



# DIAGNÓSTICO DEL CUMPLIMIENTO DE LA LEY DE RADIO Y TELEVISIÓN

CHICLAYO - 24 DE NOVIEMBRE



# BALANCE DE LA RADIO Y TELEVISIÓN EN EL PERÚ

MIRIAM LARCO - CONCORTV





# Radio y TV en cifras



470  
Titulares

805  
comercial

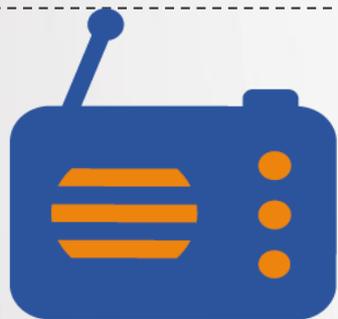
1 comunitaria

A setiembre de 2016

598  
educativa

estaciones

39  
estatales



2666  
Titulares

3415  
comercial

13 comunitarias

A setiembre de 2016

863  
educativa

estaciones

92  
estatales

# Radio y TV en cifras



6  
Titulares

23  
comercial

11  
educativa

estaciones

0  
estatales



77  
Titulares

109  
comercial

20  
educativa

estaciones

1  
estatales

1 comunitaria

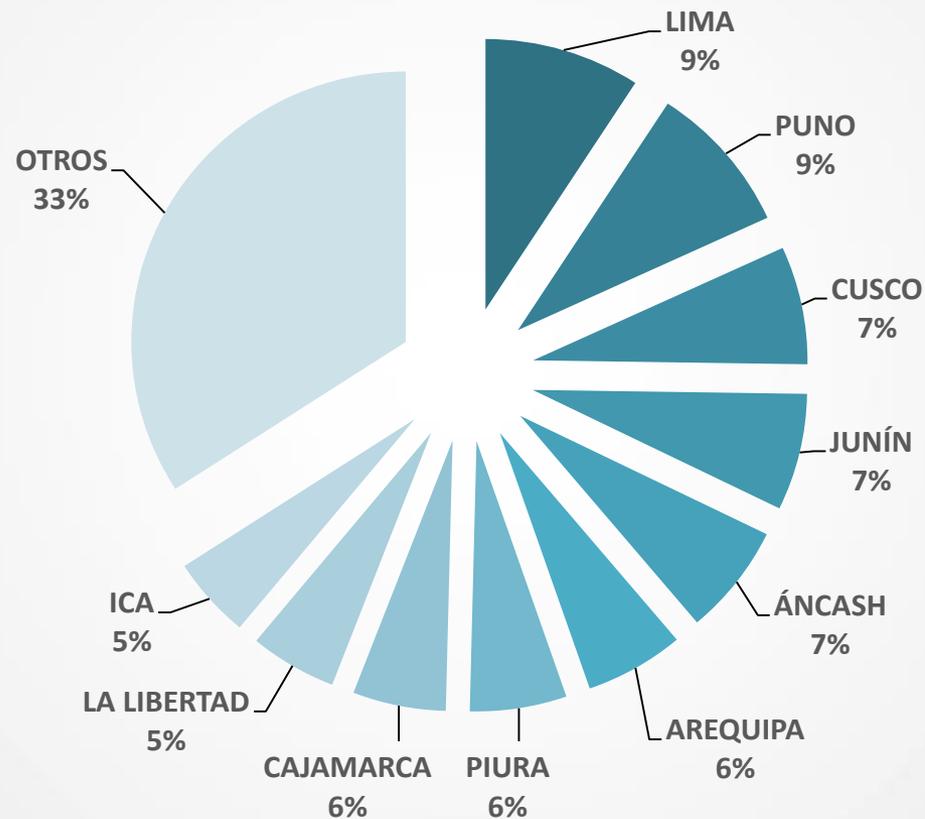
Distrito de Incahuasi - Ferreñafe | 100.7 FM  
Titular: Wilmer Antonio Sánchez Manayay

# Estaciones de radio y televisión

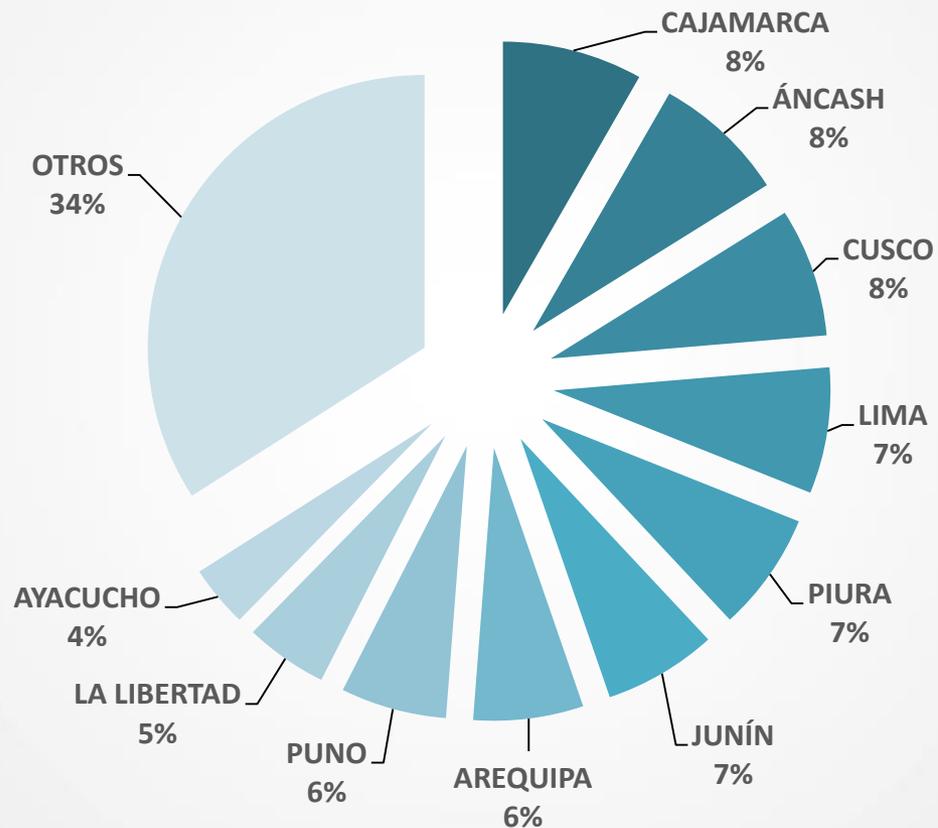
Número de estaciones de radio y televisión a nivel nacional



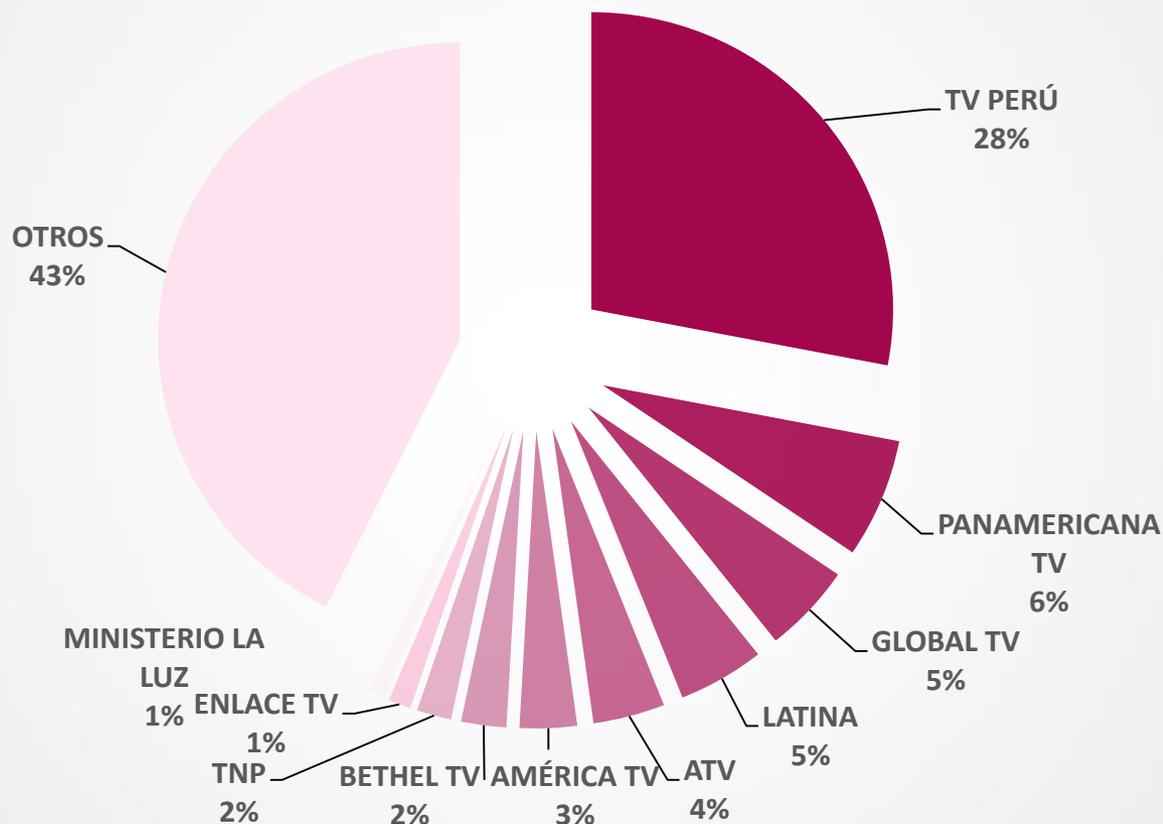
# Estaciones de televisión



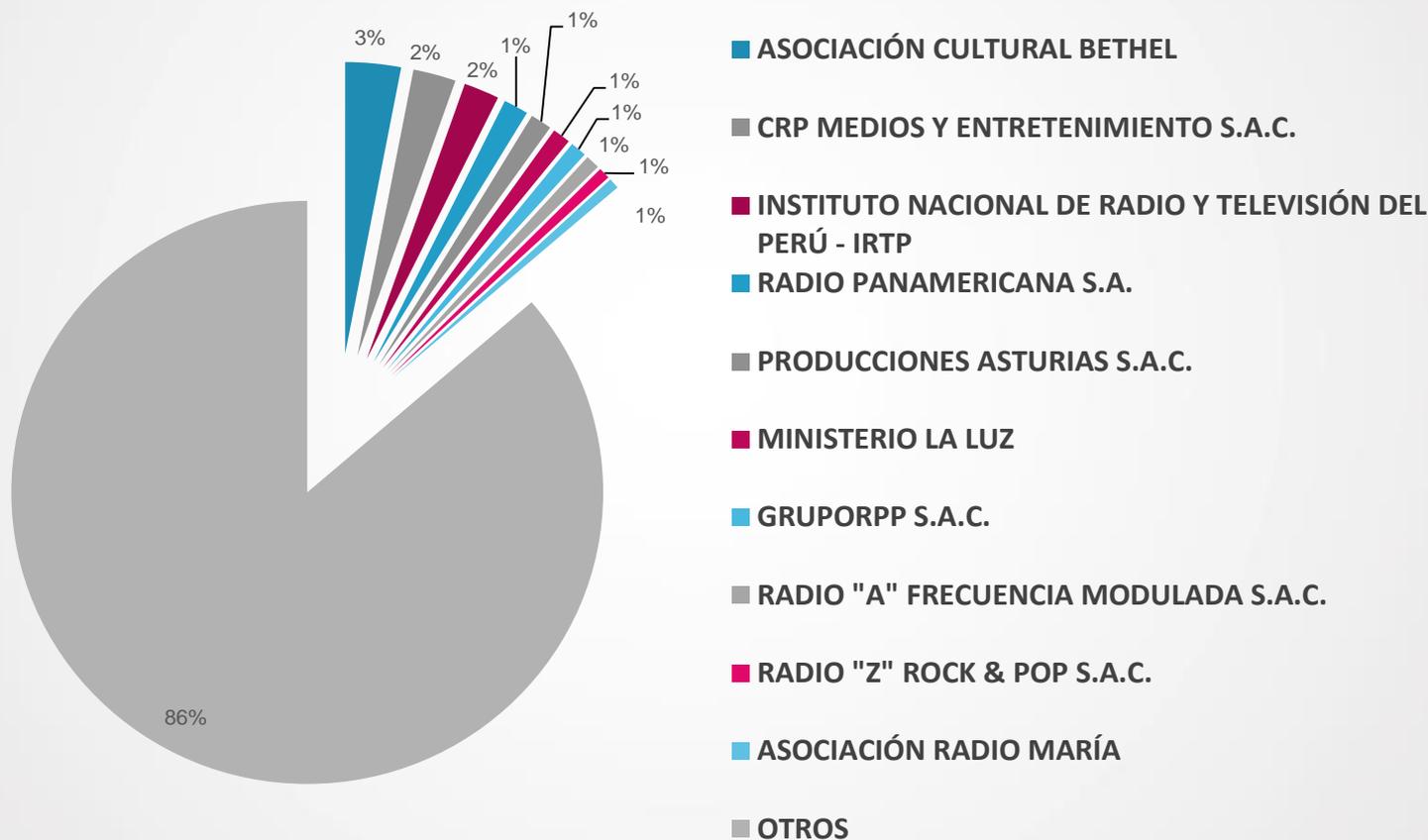
# Estaciones de radio



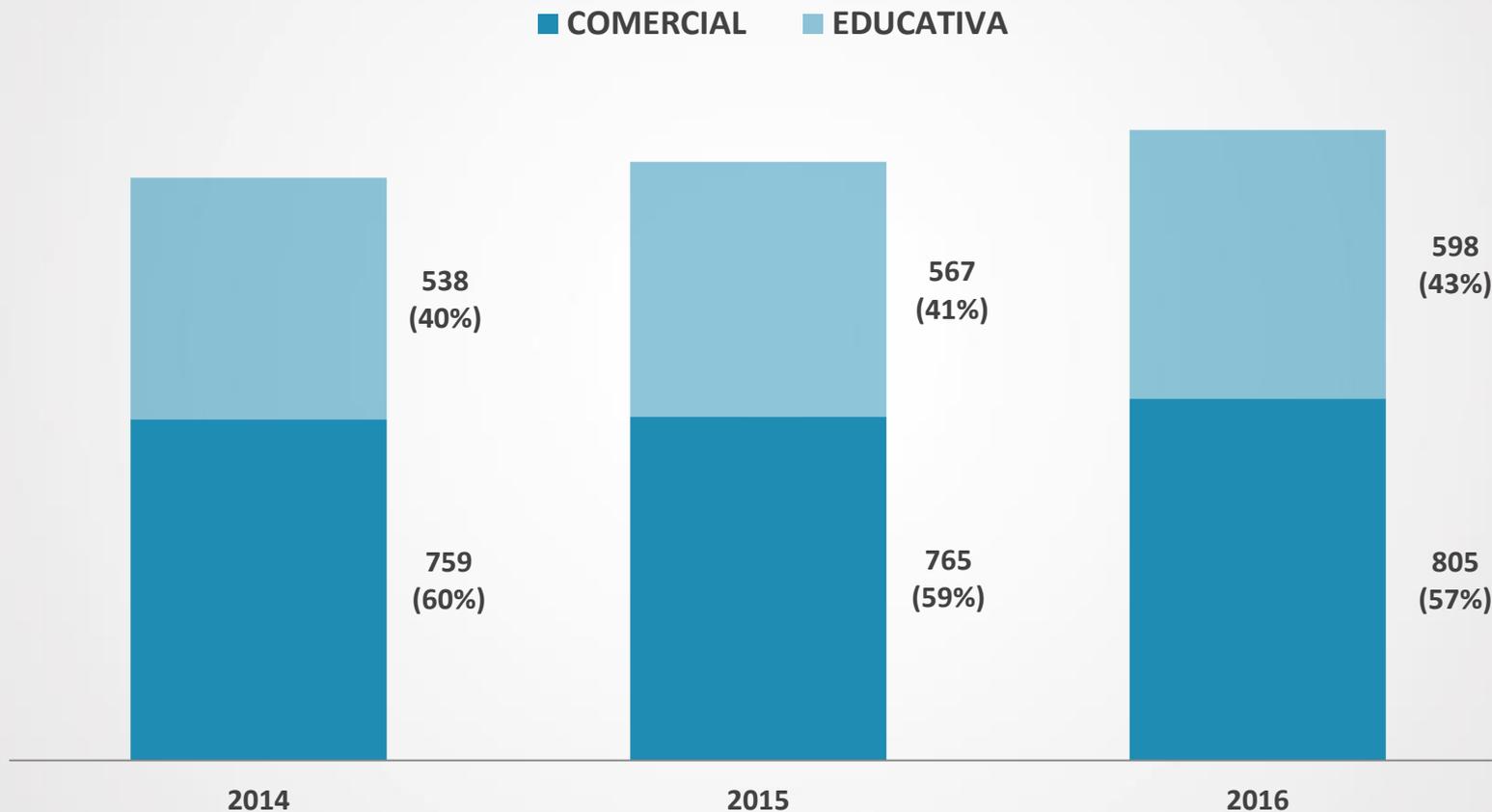
# Titulares con más estaciones TV



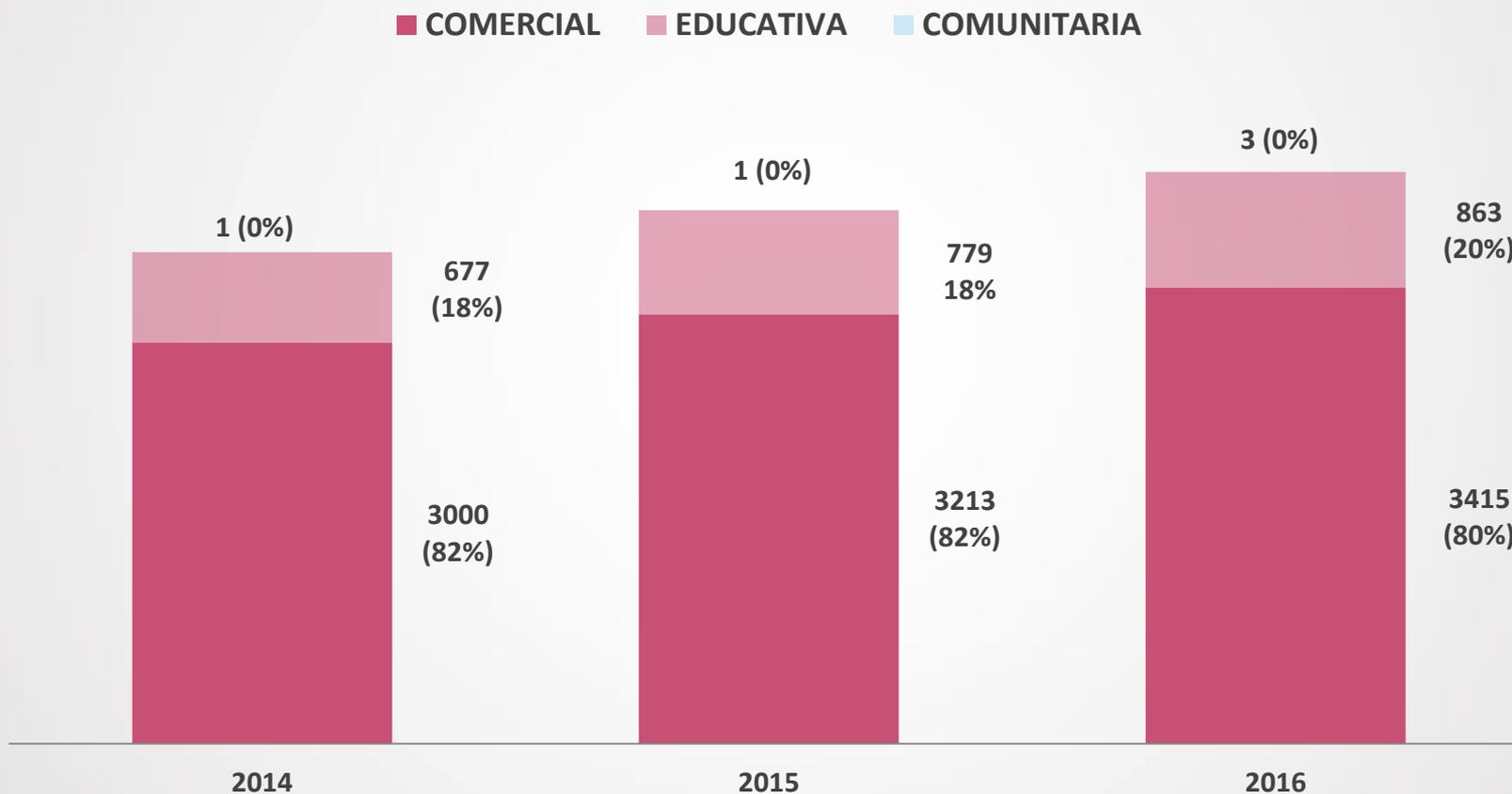
# 10 Titulares con más estaciones radio



# Finalidad de la TV



# Finalidad de la radio



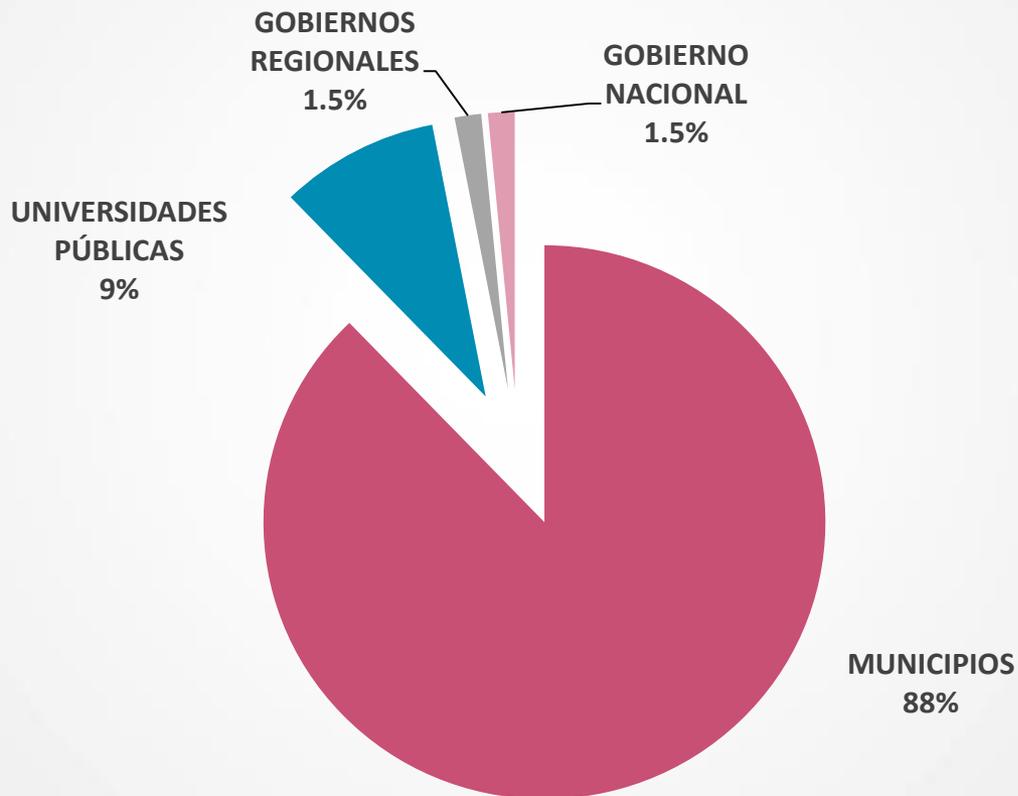
# Radio y TV pública/estatal

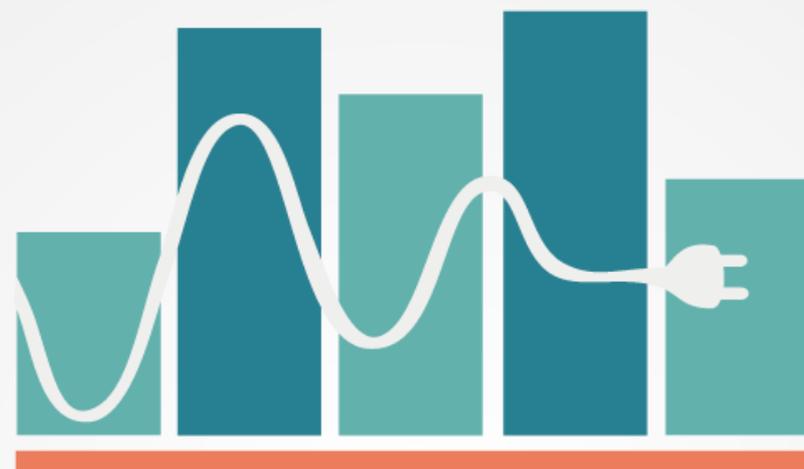
Número de empresas/entidades de radio y TV pública/estatal



# Radio y TV pública/estatal

Titulares de radio y TV pública/estatal según origen





The graphic consists of 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 below the third bar, rising to a second peak above the fourth bar, and finally ending as a horizontal line that terminates in a white electrical plug icon. 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)



98%  
ve TV



85%  
escucha radio



69%  
lee diarios



44%  
navega por Internet

### Horas diarias

04:30

04:06

03:00

03:54

+ sensacionalista  
(54%)

+ cercano a la gente  
(34%)

+ educativo  
(42%)

## 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



18%

escucha radio local todos los días



insatisfecho

55%

60%

satisfecho

## Presencia de contenidos inadecuados



71%

Violencia

32%

56%

Discriminación

30%

54%

Palabras groseras

29%

48%

Situaciones de mal ejemplo

18%

33%

Contenido sexual

15%

24%

Contenido para adultos en  
Horario Familiar

8%

## ¿Cómo muestra la televisión a...?



Imagen negativa

64%

63%

62%

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% (92%)

“Se aprovechan del dolor humano”

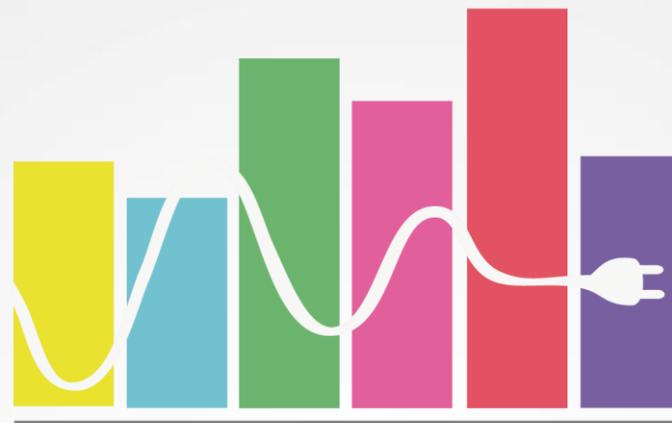
81% (98%)

“Son programas de entretenimiento, policial y no de información” 71% (98%)



(Porcentajes Chiclayo)

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.



## CONSUMO TELEVISIVO Y RADIAL EN NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES

# 2016

### Ficha

#### Técnica:

Estudio realizado por la Asociación de Comunicadores Sociales Calandria a pedido del CONCORTV.

Periodo de campo: Del 03 al 27 de julio de 2016.

Universo: Niños y niñas de 7 a 11 años y adolescentes de 12 a 16 años, de todos los niveles socioeconómicos en proporción urbano y rural.

Muestra: 9,149 personas: 1.352 en Lima y Callao y aproximadamente 459 en cada una de las 17 ciudades restantes.

## Consumo de medios



**100%**  
Ver televisión



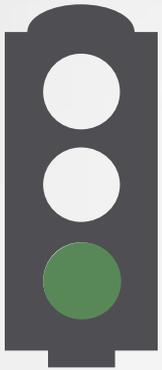
**100%**  
Escuchar  
radio



**96.9%**  
Navegar por  
internet

# Evaluación de géneros televisivos

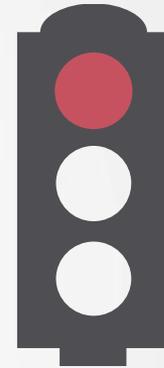
(Calificación de 0 a 20)



**Películas (17)**  
Dibujos animados,  
deportivos,  
noticieros (16)  
Concursos de  
canto  
y/o baile (15)



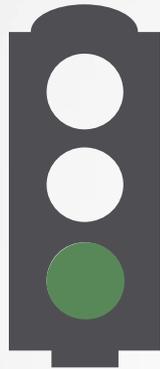
**Series,  
miniseries  
(14)**  
Realities de  
Competencias  
(13)



**Espectáculos  
, novelas  
(10.5)**

# Evaluación de géneros televisivos

(Calificación de 0 a 20)



**Películas, dibujos animados, concursos de canto y/o baile, deportivos (16)**  
**Noticieros (15)**



**Series, miniserias, realities de Competencias (14)**  
**Novelas (13)**  
**Espectáculos (11)**

TOTAL

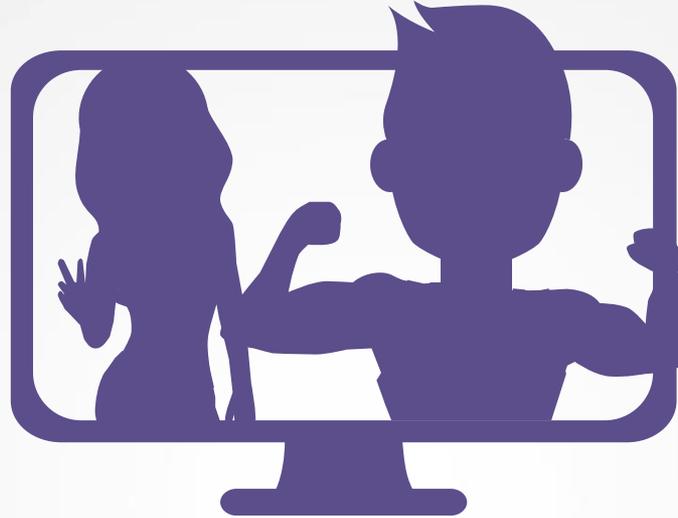


Mis programas favoritos son...

Esto es Guerra	13%	17%
Al fondo hay sitio	10%	20%
Yo Soy	5%	3.2%

(Porcentajes Chiclayo)

TOTAL



“El **52.8%**

quiere ser como el personaje que  
admira de la TV”

Chiclayo

**55%**

## Personajes favoritos de la TV



Nicola Porcella  
(2%)



Patricio Parodi  
(2%)



Goku  
(2%)

“Alegres y chistosos”, “Guerreros y luchadores”

## Personajes favoritos de la TV



Lionel Messi  
(4%)



Nicola Porcella  
(2.6%)



Patricio Parodi  
(2.6%)

**“Alegres y chistosos”, “Habilidad para jugar”**

## Percepciones de los programas de la TV

“Veo mucha violencia en los noticieros”

**73%** (75%)

“Se usa lenguaje grosero y vulgar en los realities de competencia”

**34%** (28%)

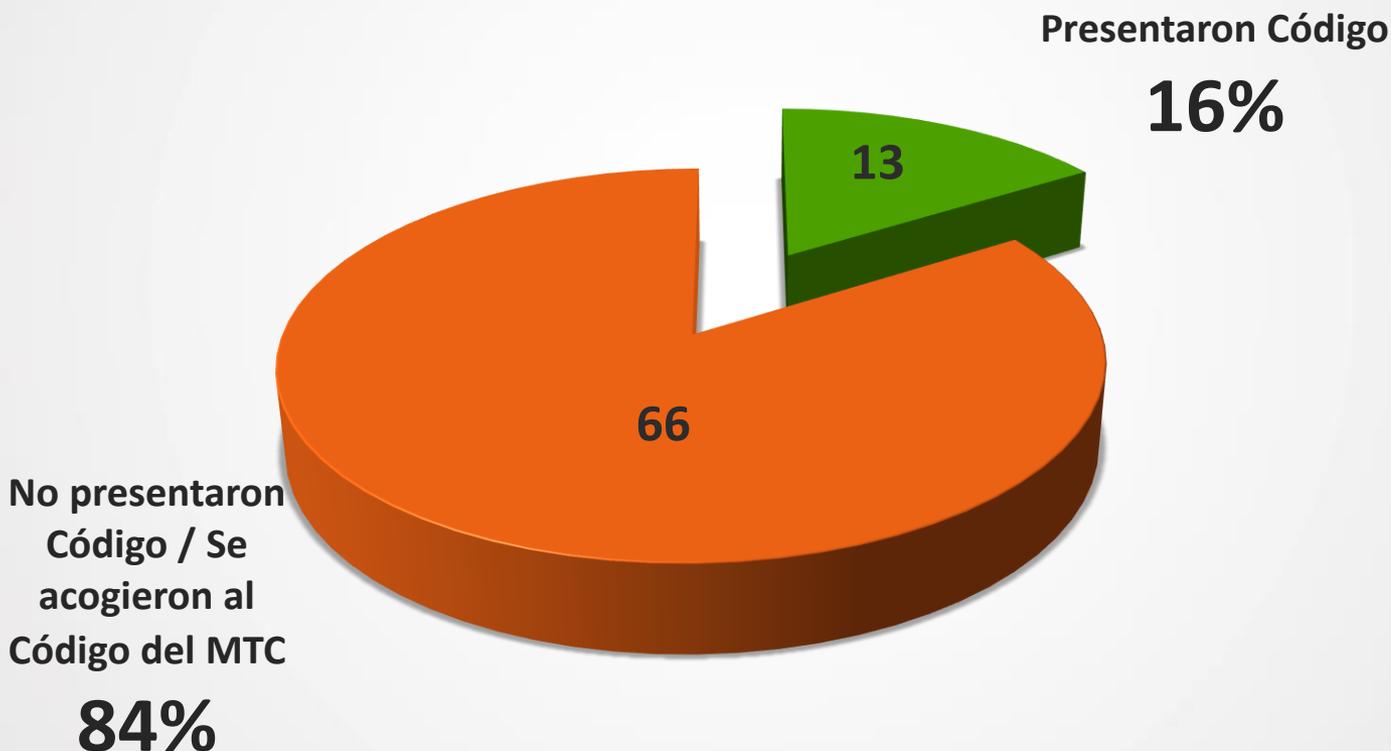
“Aparecen imágenes de contenido sexual en los programas de espectáculos”

**24%** (17%)



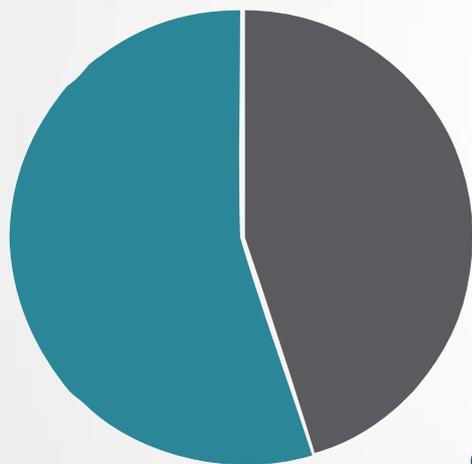
(Porcentajes Chiclayo)

# Cumplimiento del Código de Ética



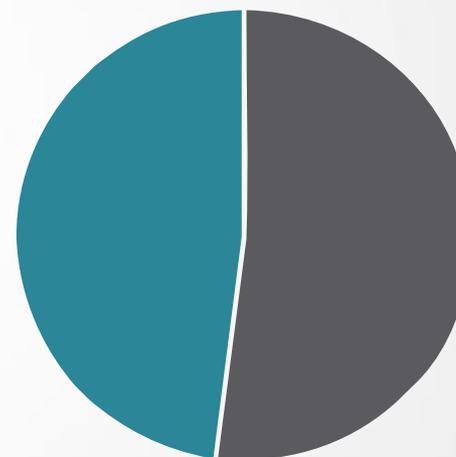
# Regulación de medios

## Conocimiento del Horario Familiar



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

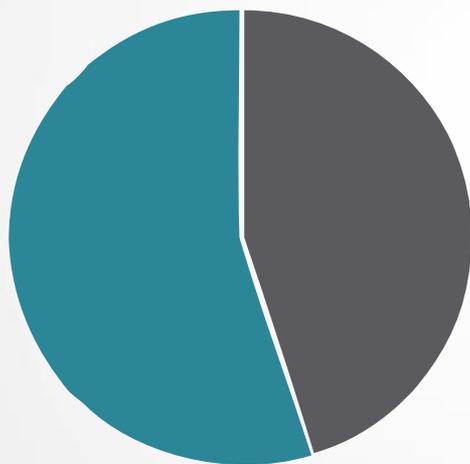
## Conocimiento del derecho a quejarse por contenidos inadecuados en el Horario Familiar



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

# Regulación de medios

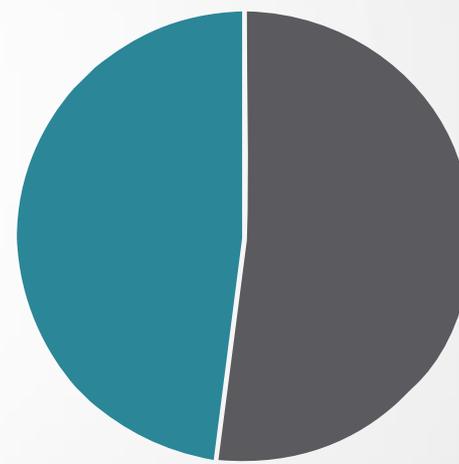
## Conocimiento del Horario Familiar



**53%**

**No conoce**

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



**33%**

**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)
<b>110</b>	<b>13</b>

Fuente: Web SNRTV

## Ministerio de Transportes y Comunicaciones - MTC

QUEJAS RECIBIDAS (2004-2016)	SANCIONES EMITIDAS (2004-2016)
<b>07</b>	<b>4</b>

“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



Síguenos



/concordtv



@concordtv

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