

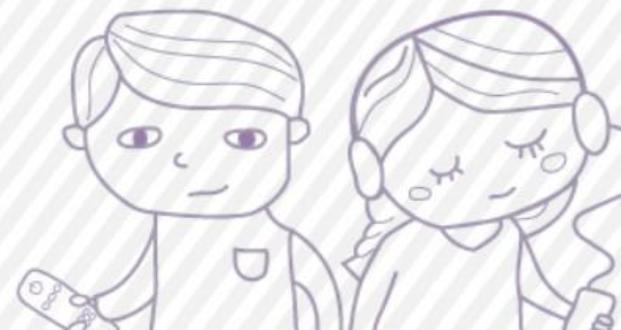
TALLER

REC

Niñez y Medios de Comunicación

PUCALLPA, 30 DE OCTUBRE


CONCORTV
Consejo Consultivo de Radio y Televisión



**“Los medios son un poder,
en especial la radio y
televisión”**

Radio y TV en cifras



17
Titulares

estaciones

16
comercial

9
educativa

0
comunitaria

1
estatales



81
Titulares

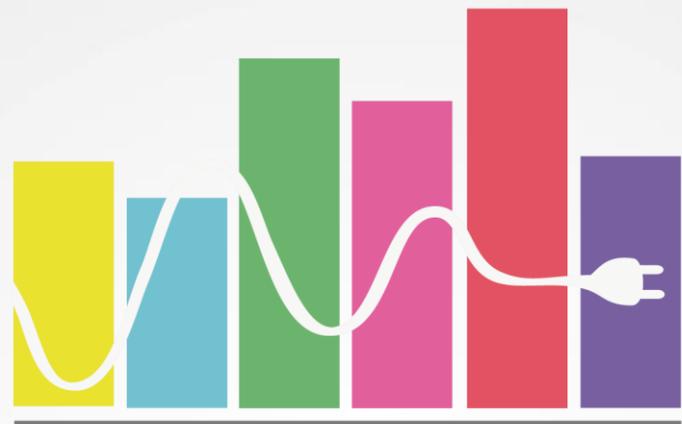
estaciones

74
comercial

21
educativa

3
comunitaria

3
estatales



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.

Actividades realizadas

(lunes – viernes)



100%

Ver televisión



86%

Navegar por internet



84%

Escuchar radio



81%

Estudiar /ir a clases

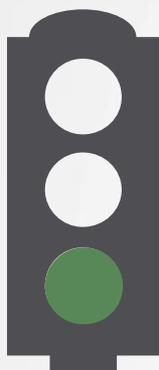


33%

Jugar

Evaluación de géneros televisivos

(Calificación de 0 a 20)



Películas (17)
Noticiarios, dibujos
animados
deportes, Concursos de
canto/baile (16)



**Series/miniserias
(14)**
Novelas,
Realities de
Competencia (13)



**Espectáculos/
chismes (10)**

¿Cómo muestra la televisión a...?



Víctimas o maltratadas

49%

47%

37%

TOTAL

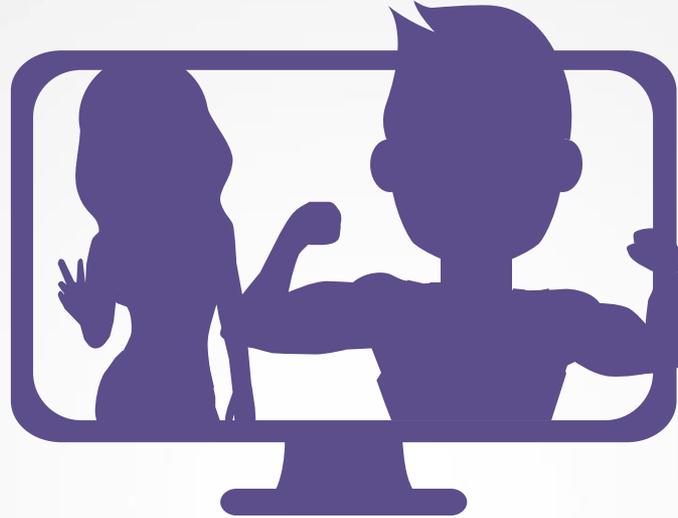


Mis programas favoritos son...

Esto es Guerra	13%	27%
Al fondo hay sitio	10%	12%
Combate	3%	3%

(Porcentajes Pucallpa)

TOTAL



“El 52.8%
quiere ser como el personaje que
admira de la TV”

Pucallpa

55%

Personajes favoritos de la TV



Nicola Porcella
(2%)



Patricio Parodi
(2%)



Goku
(2%)

“Alegres y chistosos”, “Guerreros y luchadores”

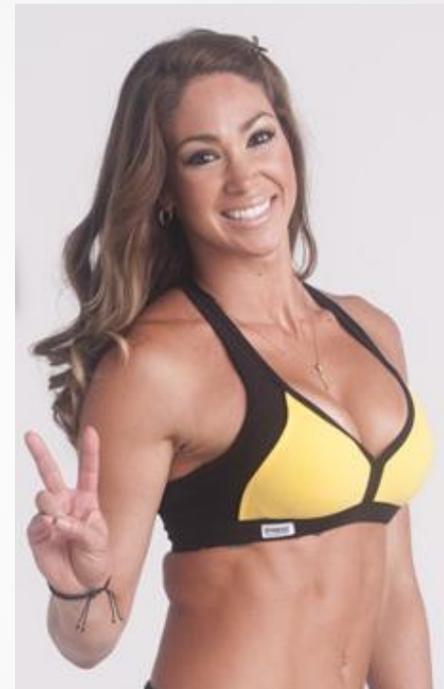
Personajes favoritos de la TV



Nicola Porcella
(6%)



Patricio Parodi
(5%)



Melissa Loza
(4%)

“Alegres y chistosos”, “Belleza física”

Percepciones de los programas de la TV

“Veo mucha violencia en los noticieros”

73% (80%)

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

34% (33%)

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

24% (29%)



(Porcentajes Pucallpa)

Medios en la escuela



Presencia de
televisor en el
salón de clase



NO

56%

88%

Enseñanza en el colegio
sobre analizar y comentar
lo que ven en la TV

**Sí me han
enseñado**

60%

60%

(Porcentajes Pucallpa)

¿Te han puesto reglas o condiciones para ver TV?

Sí

65%

Ver TV luego de terminar las tareas	89%
Ver TV hasta cierta hora	80%
Ver solo ciertos programas	71%
Ver solo ciertos canales	68%
Ver TV cierta cantidad de horas	60%

¿Con quién ves principalmente la TV?

Con papá o mamá	32%
Con mis hermanos/hermanas	30%
Solo	22%

¿Quién elige lo que ves en la TV?

Papá o mamá	46%
Yo	17%
Mis hermanos/hermanas	7%

¿Qué tipo de publicidad ves?



Ropa

27%



Comida

24%



Teléfonos/computadoras

22%

“He comprado o deseado adquirir los productos vistos en la publicidad televisiva”

45%

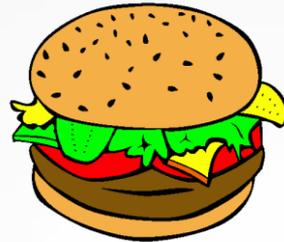
(Porcentajes Pucallpa)

¿Qué tipo de publicidad escuchas?



Ropa

9%



Comida

10%



Teléfonos/computadoras

10%

“He comprado o deseado adquirir los productos escuchados en la publicidad de la radio”

31%

(Porcentajes Pucallpa)



NIÑOS IMITAN JUEGOS DE "ESTO ES GUERRA" EN VENTANILLA

Locas por Nicola Porcella: Fans piden su regreso a Esto Es Guerra con impactantes mensajes

No hacen caso a las acusaciones de agresión.



Huánuco: Niña se incrusta juego de tuercas de 'Esto es Guerra' en el abdomen

Miércoles 09 de julio del 2014 | 13:29

La menor de iniciales X. R. B. (8) fue operada en el hospital Hermilio Valdizán.



Esto es Guerra: Hermanos se inyectan petróleo para parecerse a sus ídolos

Este insólito caso ocurrió hace dos semanas en la localidad de Santo Tomás - Cusco



Derechos de los NNA en los medios de comunicación

Código de los Niños, Niñas y Adolescentes

- **Artículo 6º.-**

(...) Cuando un niño o adolescente se encuentren involucrados como víctimas, autores, partícipes o testigos de una infracción, falta o delito, **no se publicará su identidad ni su imagen a través de los medios de comunicación.**

Código de los Niños, Niñas y Adolescentes

Tendrán derecho a expresar su opinión libremente en todos los asuntos que les afecten y por los medios que se elijan.

HORARIO FAMILIAR

La programación que se transmita en el Horario Familiar debe evitar los **contenidos violentos, obscenos o de otra índole**, que puedan afectar los valores inherentes a la familia, los niños y adolescentes. Este horario es el comprendido entre las **06:00 y 22:00 horas**.

Propuestas para guía de orientación única

A green square with the letters 'APT' in white, bold, sans-serif font.

APTO PARA TODOS

- Nada o poca violencia
- No hay lenguaje inapropiado o conductas disruptivas
- No hay situaciones o insinuaciones sexuales.

MAYORES DE 14 AÑOS

- Presenta violencia moderada, lenguaje grosero, situaciones sexuales o conductas antisociales.
- Se recomienda la supervisión de un adulto.

A yellow square with the number '14' in white, bold, sans-serif font.A red square with the number '18' in white, bold, sans-serif font.

SOLO PARA ADULTOS

- Violencia, escenas sexuales explícitas y/o lenguaje grotesco e indecente.

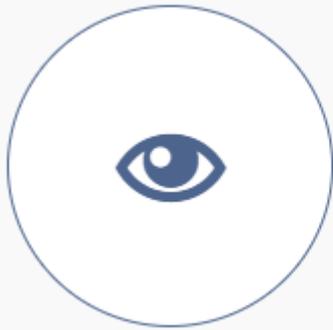
CO - REGULACIÓN

- Ante el propio medio
- Solución inmediata (15 días), sin costo, eficaz
- Prueba recae en el titular (Latina, América TV, etc.)

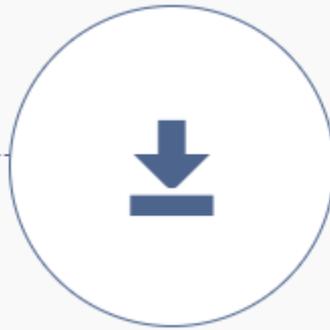


¿Cómo quejarse por contenidos inadecuados en radio y TV?

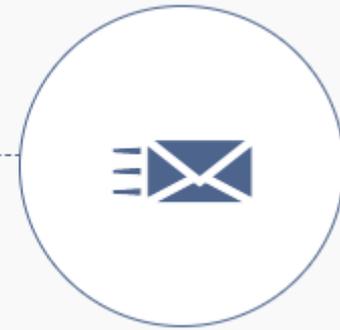
Medio asociado a la Sociedad Nacional de Radio y Televisión - SNRTV



1. Identifica el medio y motivo de la queja en base al Código de Ética de la SNRTV.



2. Descarga el formulario de quejas y complétalo.



3. Envía el formulario por escrito o correo electrónico (fmasias@snrtv.org.pe).

¿Cómo quejarse por contenidos inadecuados en radio y TV?

Otros titulares de radio y televisión a nivel nacional



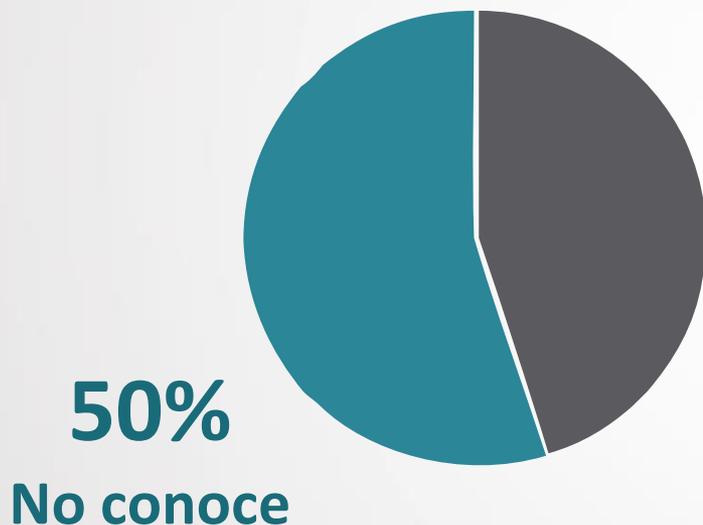
1. Identifica la razón social del medio radial o televisivo en la Web del MTC.

2. Busca el Código de Ética del medio utilizando el nombre de la razón social.

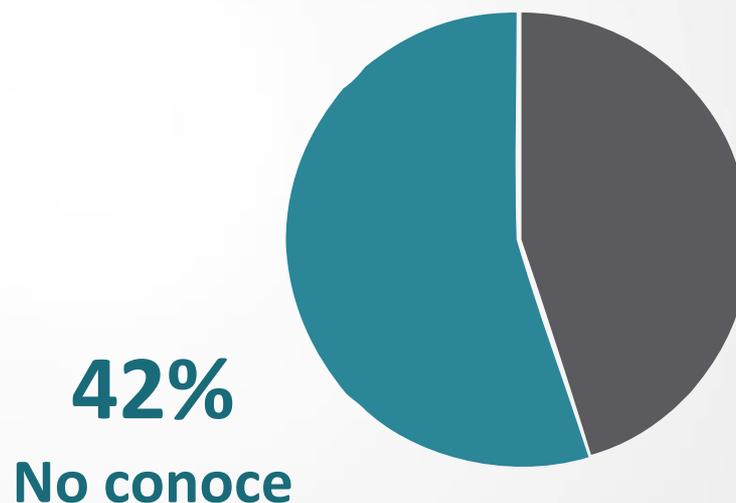
3. Revisa el mecanismo de solución de quejas y sigue el procedimiento que señala.

Regulación de medios

Conocimiento del Horario Familiar



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



DECLARACIÓN DE PRINCIPIOS SOBRE LOS DERECHOS DE LOS NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN



Noviembre de 2012

PCM, MTC, MINEDU, MIMP,
Defensoría del Pueblo
ANDA

Frecuencia Latina, América TV,
Panamericana TV, IRTP, ATV, Global
TV, Bethel TV, Medios Perú, Red TV,
RPP, CRP, entre otros.

Save the Children, UNICEF

#RespetaElHorarioFamiliar

f /concordtv

t @concordtv





Síguenos



/concordtv



@concordtv

www.concordtv.gob.pe

concordtv@concordtv.gob.pe