV

## Estaciones de radio según finalidad



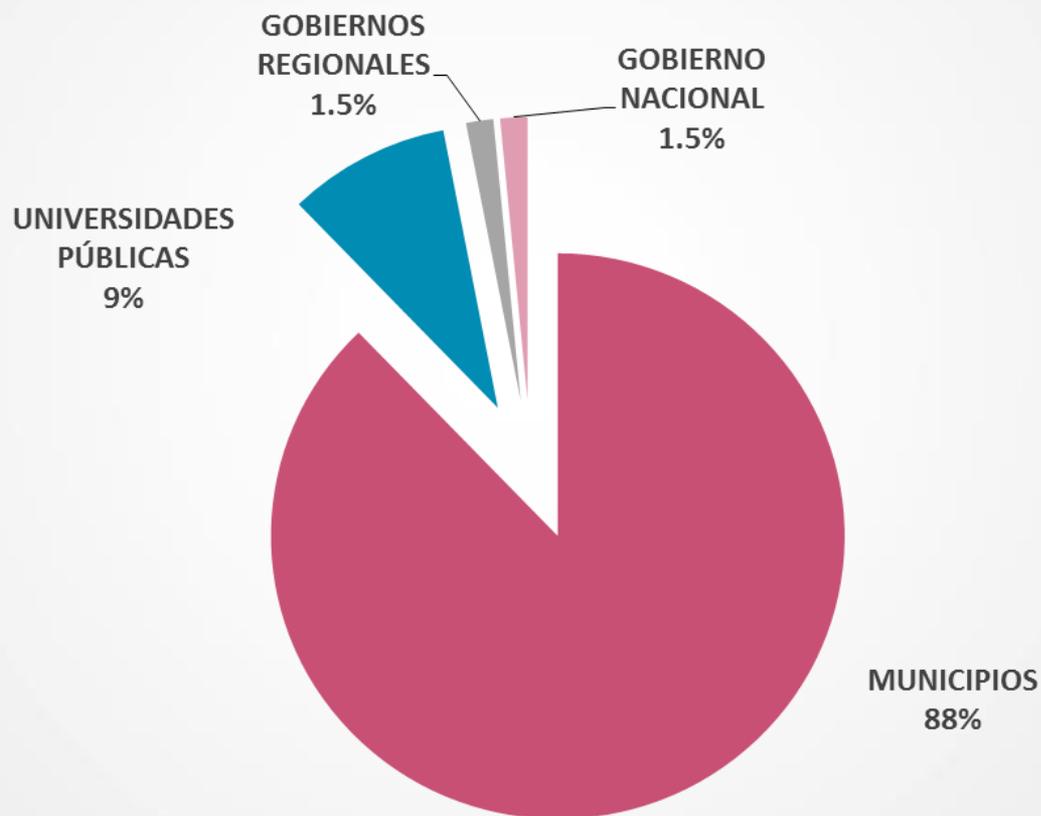
# Radio y TV pública/estatal

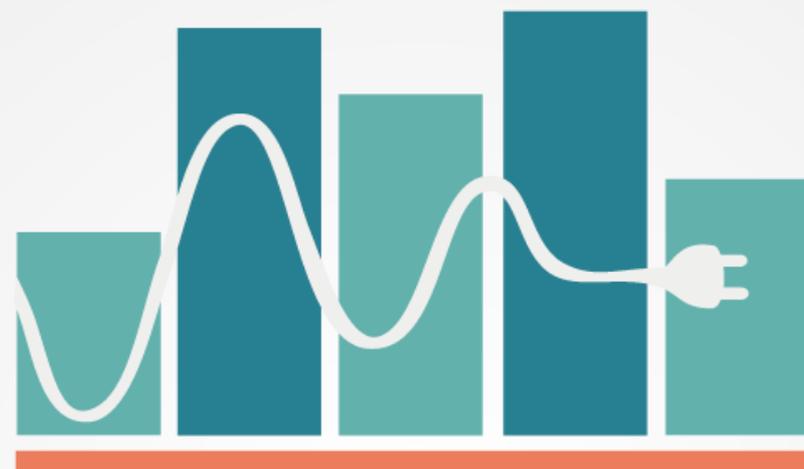
Número de empresas/entidades de radio y TV pública/estatal



# Radio y TV pública/estatal

Titulares de radio y TV pública/estatal según origen





The graphic features five vertical bars of varying heights in shades of teal and dark teal. A white line graph is overlaid on the bars, starting with a dip, rising to a peak above the second bar, dipping again, rising to a second peak above the fourth bar, and finally ending in a white electrical plug icon on the right side. Below the bars is a solid orange horizontal bar.

## CONSUMO RADIAL Y TELEVISIVO 2015

### Ficha Técnica:

Estudio realizado por Lima Consulting a pedido del CONCORTV.

Periodo de campo: Lima (mayo y junio de 2015), Provincia (junio y julio de 2015).

Universo: hombres y mujeres de 18 años a más, de los niveles socioeconómicos A, B, C, D y E, de ambos sexos, residentes en las 21 ciudades investigadas.

La muestra investigada a nivel nacional fue de 9.266 personas (1.121 en Lima y Callao y aproximadamente 407 en cada una de las 20 ciudades restantes).

Consumo de medios de comunicación (L-V)



98%  
ve TV



81%  
escucha radio



75%  
lee diarios



51%  
navega por Internet

Horas diarias

03:24

03:12

01:30

03:00

+ sensacionalista  
(63%)

+ cercano a la gente  
(35%)

+ educativo  
(33%)

## Consumo de medios de comunicación (L-V)



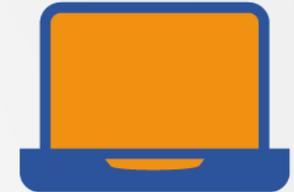
99.8%  
ve TV



85%  
lee diarios



78%  
escucha radio



49%  
navega por Internet

### Horas diarias

**03:18**

**01:24**

**02:48**

**02:42**

+ sensacionalista  
(81%)

+ cercano a la gente  
(26%)

+ educativo  
(35%)

## Radio y televisión local

61%

ve TV local todos los días



insatisfecho

67%

48%

escucha radio local todos los días



64%

satisfecho

## Radio y televisión local

15%

ve TV local todos los días



insatisfecho

68%

13%

escucha radio local todos los días



49%

satisfecho

## Presencia de contenidos inadecuados



78%

Violencia

17%

63%

Palabras groseras

17%

62%

Situaciones de mal ejemplo

14%

57%

Discriminación

14%

50%

Contenido sexual

13%

40%

Contenido para adultos en  
Horario Familiar

7%

## Presencia de contenidos inadecuados



72%

Violencia

25%

68%

Situaciones de mal ejemplo

25%

65%

Palabras groseras

23%

55%

Discriminación

20%

44%

Contenido sexual

19%

22%

Contenido para adultos en  
Horario Familiar

14%

## ¿Cómo muestra la televisión a...?



Imagen negativa

72%

63%

65%

## ¿Cómo muestra la televisión a...?



Imagen negativa

63%

60%

57%

Fuente: Estudio sobre consumo radial y televisivo 2015. Muestra: 9.266 personas (1.121 en Lima y Callao y aproximadamente 407 en cada una de las 20 ciudades restantes). Lima Consulting | CONCORTV.

# Opinión sobre noticiarios de la TV

“Pasan muchas noticias de Lima”

82% (82%)

“Se aprovechan del dolor humano”

81% (82%)

“Son programas de entretenimiento, policial y no de información” 71% (68%)



(Porcentajes Piura)

Fuente: Estudio sobre consumo radial y televisivo 2015. Muestra: 9.266 personas (1.121 en Lima y Callao y aproximadamente 407 en cada una de las 20 ciudades restantes). Lima Consulting | CONCORTV.

# Niñez, Adolescencia y medios de comunicación

9.814 personas. Niños de 7 a 11 años y adolescentes de 12 a 16 años de  
20 ciudades del Perú (2014 - CONCORTV | AD REM)

## Actividades realizadas (lunes – viernes)



**99%**

Ver televisión



**99%**

Estudiar  
/ir a clases



**77%**

Navegar por  
internet



**66%**

Juego



**64%**

Escuchar radio

Actividades realizadas (lunes – viernes)



**100%**

Estudiar  
/ir a clases



**99.6%**

Ver televisión



**66%**

Juego



**65%**

Navegar por  
internet



**63%**

Escuchar radio



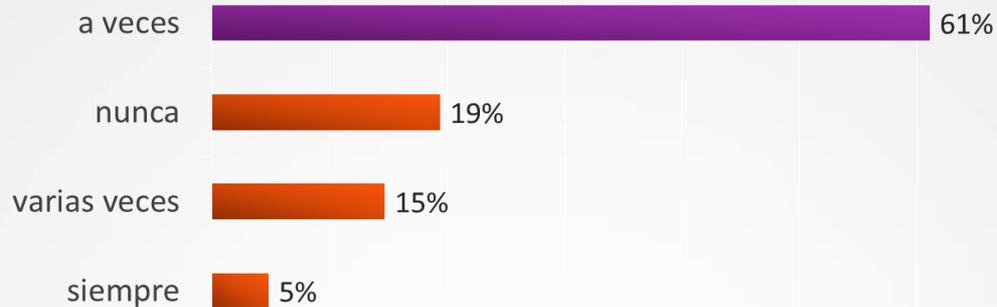
“Prefiero ver canales internacionales...  
69% (93%)

por la variedad de programas  
57% (66%)

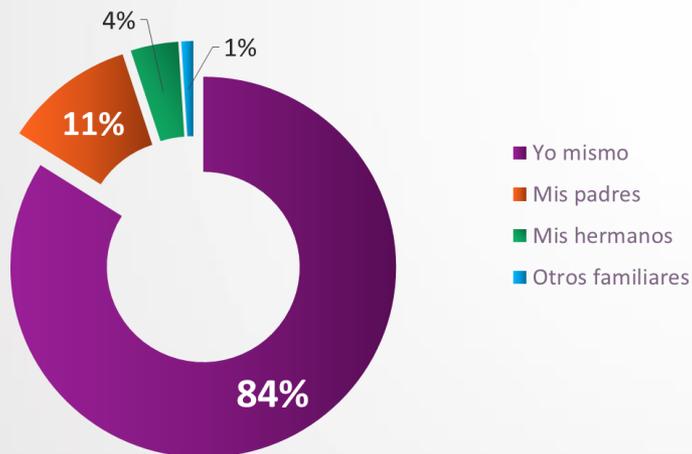


(Porcentajes Piura)

## Frecuencia con la que se comenta lo que se ve en TV



## Persona que elige el canal de televisión que ves



## Razón por la que se elige ver televisión



Fuentes: 1. Estudio cuantitativo sobre consumo televisivo y radial en niños, niñas y adolescentes. Muestra: 9.814 personas. Niños de 7 a 11 años y adolescentes de 12 a 16 años de 20 ciudades del Perú (2014- CONCERTV | AD REM). 2. Análisis cualitativo de la programación de la televisión de señal abierta en Lima 2014.



"Veo muchas imágenes violentas en los noticieros de la TV"

88% (92%)

(Porcentajes Piura)



EL TERRIBLE CRIMEN DE LA MOLINA

@Cuarto\_Poder 15\_05: Cómo pueden terminar con la vida del regalo más lindo



# Ley de Radio Y Televisión

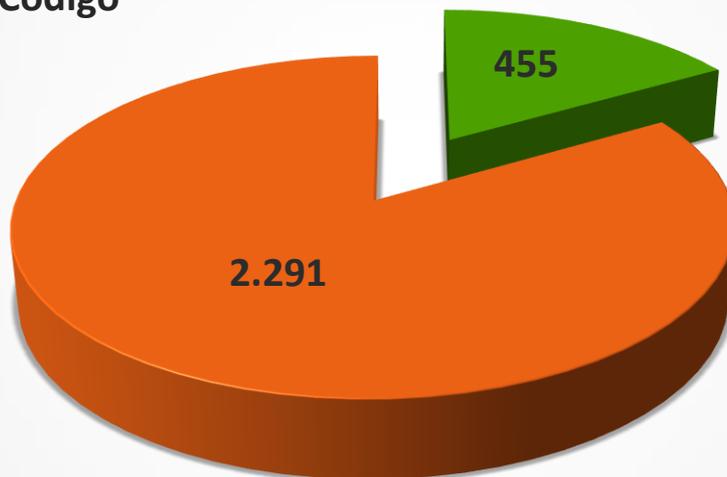
Código de ética

Horario de  
Protección Familiar  
(6:00 a 22:00)

30% Programación  
Nacional

# Cumplimiento del Código de Ética

No presentaron Código /  
Se acogieron al Código  
del MTC  
**83%**



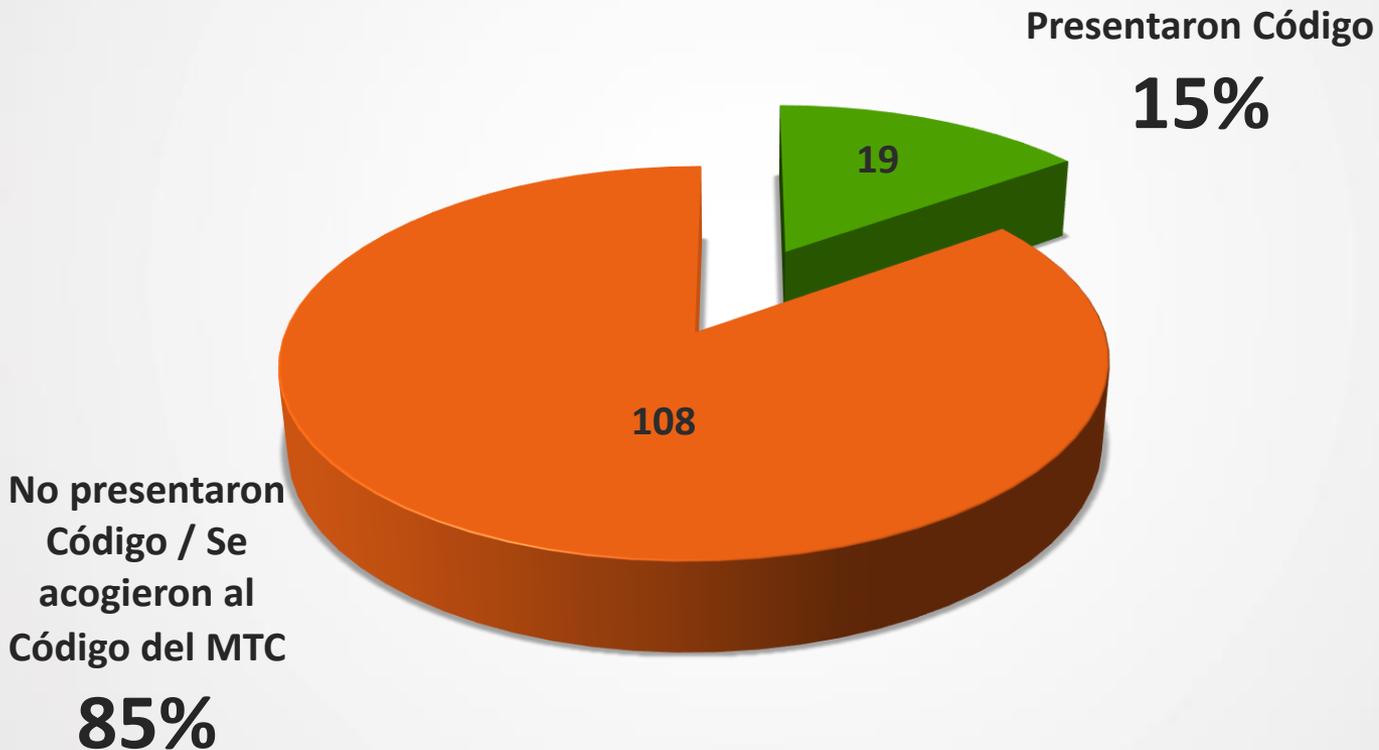
Presentaron Código  
**17%**

**01** Sanción impuesta  
por el MTC



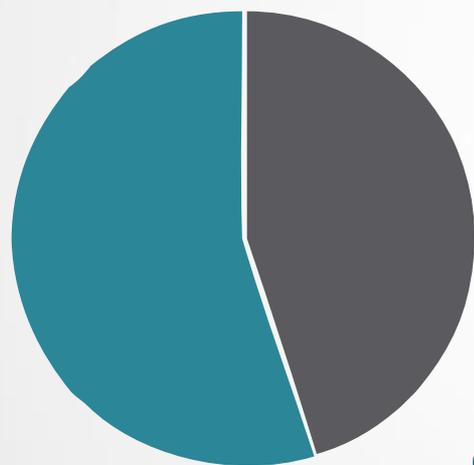
Por incumplir disposiciones  
del Código de Ética **10.1 UIT**

# Cumplimiento del Código de Ética



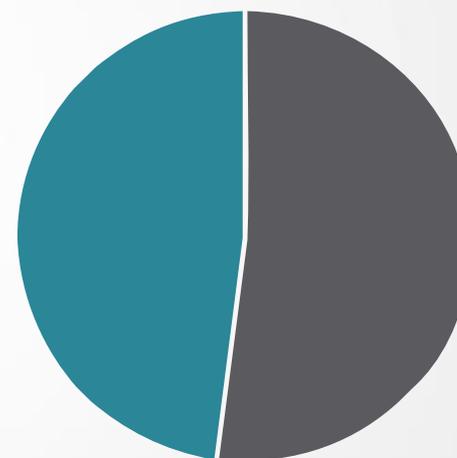
# Regulación de medios

## Conocimiento del Horario Familiar



**45%**  
**No conoce**

## Conocimiento del derecho a quejarse por contenidos inadecuados en el Horario Familiar



**52%**  
**No conoce**

# CO - REGULACIÓN

- Ante el propio medio
- Solución inmediata (15 días), sin costo, eficaz
- Prueba recae en el titular (Latina, América TV, etc.)
- 63 quejas recibidas por la SNRTV (2006 - 2014) y 5 por el MTC (2004 – 2014)



# Autorregulación



Nunca Más



El Último Pasajero



Amor, Amor, Amor



Combate | BUEN GALÁN SABE BAILAR POLE DANCE

# Autorregulación

Combate



El Valor de la Verdad



La Noche es Mía



El Negro Mama



La Paisana Jacinta





Síguenos



/concertv



@concertv

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