

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



29
Titulares

48
comercial

45
educativa

estaciones

6
estatales



170
Titulares

264
comercial

71
educativa

estaciones

19
estatales

Estaciones de radio con finalidad comunitaria

Nº	DEPARTAMENTO	PROVINCIA	DISTRITO	BANDA	RAZON SOCIAL
1	ANCASH	HUARAZ	PARIACOTO	VHF	MAGUIÑA CACERES RAMON ARISTIDES
2	ANCASH	HUARAZ	PIRA	FM	MUÑOZ ASMAT RICHARD ALEXIS
3	ANCASH	HUARI	SAN PEDRO DE CHANA	FM	CUADROS CABALLERO DE HUAYANEY, GLORIA RUBINA
4	ANCASH	HUAYLAS	PAMPAROMAS	FM	CUADROS CABALLERO DE HUAYANEY, GLORIA RUBINA
5	ANCASH	OCROS	CAJAMARQUILLA	FM	BOLIVAR MEGO SUSANA ROSANA

**Fuente: Ministerio de Transportes y Comunicaciones – MTC
(Información actualizada a setiembre de 2016)**

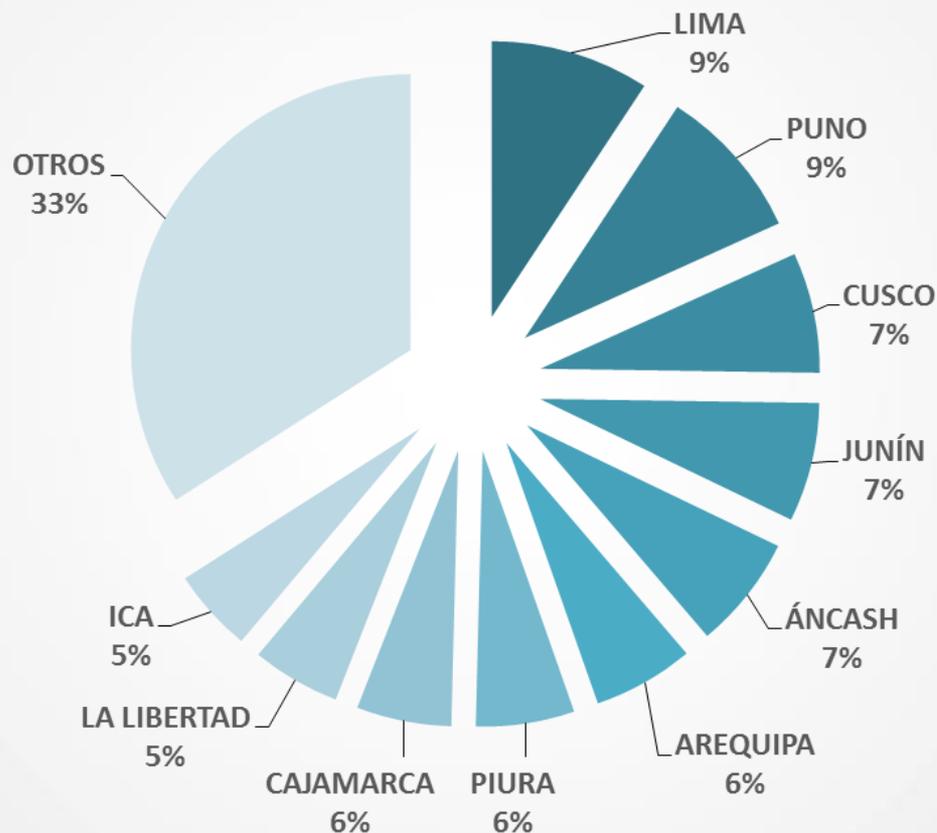
Estaciones de radio y televisión

Número de estaciones de radio y televisión a nivel nacional



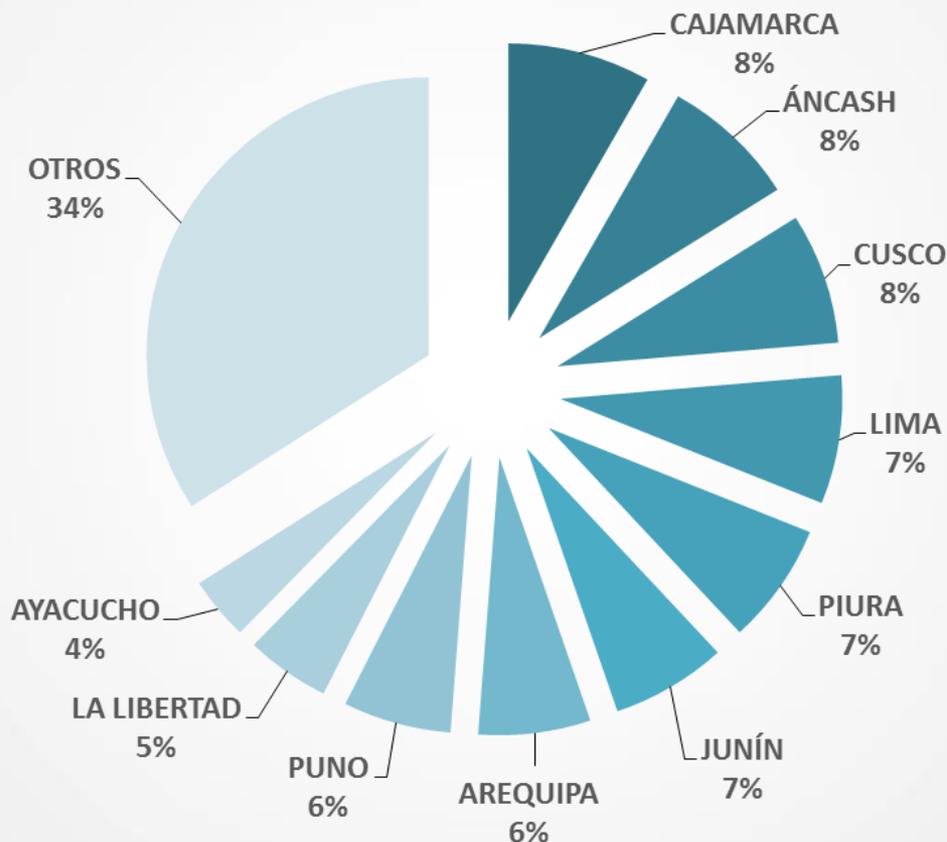
Estaciones de radio y televisión

Regiones con más estaciones de TV



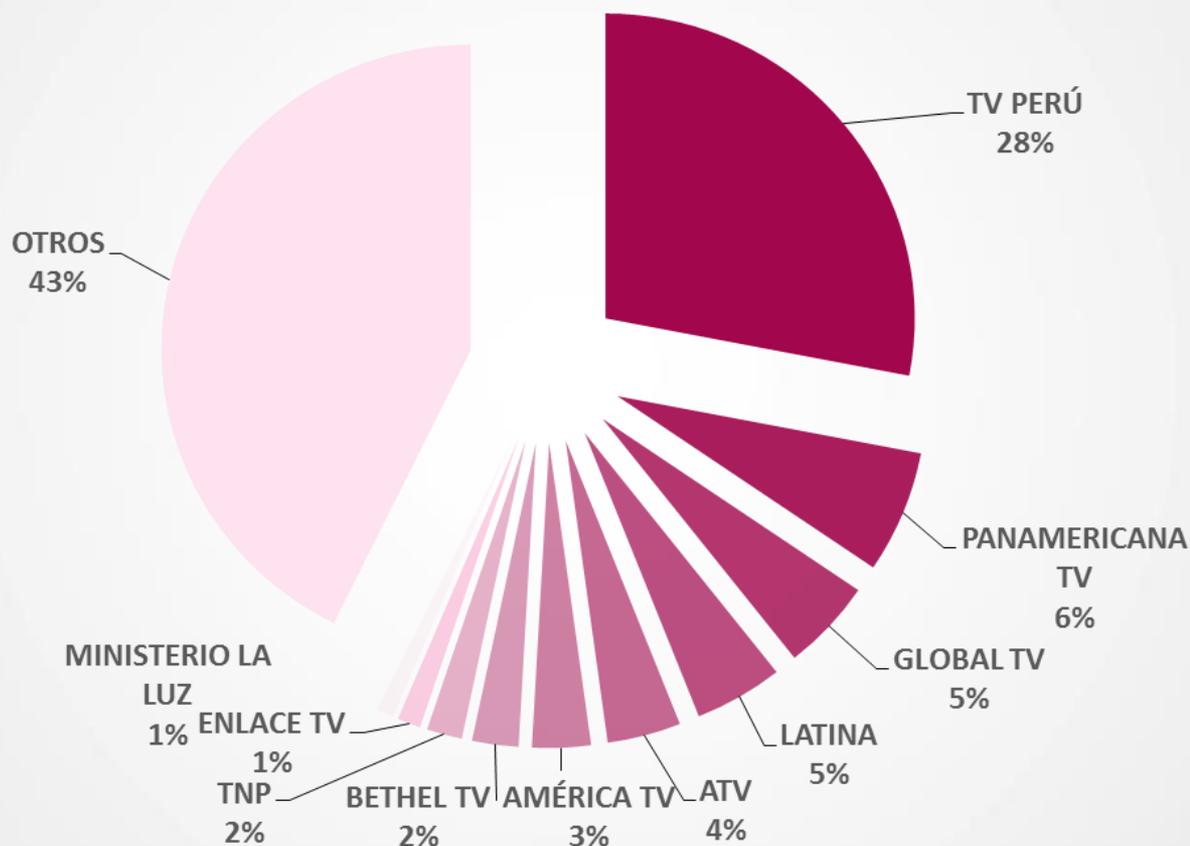
Estaciones de radio y televisión

Regiones con más estaciones de radio



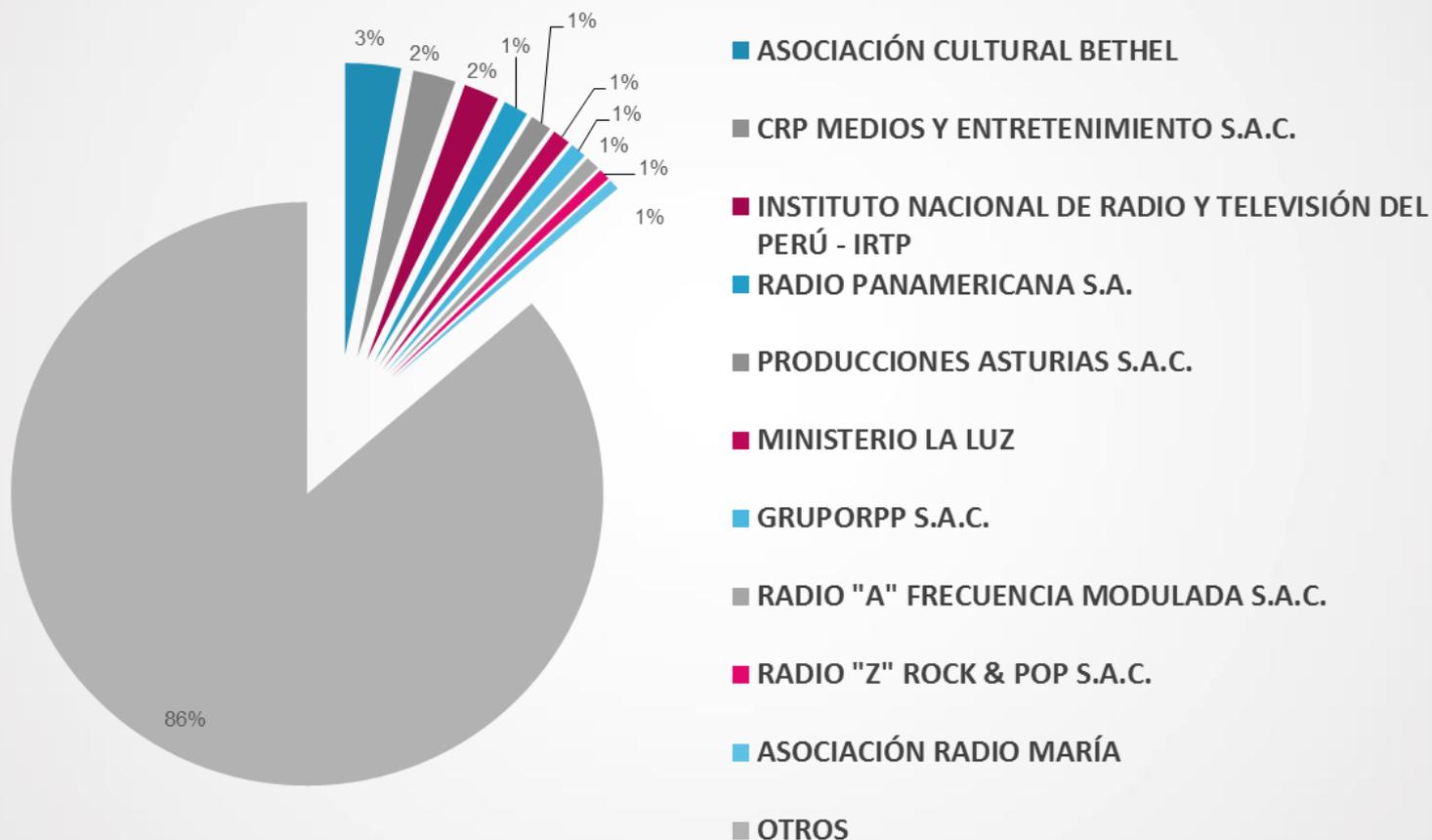
Titulares con más estaciones

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



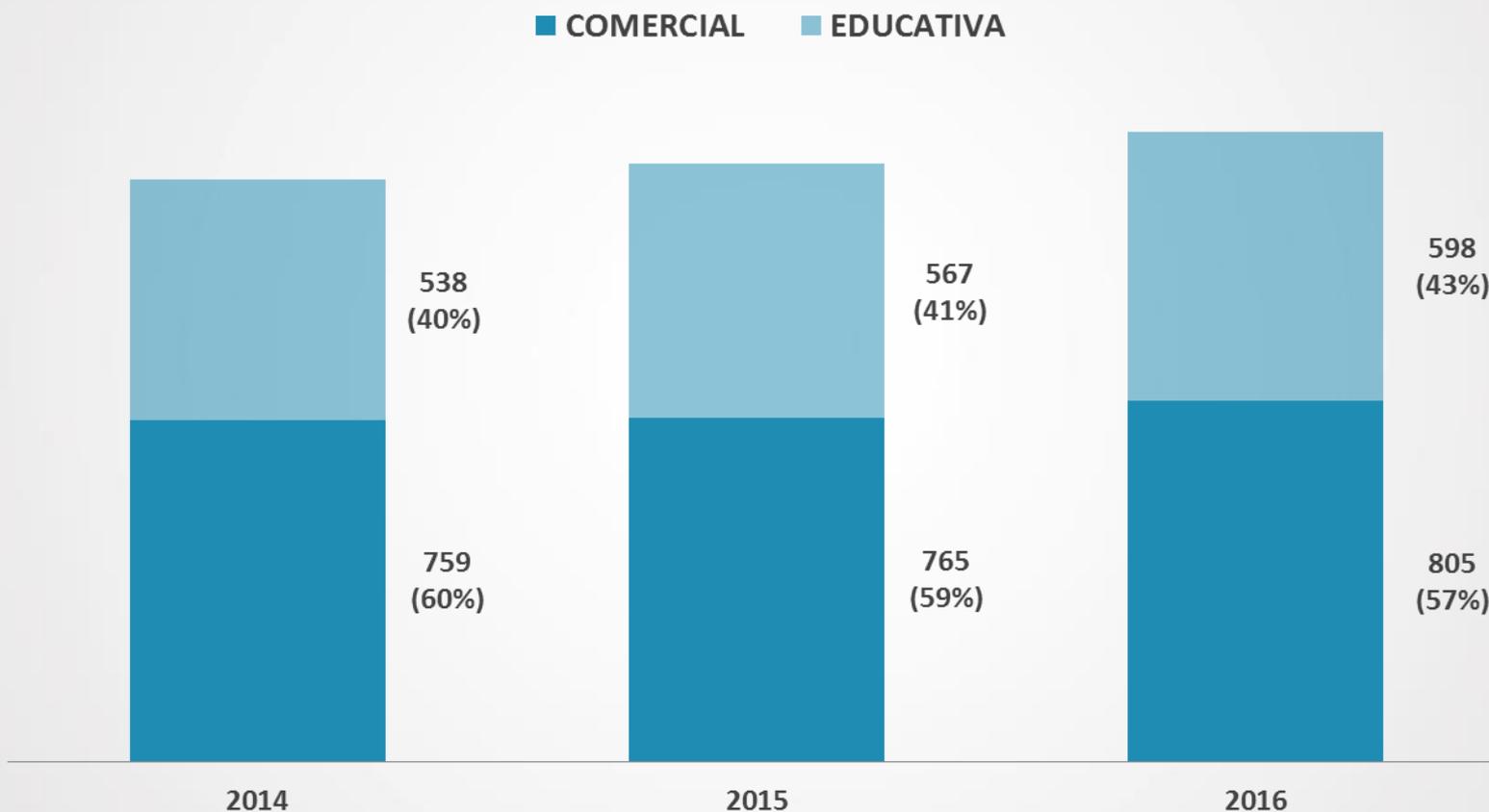
Titulares con más estaciones

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



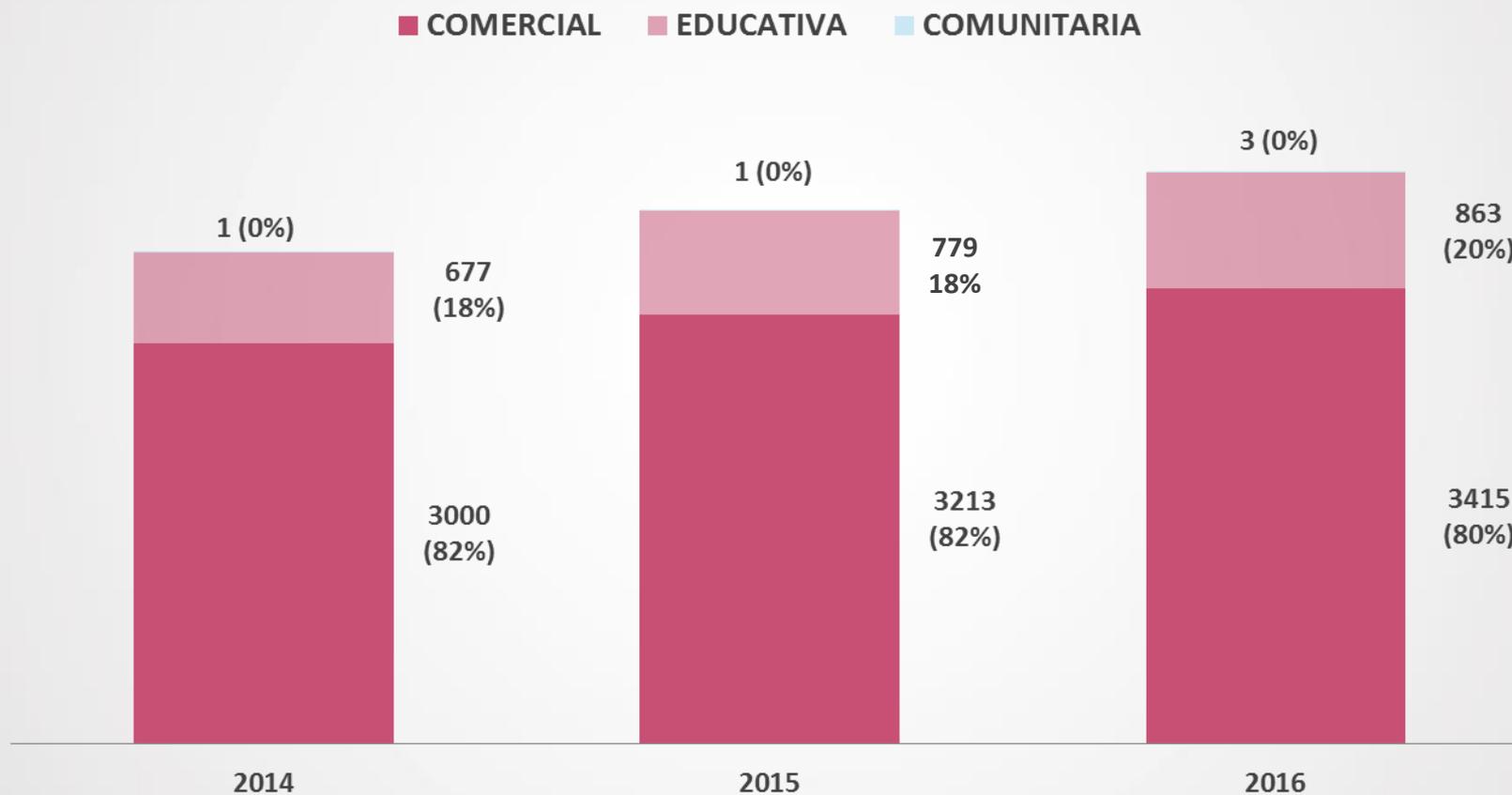
Finalidad de la radio y TV

Estaciones de TV según finalidad



Finalidad de la radio y TV

Estaciones de radio según finalidad



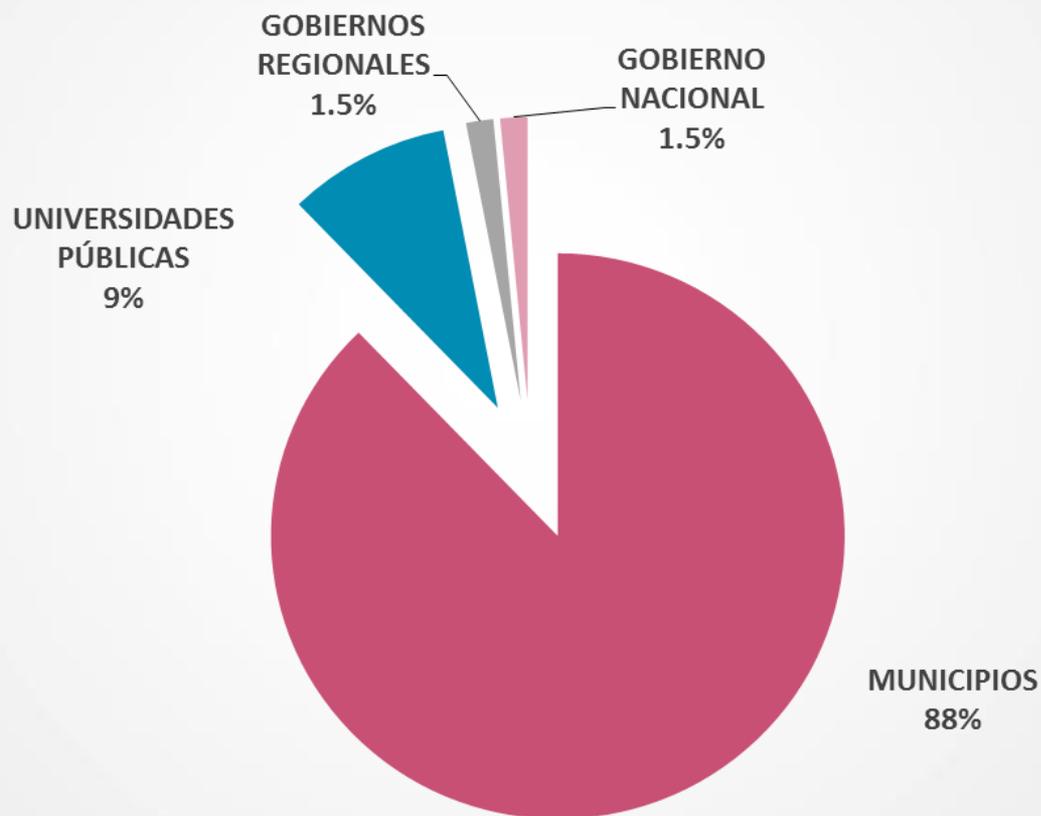
Radio y TV pública/estatal

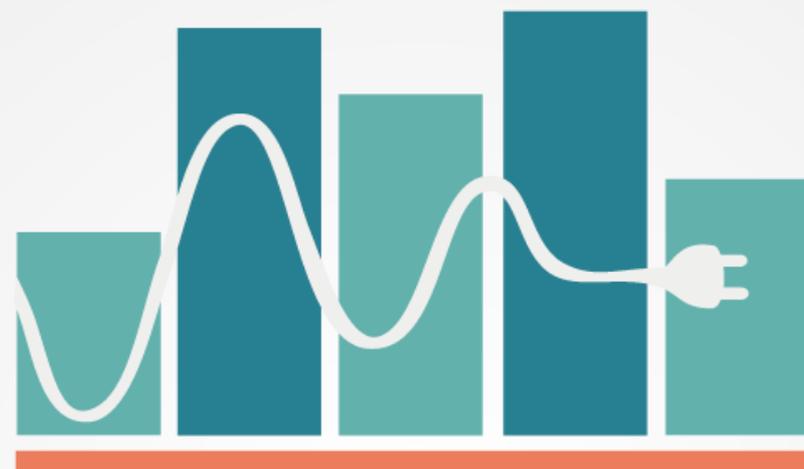
Número de empresas/entidades de radio y TV pública/estatal



Radio y TV pública/estatal

Titulares de radio y TV pública/estatal según origen





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)



98%
ve TV



98%
escucha radio



78%
lee diarios



62%
navega por Internet

Horas diarias

03:06

03:00

01:06

01:36

+ sensacionalista
(69%)

+ cercano a la gente
(47%)

+ educativo
(21%)

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

69%

ve TV local todos los días



insatisfecho

55%

60%

escucha radio local todos los días



insatisfecho

63%

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



91%

Violencia

30%

88%

Discriminación

26%

83%

Contenido sexual

34%

82%

Palabras groseras

41%

82%

Situaciones de mal ejemplo

13%

77%

Contenido para adultos en
Horario Familiar

15%

¿Cómo muestra la televisión a...?



Imagen negativa

72%

63%

65%

¿Cómo muestra la televisión a...?



Imagen negativa

80%

72%

65%

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% (72%)

“Se aprovechan del dolor humano”

81% (74%)

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



(Porcentajes Huaraz)

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)



99.8%

Ver televisión



99.6%

Estudiar
/ir a clases



74%

Juego



72%

Navegar por
internet



66%

Escuchar radio

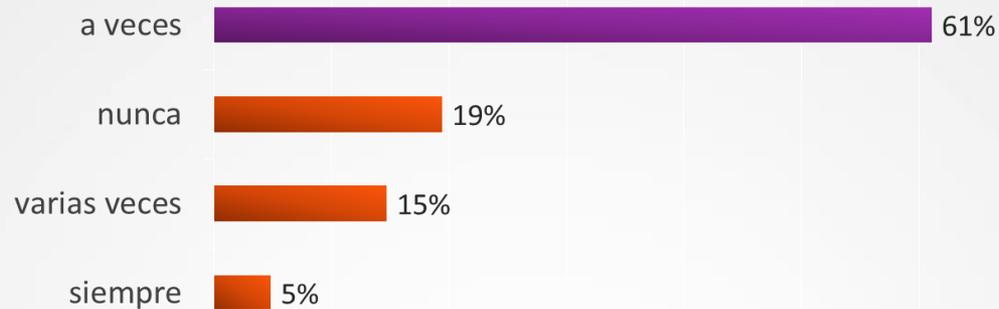


**“Prefiero ver canales internacionales...
69% (98%)**

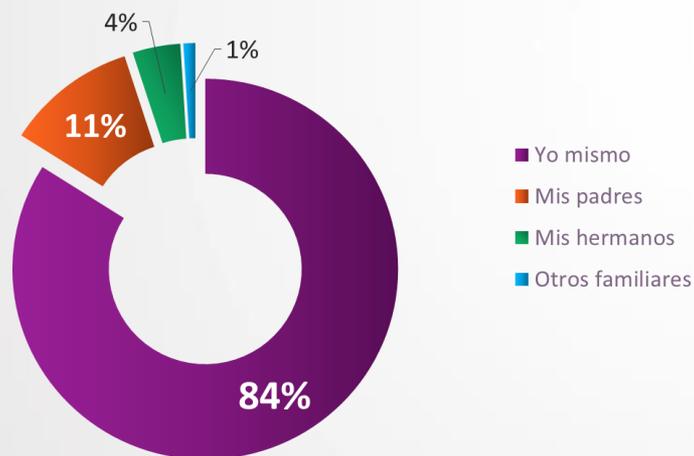
**por la variedad de programas
57% (48%)**



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% (94%)

(Porcentajes Huaraz)



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

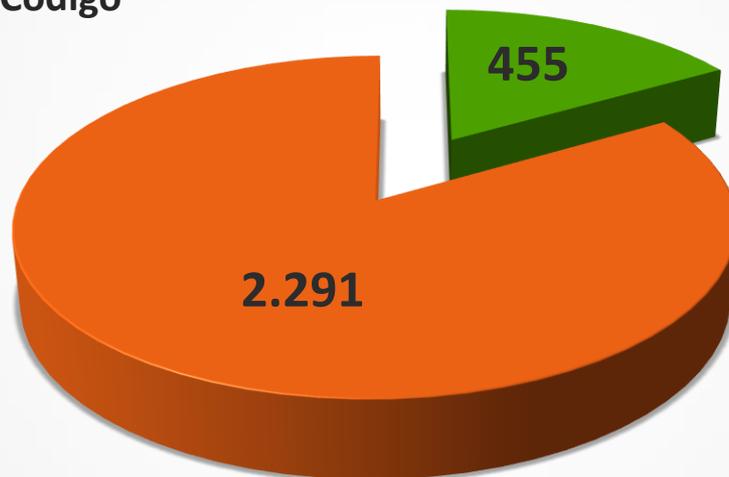
Código de ética

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%



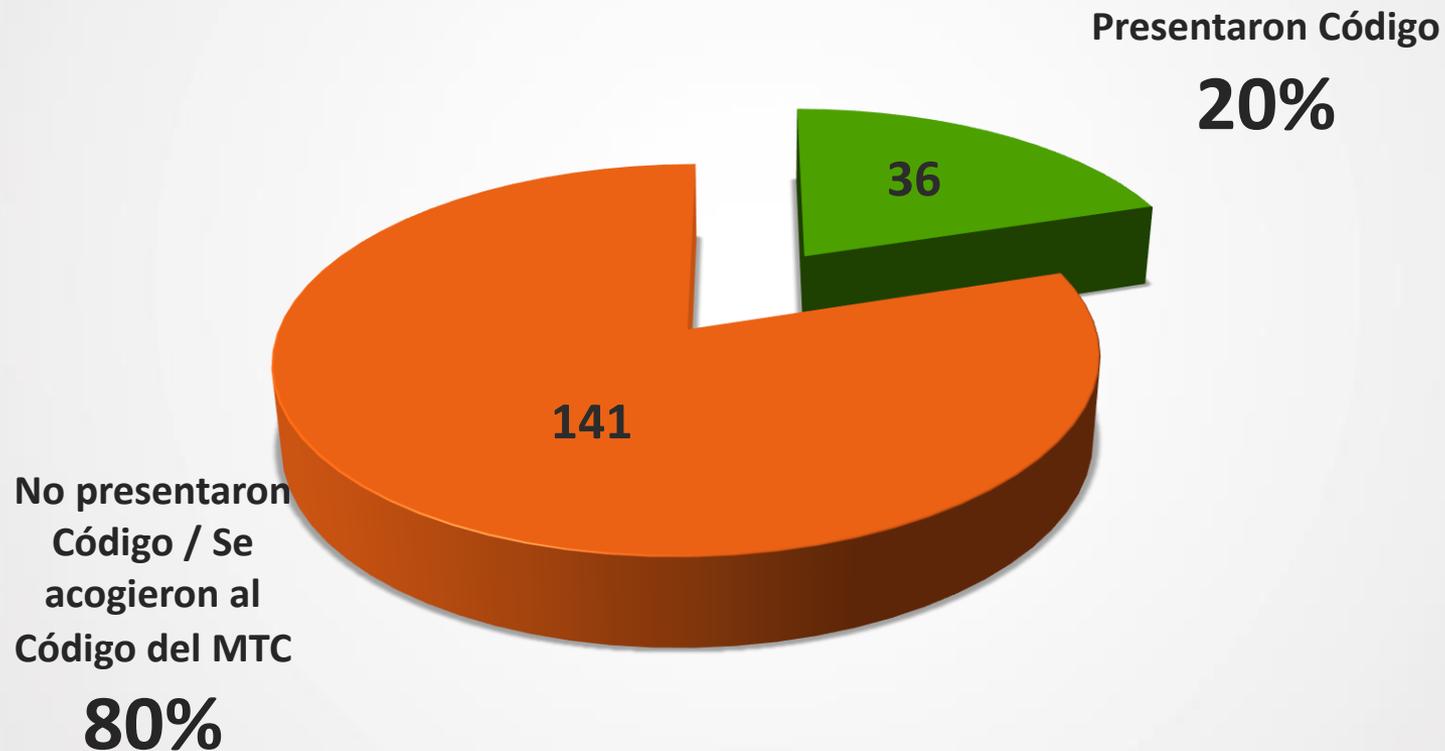
Presentaron Código
17%

01 Sanción impuesta
por el MTC



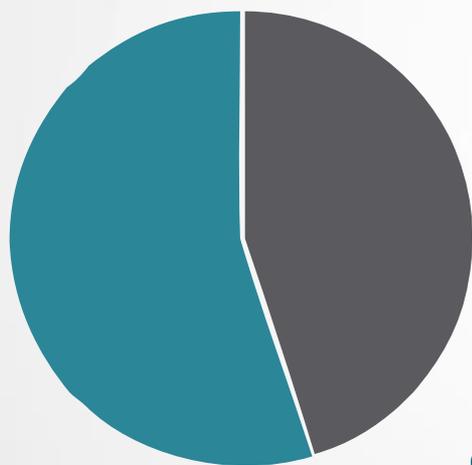
Por incumplir disposiciones
del Código de Ética **10.1 UIT**

Cumplimiento del Código de Ética



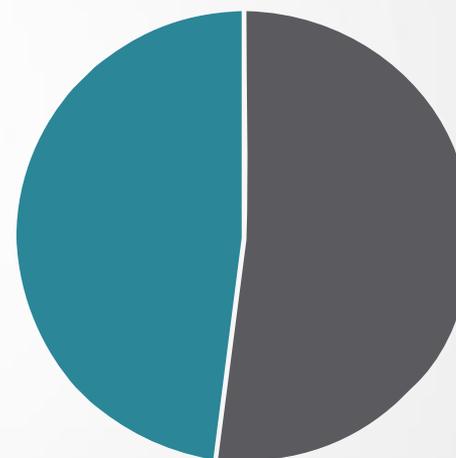
Regulación de medios

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.)



Quejas recibidas y sanciones emitidas a más de 10 años de la Ley de Radio y TV

Sociedad Nacional de Radio y Televisión - SNRTV

QUEJAS RECIBIDAS (2004-2016)	SANCIONES EMITIDAS (2013-2016)
110	13

Fuente: Web SNRTV

Ministerio de Transportes y Comunicaciones - MTC

QUEJAS RECIBIDAS (2004-2016)	SANCIONES EMITIDAS (2004-2016)
07	4

“Ciudad Tres Equis” – Panamericana TV
“Los Simpsons” - Frecuencia Latina
“El Canillita” - Radio Turbo Mix
“El Negro Mama” – Frecuencia Latina
El Valor de la Verdad – Frecuencia Latina
“Cucarachas” El Último Pasajero - Latina
Pelea de dos colombianas en “Magaly” - Latina

“Los Simpsons” - Frecuencia Latina
“El Canillita” - Radio Turbo Mix
“El Negro Mama” – Frecuencia Latina
El Valor de la Verdad – Frecuencia Latina

Autorregulación



Combate

"DESAFÍO DE BAILE"



Nunca Más



Amor, Amor, Amor



El Último Pasajero

Autorregulación

Combate



El Valor de la Verdad



La Noche es Mía



El Negro Mama



La Paisana Jacinta





Síguenos



/concordtv



@concordtv

www.concordtv.gob.pe