



SAN IGNACIO DE LOYOLA – ESCUELA ISIL

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

**Situación de la dimensión de transparencia y participación ciudadana de TV
Perú según el sistema de indicadores de calidad de emisoras públicas de
UNESCO**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE
Bachiller en Comunicación Estratégica**

PRESENTADO POR:

Chávez Izáciga, Jeremy Joel / Comunicación Estratégica

ASESOR:

Linares Weilg, Jorge Luis
(ORCID: 0000-0003-2570-4701)

LIMA – PERÚ

2023

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO

ASESOR:

Jorge Luis Linares Weilg

MIEMBROS DEL JURADO

David Vidal Gutierrez

Steve Jason Umán Juarez

Lionel Alexander Cerna Rivas

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Yo, Jeremy Joel Chávez Izáciga Identificado (a) con DNI N° 71618597, perteneciente al Programa de Comunicación Estratégica, siendo mi asesor el Sr Jorge Luis Linares Weilg, identificado (a) con DNI N°: 09582184, y cuyo código ORCID es 0000-0003-2570-4701


DECLARO BAJO JURAMENTO QUE:

- a) Soy el autor del documento académico titulado “Situación de la dimensión de transparencia y participación ciudadana de TV Perú según el sistema de indicadores de calidad de emisoras públicas de UNESCO”.
- b) El trabajo de investigación es original y no ha sido difundido en ningún medio académico; por lo tanto, sus resultados son veraces y no es copia de ningún otro.
- c) El trabajo de investigación cumplió con el análisis del sistema TURNITIN, el cual tiene el 23% de similitud. Se ha respetado el uso de las normas internacionales en cuanto a citas y referencias.
- d) Declaro conocer las consecuencias legales y/o administrativas que puedan derivar si se verifica la falsedad total o parcial de la presente declaración, de acuerdo con lo previsto en el artículo 411 del código penal y el numeral 34.3 del artículo 34 del Texto Único Ordenado de la Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado por Decreto Supremo 004-2019-JUS.

Fecha: 19 de diciembre de 2023

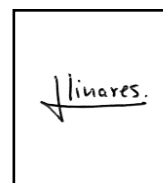
Jeremy Joel Chávez Izáciga

Firma del autor



Jorge Luis Linares Weilg

Firma del asesor



DEDICATORIA

A mi madre, mis abuelos, hermana, primo, tíos y tías, quienes siempre me demostraron la confianza y apoyo incondicional que tanto los caracteriza, dejando que encuentre mi propio camino y que, con su luz, no permitieron que me pierda nunca en el camino a cumplir mis sueños. En especial a aquella morena de mirada determinada y dulce sonrisa, en paz descanse.

AGRADECIMIENTOS

A Micha, por darme la vida y las ganas de vivirla al máximo.

A Arely, Daphne, Giselly, Isabel, Jessica, Susan, Rosa y Zelandia, las mujeres que me educaron y formaron.

A Carla y Jose Miguel, por demostrarme que la amistad se forja en la afinidad, pero se pule con el respeto y la comprensión.

A Miriam Larco, por avivar mis ganas de estudiar.

Finalmente, y no por eso menos importante, a Jorge Luis Linares, por su valioso aporte en el desarrollo de este proyecto.

Índice

RESUMEN.....	9
ABSTRACT	10
INTRODUCCIÓN.....	11
CAPÍTULO I: INFORMACIÓN GENERAL.....	13
1.1. Título del Proyecto.....	13
1.2. Área estratégica de desarrollo prioritario.....	13
1.3. Actividad económica en la que se aplicaría la investigación.....	13
1.4. Alcance de la solución.....	14
CAPÍTULO II: DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA.....	15
2.1. Planteamiento del problema.....	15
2.2. Formulación del problema.....	16
2.2.1. Problema general.....	16
2.2.2. Problemas específicos.....	16
2.3. Objetivos de investigación.....	17
2.3.1. Objetivo general.....	17
2.3.2. Objetivos específicos.....	17
2.4. Justificación de la investigación.....	17
2.4.1. Justificación teórica.....	17
2.4.2. Justificación social.....	18
2.4.3. Justificación práctica.....	18
2.4.4. Justificación metodológica.....	18
2.5. Limitaciones de la investigación.....	19
2.6. Viabilidad de la investigación.....	19
CAPÍTULO III: MARCO REFERENCIAL.....	20

3.1. Antecedentes.....	20
3.1.1. Antecedentes nacionales.....	20
3.1.2. Antecedentes internacionales.....	20
MARCO TEÓRICO	22
3.2. Situación de la Televisión en el Perú.....	22
3.3. Modelos de televisión	30
3.3.1. Televisión privada.....	30
3.3.2. Televisión Pública.....	32
3.3.2.1. Modelo de Televisión Europea	32
3.3.2.2. Modelo de Televisión Americano.....	35
CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	37
4.1. Diseño metodológico	37
4.2. Técnica de recolección de datos	41
4.3. Técnicas estadísticas de procesamiento de la información	41
CAPÍTULO V: RESULTADOS DEL RELEVAMIENTO	43
5.1. Transparencia y participación ciudadana	43
5.1.1. Aspectos metodológicos	44
5.1.2. Medición.....	45
CONCLUSIONES.....	68
RECOMENDACIONES	70
FUENTES DE INFORMACIÓN.....	¡Error! Marcador no definido.
ANEXOS.....	75

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Suscriptores de televisión por cable a lo largo del tiempo</i>	27
Tabla 2 <i>Proporción de suscriptores de televisión por cable por cada 100 habitantes</i>	28
Tabla 3 <i>Evolución de la inversión publicitaria en las plataformas tradicionales y digitales</i>	30
Tabla 4 <i>Dimensión de Transparencia y participación ciudadana</i>	38
Tabla 5 <i>Cantidad de programas visualizados</i>	40
Tabla 6 <i>Inclusión de programas en la parrilla según su público y género</i>	51
Tabla 7 <i>Público de la programación según contenidos</i>	52
Tabla 8 <i>Objetivos de la programación</i>	52
Tabla 9 <i>Participación de la ciudadanía en programas de la TV Pública</i>	63

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Titulares de TV con más estaciones</i>	23
Figura 2 <i>Regiones de TV con más estaciones</i>	24
Figura 3 <i>Estaciones de TDT que se encuentran operando</i>	26
Figura 4 <i>Distribución del mercado de Radiodifusión por Cable según empresa</i>	28
Figura 5 <i>Resultados de la dimensión transparencia y participación ciudadana</i>	45

RESUMEN

La siguiente investigación tuvo como objetivo principal evaluar la calidad de la dimensión de transparencia y participación ciudadana de la emisora estatal TV Perú según el sistema de indicadores de calidad de emisoras públicas de UNESCO. El tipo de investigación fue aplicada con una metodología de enfoque mixto, con un diseño descriptivo/evaluativo de corte transversal. El análisis de la investigación tomó en cuenta la recopilación de datos documentales desde el año 2015 en adelante, así como la observación de las parrillas de programación y registro de contenidos en la pantalla de TV Perú, en la página web y sus redes sociales. Los hallazgos señalan un nivel de calidad medio de la dimensión en mención con una evaluación deficiente de la transparencia en la gestión de recursos económicos y participación ciudadana. Las conclusiones señalan que, aunque TV Perú presenta altos estándares en su concepción pública y establece lineamientos claros para la producción de contenidos, enfrenta desafíos en cuanto a la transparencia en la gestión de recursos económicos, con una falta de difusión efectiva de documentos financieros. Asimismo, la participación ciudadana se ve afectada por la falta de cumplimiento de protocolos y políticas, la ausencia de canales de reclamo propios y la carencia de mecanismos para el seguimiento y registro de las opiniones de la audiencia.

Palabras clave: Calidad, Emisora Pública, Transparencia, Participación ciudadana

ABSTRACT

The main objective of the research was to evaluate the quality of the transparency and citizen participation dimension of the state broadcaster TV Perú according to the UNESCO system of quality indicators for public broadcasters. The type of research was applied with a mixed approach methodology, with a cross-sectional descriptive/evaluative design. For the analysis of the research, the collection of documentary data from 2015 onwards is taken into account, as well as the observation of the programming grids and content registration on the station's screen, on the website and its social networks. The findings indicate a medium quality level of the dimension in question with a poor evaluation of transparency in the administration of economic resources and citizen participation. The conclusions indicate that although the station presents high standards in its public conception and establishes clear guidelines for the production of content, it faces challenges in terms of transparency in the administration of economic resources, with a lack of effective dissemination of financial documents. Citizen participation is affected by the lack of compliance with protocols and policies, the absence of own complaint channels and the lack of mechanisms for monitoring and recording the opinions of the audience.

Keywords: Quality, Public Broadcaster, Transparency, Citizen Participation

INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación son agentes socializadores que influyen directamente en la construcción de la identidad colectiva y en la formación de la opinión pública. Los medios públicos, en particular, desempeñan un papel crucial al ser considerados como un servicio esencial para la sociedad. Su función principal reside en proporcionar información imparcial y diversa, promoviendo el pluralismo y la participación ciudadana. Al orientarse hacia el interés público, los medios públicos como TV Perú deberían garantizar altos estándares de transparencia y participación, siendo esenciales para fortalecer la democracia al facilitar el acceso a información confiable y al fomentar el diálogo inclusivo, entre otros.

Es por ello que el propósito de la siguiente investigación es el de conocer la calidad de los aspectos básicos y funcionales de TV Perú según los indicadores planteados por UNESCO para medir a las emisoras públicas, en este caso dentro de la dimensión de transparencia y participación ciudadana, la cual se consideró como la primordial por sus efectos en la percepción de la audiencia. Para ello fue necesario examinar la concepción de los principios que guían y fundamentan a la emisora, las características de transparencia en la gestión de los recursos económicos y el nivel de involucramiento de la audiencia en la toma de decisiones de la misma, también conocido como participación ciudadana.

El estudio se compone de la siguiente forma:

Capítulo I: Información general, donde se señala el área estratégica de desarrollo prioritario, la actividad económica y el alcance de la investigación.

Capítulo II: Descripción de la investigación aplicada, donde se detalla la realidad de la problemática: el problema, los objetivos, justificación, limitaciones y viabilidad del proyecto.

Capítulo III: Marco referencial, que incluye los antecedentes y el marco teórico de las variables.

Capitulo IV: Metodología de la investigación, que comprende el diseño metodológico de la investigación, así como las técnicas de recojo y procesamiento de datos.

Capitulo V: Resultados del relevamiento, que sintetiza los hallazgos y evalúa las características de TV Perú.

Finalmente, las conclusiones, recomendaciones, fuentes de información y anexos.

CAPÍTULO I: INFORMACIÓN GENERAL

1.1. Título del Proyecto

Situación de la dimensión de transparencia y participación ciudadana de TV Perú según el sistema de indicadores de calidad de emisoras públicas de UNESCO

1.2. Área estratégica de desarrollo prioritario

La presente investigación se desarrolla en base al análisis de la calidad de la cadena de televisión estatal peruana como emisora pública según los indicadores de calidad establecidos por UNESCO. De esta forma se busca establecer si la televisión estatal peruana cumple con las condiciones de emisora pública, esto con el fin de presentar un punto de partida para una rendición de cuentas objetiva sobre bases razonables de comparación en sus diferentes dimensiones. Por ello, el proyecto tendrá como línea de investigación comunicación, sociedad y cultura.

1.3. Actividad económica en la que se aplicaría la investigación

Programa de estudios: Comunicación Estratégica

La investigación se centrará en la industria audiovisual y de medios de comunicación. Asimismo, contiene un marcado carácter social debido a que se buscará determinar si la cadena de televisión estatal peruana como emisora pública según los indicadores de calidad establecidos por UNESCO.

En el 2022, la televisión fue el medio de comunicación preferido por los peruanos. En relación a lo anterior, las ciudades con mayor índice de consumo son Chimbote, 100%; Ica, 99.1%; Huaraz y Piura; 98.9%. Además, el promedio

de horas consumidas diariamente es de tres (03) horas y dos (02) minutos en el ámbito urbano y dos (02) horas y treinta y cuatro (34) minutos en el ámbito rural (Consejo Consultivo de Radio y Televisión [CONCORTV], 2023). Según cifras del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2017), el 72.8% de los hogares peruanos poseen televisores a nivel nacional. La Provincia Constitucional del Callao lidera este porcentaje a nivel nacional con un 96.3%, seguida por la provincia de Lima con un 92.8%, Ica con un 84.7%, y Tumbes con un 84.4%.

En el año 2022, la televisión abierta recabó 215 millones de USD convirtiéndose en el medio con mayor inversión publicitaria (CPI Research, 2023).

De acuerdo con lo mencionado, se puede observar que la presencia de contenidos en los medios públicos tiene un impacto significativo en el desarrollo de la industria audiovisual.

1.4. Alcance de la solución

Esta investigación está centrada en el análisis de la emisora TV Perú y los contenidos transmitidos en su programación. La investigación se lleva a cabo a nivel de Lima Metropolitana y tiene como objeto de estudio el medio de comunicación con la mayor penetración a nivel nacional, alcanzando un 98.7%. En cuanto al aspecto temporal, la investigación se lleva a cabo a lo largo del año 2023.

CAPÍTULO II: DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA

2.1. Planteamiento del problema

El debate internacional sobre la calidad televisiva data de más de 30 años atrás si tenemos en cuenta las investigaciones de Blumler o Richeri. La dificultad para entender la televisión y establecer criterios comunes para valorar su calidad radica en la complejidad de su composición como medio de comunicación y los diferentes factores que influyen sobre ella: contexto histórico, socioeconómico, político, cultural, tecnológico, entre otros (Ojer, 2010).

Es así que se distinguen diferentes criterios para medir la calidad de un producto televisivo siendo los más históricamente conocidos los relacionados a sus resultados, su forma y su función. A pesar de la gran cantidad de criterios para definir la calidad y, por ende, la complejidad de la labor, se han realizado numerosos estudios e investigaciones que buscan lo mismo que esta publicación: establecer un modelo de excelencia que permita valorar la calidad de la televisión de manera efectiva.

La televisión y, aún en mayor grado, la televisión pública cumple un rol fundamental como agente socializador pues transmite normas, valores y modelos de comportamiento en los individuos y en este rol se enfrenta al desafío de producir y difundir contenidos que cumplan con las expectativas de la audiencia, lo cual se ve reflejado en la medición del rating.

El canal estatal peruano TV Perú – Canal 7 enfrenta un contexto peculiar puesto que en los últimos años ha disminuido en su audiencia en un 22%, pero mantiene sus niveles de satisfacción (CONCORTV, 2023).

Resulta pertinente evaluar las características fundamentales del servicio de televisión estatal TV Perú en relación a los criterios de la televisión pública, es por ello que, apelando al paradigma la Comunicación para el Desarrollo, se plantea el siguiente trabajo de investigación, con el cual se busca aportar a la sociedad brindando un análisis de indicadores externos al mercado que puedan establecer una medición base para realizar comparaciones permanentes y procesos de mejoramiento cuantificables.

2.2. Formulación del problema

2.2.1. Problema general

¿Cuál es la situación de la dimensión de Transparencia y participación ciudadana de TV Perú según el sistema de indicadores de calidad de emisoras públicas de UNESCO?

2.2.2. Problemas específicos

¿Cuál es la situación de la subdimensión de definición de emisora pública de TV Perú según el sistema de indicadores de calidad de emisoras públicas de UNESCO?

¿Cuál es la situación de la subdimensión de transparencia en la gestión de recursos económicos de TV Perú según el sistema de indicadores de calidad de emisoras públicas de UNESCO?

¿Cuál es la situación de la subdimensión de participación ciudadana de TV Perú según el sistema de indicadores de calidad de emisoras públicas de UNESCO?

2.3. Objetivos de investigación

2.3.1. Objetivo general

Evaluar la situación de la dimensión de Transparencia y participación ciudadana de TV Perú según el sistema de indicadores de calidad de emisoras públicas de UNESCO

2.3.2. Objetivos específicos

Evaluar la situación de la subdimensión de definición de la emisora pública de TV Perú según el sistema de indicadores de calidad de emisoras públicas de UNESCO

Evaluar la situación de la subdimensión de transparencia en la gestión de recursos económicos de TV Perú según el sistema de indicadores de calidad de emisoras públicas de UNESCO

Evaluar la situación de la subdimensión de participación ciudadana de TV Perú según el sistema de indicadores de calidad de emisoras públicas de UNESCO

2.4. Justificación de la investigación

2.4.1. Justificación teórica

Debido al principio de responsabilidad social que rige la prestación de los servicios de radiodifusión y a la gran diversificación de la oferta televisiva, hoy es más que necesario mostrar interés en el debate de la calidad televisiva, aún en mayor grado si el objeto de estudio es un medio estatal pues es un servicio de interés público y su función es la búsqueda del bien común.

La calidad televisiva constituye una variable de gran importancia para el mejoramiento de la experiencia de espectador y el fortalecimiento de las comunicaciones (UNESCO, 2013), en ese contexto esta investigación aportará al enriquecimiento del debate y la literatura científica relacionada a este concepto.

2.4.2. Justificación social

La investigación se justifica socialmente debido al rol fundamental de la televisión pública en la transmisión de contenidos de calidad y credibilidad con un enfoque social y cultural. Este análisis tiene implicaciones directas en la cohesión social y en garantizar que los beneficios de la programación lleguen a todos los sectores de la sociedad peruana, reforzando así la relevancia y el impacto positivo de la televisión estatal en la comunidad.

2.4.3. Justificación práctica

El estudio tiene como objetivo identificar las variables de calidad del sistema televisivo público mediante el uso de criterios internacionales. El propósito es proporcionar información objetiva que pueda contribuir a la toma de decisiones en relación con políticas públicas. Este modelo de evaluación permitirá aplicar evaluaciones periódicas de la calidad TV Perú como emisora pública.

2.4.4. Justificación metodológica

Se revisaron los indicadores planteados por la UNESCO en el documento “Indicadores de calidad de las emisoras públicas – Evaluación Contemporánea”, las cuales luego de su revisión se adaptaron a la realidad peruana y las limitaciones de la investigación.

2.5. Limitaciones de la investigación

La investigación se basa en el análisis de la cadena de televisión pública TV Perú. La primera limitación observada es la dificultad para encontrar fuentes bibliográficas sobre TV Perú, la información disponible para el estudio es escasa. Otra limitación se encontró al intentar acceder a la información de la institución por lo que resulta necesario obtener los datos a través del Portal de Transparencia.

2.6. Viabilidad de la investigación

El presente estudio es viable debido a que es posible recopilar información sobre el estudio de la calidad televisiva. Además, se cuenta con el instrumento de recolección de información tomado en cuenta de investigaciones anteriores.

CAPÍTULO III: MARCO REFERENCIAL

3.1. Antecedentes

3.1.1. *Antecedentes nacionales*

Giráldez (2020), respecto a su investigación denominada: *Creación de valor público para el desarrollo de la televisión pública peruana – TV Perú*, donde se analizan aspectos relacionados a la conceptualización de la televisión pública en el Perú, así como diferentes modelos de televisión pública. La investigación se propuso identificar los factores que obstaculizan la generación de valor público en la televisión pública peruana, específicamente en TV Perú. Se adoptó un enfoque cualitativo, utilizando entrevistas a expertos y revisión de material documental para abordar el tema desde diversas perspectivas. El alcance del estudio se limitó a TV Perú, con cobertura nacional. Los resultados sugieren que la literatura y la regulación, especialmente en el contexto de las televisiones públicas autónomas, no se reflejan adecuadamente en la práctica. Se destacan elementos cruciales para una gestión efectiva, tales como la eficiencia en la utilización de recursos, el desempeño de procesos, la calidad de los servicios y el impacto social de las iniciativas.

3.1.2. *Antecedentes internacionales*

Peralta-García et al. (2023), en su investigación sobre la calidad de las emisoras radiales comunitarias en Colombia, donde se analizan y puntúan diversas emisoras de radio a través de 33 variables repartidas en seis categorías de evaluación: gestión, capital social, articulación con el territorio, articulación con la ciudadanía, programación, y aprovechamiento de las tecnologías digitales e infraestructuras. La investigación tuvo como objetivo principal poner de manifiesto cómo ha sido el proceso de adaptación, validación y aplicación del Indicador de rentabilidad social en la comunicación (IRSCOM) al sector de radios comunitarias e indígenas en Colombia. La

investigación se lleva a cabo utilizando un enfoque mixto, que incluye un compendio de métodos cuantitativos, derivados de la aplicación del IRSCOM y sus resultados ponderados, y cualitativos, desplegados a partir de grupos focales y entrevistas semiestructuradas con expertos. La muestra del estudio está configurada por 11 emisoras comunitarias, una emisora de interés público asignada a la comunidad indígena Nasa y cuatro redes de radios comunitarias de Colombia. La investigación indica que el IRSCOM ha demostrado ser un instrumento de medición y evaluación que puede ser fácilmente adaptable a contextos geográficos y culturales diferentes a aquellos en los que fue creado, confirmando la hipótesis de trabajo.

Crisóstomo (2021), en su investigación denominada: *El rol de la televisión pública en la comunicación de los movimientos sociales*, donde se lleva a cabo una evaluación comparativa entre la televisión pública chilena, representada por Televisión Nacional de Chile (TVN), y la Televisión Pública Española (TVE1). El propósito de la investigación es evaluar si la televisión pública chilena está cumpliendo su papel como servicio público al ofrecer información de calidad que refleje el pluralismo en el medio. Se utiliza un enfoque mixto (cuantitativo y cualitativo) con un diseño descriptivo-explicativo y se centra en el análisis de piezas audiovisuales relacionadas con los movimientos feminista y de pensiones. Se divide en cuatro etapas: la elaboración de una matriz para el análisis, un enfoque cuantitativo basado en la matriz de vaciado de datos, un Análisis Crítico del Discurso para evaluar textos periodísticos y un análisis detallado para enriquecer la evaluación cuantitativa. Los hallazgos indican que TVE1 tiende a desempeñar un papel de servicio público con un mayor grado de pluralismo interno en comparación con TVN, aunque ambos buscan promover la diversidad de fuentes en sus informes, tienen desafíos en la presentación de perspectivas y la neutralidad en la entrega de información.

MARCO TEÓRICO

3.2. Situación de la Televisión en el Perú

En Perú, hay un total de 2,265 estaciones de televisión, distribuidas en 1331 con fines comerciales, 907 con fines educativos y 27 con fines comunitarios. Además, el 99% de los hogares en el ámbito urbano del país posee al menos un televisor, subrayando la relevancia y alcance significativo de la televisión como medio de comunicación, proporcionando información, entretenimiento y cultura en la sociedad peruana (Consejo Consultivo de Radio y Televisión [CONCORTV], 2022).

En el contexto de la implementación de la televisión digital terrestre (TDT) en el país, se registran 148 estaciones que han comenzado a transmitir en la señal digital de la TDT. De estas, 120 operan bajo la modalidad de transmisión simultánea, 26 están en la modalidad de transición directa y 2 han sido autorizadas para prestar servicio de radiodifusión por televisión con tecnología digital. De las 148 estaciones, 23 están operando en el Territorio 01 (Lima y Callao), 69 en las seis localidades del Territorio 02 (Arequipa, Cusco, Trujillo, Chiclayo, Piura y Huancayo), 51 en el Territorio 03 (Ayacucho, Chimbote, Ica, Iquitos, Puno, Juliaca y Tacna) y 5 en el Territorio 05. El empleo de esta señal digital conlleva beneficios sustanciales para los televidentes, ya que se traduce en una mejora significativa en la calidad de audio y video, una cobertura más efectiva, la posibilidad de interactuar y el acceso a una mayor variedad de canales (MTC, 2023).

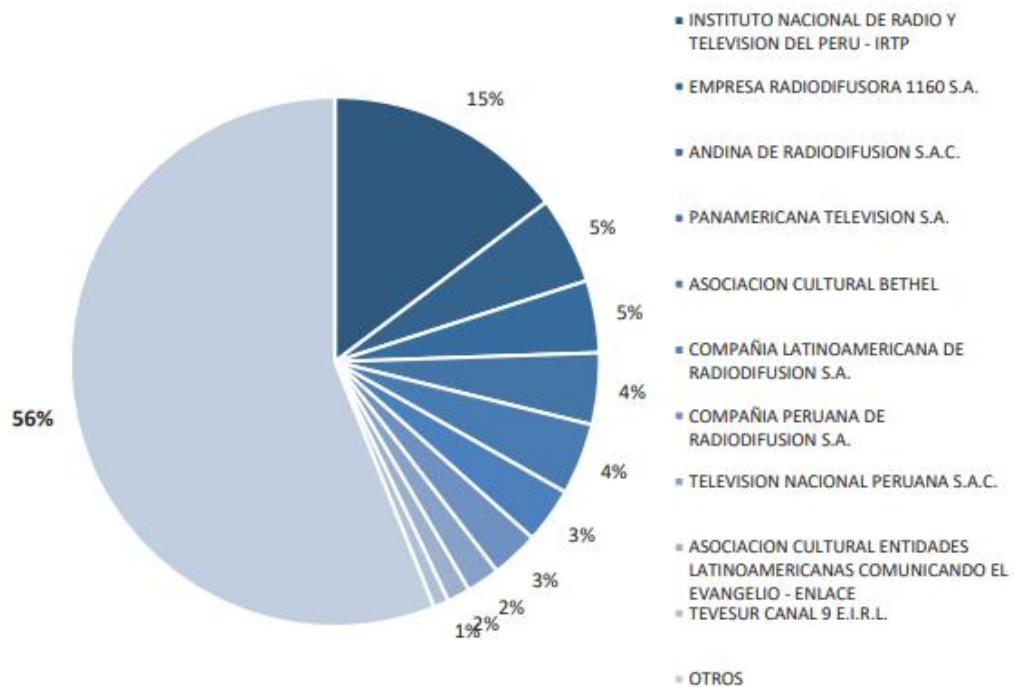
Según el informe "TV y Radio en Cifras 2023", se identifican alrededor de 1,090 titulares o empresas de televisión en todo el país. Sin embargo, se destaca que las 10 empresas con la mayor cantidad de estaciones concentran el 43.9% del total. Entre estas, destacan el Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú (IRTP), Global TV y ATV, que cuentan con 333, 121 y 100 estaciones, respectivamente (ver Tabla A1). Estos porcentajes relativos se visualizarán en la Figura 1.

En cuanto a las regiones con un mayor número de titulares de televisores, Cusco cuenta con el 10%, seguido de Puno con 9%; Ancash, con 8%, al igual que Cajamarca; Apurímac y La Libertad, con 6%, y Arequipa, con 5%, tal como se apreciará en la Figura 2 (CONCORTV, 2023).

Figura

1

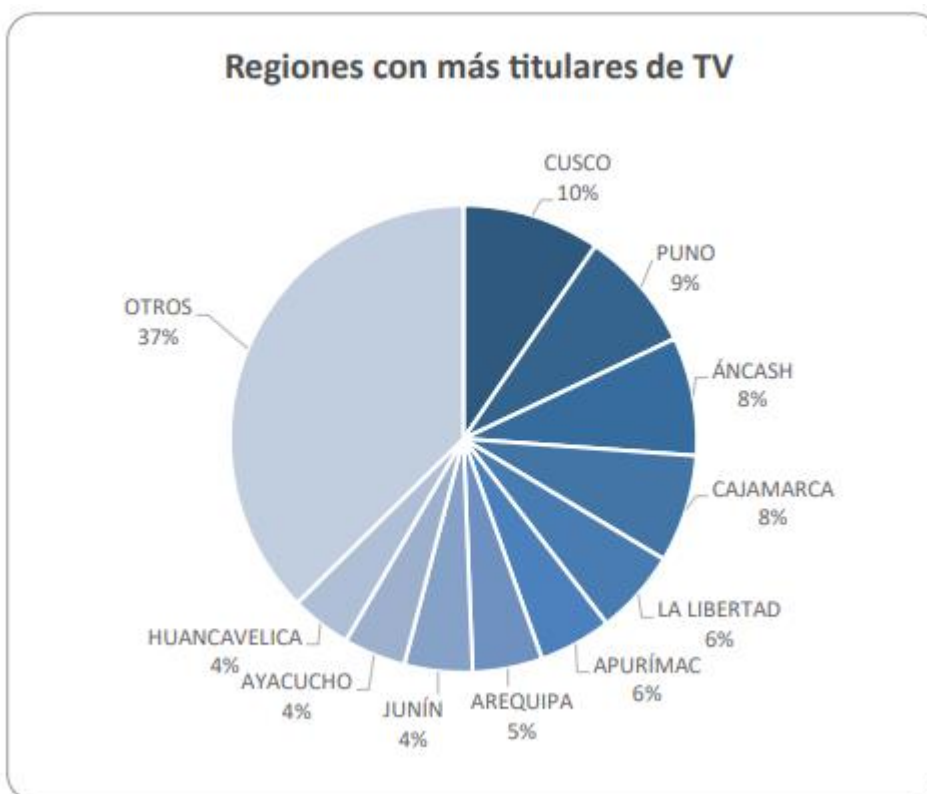
Titulares de TV con más estaciones



Nota: Recuperado de <https://www.concortv.gob.pe/wp-content/uploads/2023/08/informe-tv-y-radio-en-cifras-2023.pdf>

Figura

Regiones de TV *con* más estaciones



Nota: Recuperado de <https://www.concortv.gob.pe/wp-content/uploads/2023/08/Informe-TV-y-Radio-en-Cifras-2023.pdf>

En el ámbito tecnológico de la industria televisiva en Perú, el Plan Maestro para la implementación de la TDT fue aprobado mediante el Decreto Supremo N.º 017-2010-MTC. Este plan adoptó el estándar japonés ISDB-T (Integrated Services Digital Broadcasting Terrestrial). Entre sus disposiciones, se establecieron plazos máximos para el cese de las transmisiones con tecnología analógica según la ubicación geográfica de las estaciones, conocido como "apagón analógico", marcando así la transición hacia la digitalización del servicio de radiodifusión televisiva. Esta tiene como objetivo mejorar la calidad de vida de las personas ofreciendo una amplia variedad de contenidos de alta calidad en información, conocimiento, cultura, educación y entretenimiento; facilitar la oferta de servicios nuevos que beneficien al país, siguiendo las normas de las Telecomunicaciones - UIT y las pautas

internacionales para aprovechar las tecnologías digitales; mejorar la eficiencia en el uso del espectro radioeléctrico mediante tecnologías disponibles para asegurar más frecuencias disponibles y un uso más eficiente; e impulsar el desarrollo de las industrias relacionadas a la televisión en el país (MTC, 2010).

A finales de marzo de 2010, TV Perú (Canal 7), el canal estatal, comenzó a emitir en formato de televisión digital. En ese mismo año, se unieron a esta tecnología las estaciones ATV (Canal 9), Frecuencia Latina (Canal 2) y América Televisión (Canal 4) para transmitir los eventos deportivos, incluyendo los mundiales de fútbol y vóley, así como el programa muy popular "Al fondo hay sitio" (Arias, 2010).

El Plan Maestro para la implementación de la TDT en Perú ha experimentado ajustes a lo largo de los últimos años. Estos cambios han respondido a diversos factores, los que aparecen como fundamento dentro del Decreto Supremo N° 017-2010-MTC tales como la baja comprensión de la TDT por parte de los ciudadanos, eventos naturales como deslizamientos, lluvias intensas y huaicos, y la crisis derivada de la pandemia de la COVID-19. En consecuencia, se han realizado modificaciones en las fechas de los plazos máximos para el cese de transmisiones analógicas (apagón analógico) y los plazos de inicio de transmisiones digitales por parte de los titulares de autorizaciones, con la última actualización realizada en octubre de 2023. La figura siguiente resume el estado actual de las estaciones de TDT operativas:

Figura 3

Situación de las estaciones TDT en el Perú

Territorio	Localidad	Total estaciones	Transmisión Simultánea			Transición Directa			Nueva autorización TDT	Total estaciones TDT operando	% operando	
			No operan	Operan	Total	No operan	Operan	Total				
1	LIMA	24	1	11	12	0	11	11	1	23	95.8%	
2	AREQUIPA	22	0	9	9	9	3	12	-	12	54.5%	
	CHICLAYO-FERREÑAFE-LAMBAYEQUE	23	0	10	10	8	3	11	-	13	56.5%	
	CUSCO	23	0	10	10	9	1	10	-	11	47.8%	
	HUANCAYO	19	0	9	9	6	3	9	-	12	63.2%	
	PIURA	20	0	9	9	7	1	8	-	10	50.0%	
	TRUJILLO	23	0	9	9	8	2	10	-	11	47.8%	
3	AYACUCHO	15	3	6	9	5	0	5	-	6	40.0%	
	CHIMBOTE	20	2	7	9	6	0	6	-	7	35.0%	
	ICA	18	1	8	9	6	0	6	-	8	44.4%	
	IQUITOS	20	4	5	9	3	1	4	-	6	30.0%	
	JULIACA	20	3	6	9	9	1	10	-	7	35.0%	
	PUCALLPA	9	5	2	7	0	0	0	-	2	22.2%	
	PUNO	21	3	7	10	8	0	8	-	7	33.3%	
	TACNA	23	3	8	11	10	0	10	-	8	34.8%	
4	ABANCAY-TAMBURCO	12	3	0	3	1	0	1	-	0	0.0%	
	CAJAMARCA-ENCAÑADA-JESUS-LLACANORA-LOS BAÑOS DEL INCA	19	7	0	7	5	0	5	-	0	0.0%	
	CHACHAPOYAS-HUANCAS-INGUILPATA-LAMUD-LONYA CHICO-LUYA-OLTO-TRITA	7	2	0	2	0	0	0	-	0	0.0%	
	HUANCAVELICA-ASCENSION	8	6	0	6	0	0	0	-	0	0.0%	
	HUANUCO-AMBO-ACOMAYO-CAYHUAYNA-CAYRAN-CONCHAMARCA-CHURUBAMBA-HUACAR-PAUCARBAMBA-SANTA MARIA DEL VALLE-TOMAY KICHWA	12	5	0	5	0	0	0	-	0	0.0%	
	PUERTO MALDONADO	11	5	0	5	2	0	2	-	0	0.0%	
	MOQUEGUA-SAMEGUA	9	4	0	4	1	0	1	-	0	0.0%	
	CERRO DE PASCO-YANACANCHA	9	5	0	5	1	0	1	-	0	0.0%	
	MOYOBAMBA-RIOJA-NUEVA CAJAMARCA	7	2	0	2	0	0	0	-	0	0.0%	
	TUMBES-ZARUMILLA	11	5	0	5	1	0	1	-	0	0.0%	
	5	LOCALIDADES NO INCLUIDAS EN LOS TERRITORIOS 01, 02, 03 y 04	1.554	110	4	114	30	0	31	1	5	0.3%
	TOTAL		1,959	179	120	299	135	26	161	2	148	7.6%

Nota:

Recuperado

de

<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/4481353/Plan%20de%20cese%20de%20señales%20analógicas%20en%20el%20marco%20de%20la%20implementación%20de%20la%20TDT%20del%20Perú.pdf>

Se puede inferir que la industria televisiva en Perú enfrenta importantes desafíos, especialmente vinculados a la falta de preparación de las empresas para migrar de la señal analógica a la digital. Además, se destaca la dificultad asociada a los costos asociados con la infraestructura requerida para la operación en el nuevo entorno digital.

Según el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC), el número de suscriptores de servicios de televisión por cable a nivel nacional, a enero de 2023, ascendió a 1'726,700, tal como se describe en la Tabla 1 (MTC, 2023).

Tabla 1

Suscriptores de televisión por cable a lo largo del tiempo

Indicadores/año	2019	2020	2021	2022	2023-enero
Abonados cable					
Lima y Callao	1 178 865	1 081 428	1 089 119	987 137	1 020 300
Resto del país	762 273	755 596	773 122	710 491	706 400
A nivel nacional	1 941 138	1 837 024	1 862 241	1 697 628	1 726 700

Nota: Tomado de "Boletín Estadístico del Sector Telecomunicaciones - Primer Trimestre 2023", por el Ministerio de Transporte y Comunicaciones. Elaboración propia.

La distribución de suscriptores de televisión por cable en Perú muestra una concentración significativa en el departamento de Lima y la Provincia Constitucional del Callao, que representan el 59.1% del total. Le siguen en importancia las regiones de Arequipa y La Libertad. A nivel nacional, la penetración del servicio se sitúa en 5.1 suscriptores por cada 1000 habitantes, según datos de enero de 2023. Estos números indican la relevancia de Lima y Callao en comparación con otras regiones en términos de acceso a la televisión por cable.

Tabla 2

Proporción de suscriptores de televisión por cable por cada 100 habitantes

Densidad	2019	2020	2021	2022	2023-enero
A nivel nacional	6.0	5.6	5.6	5.1	5.1

Nota: Tomado de "Boletín Estadístico del Sector Telecomunicaciones - Primer Trimestre 2023", por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones. Elaboración propia.

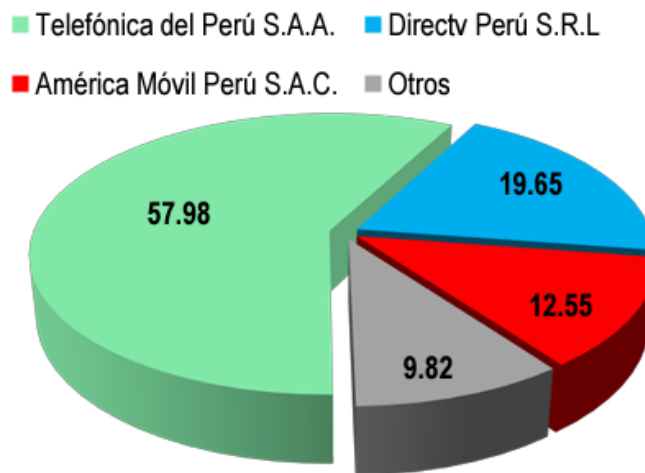
Por otro lado, en cuanto a la distribución del número de suscriptores por empresa, el 57.98% de la participación le corresponde a Telefónica del Perú S.A.A., seguida por DirecTV Perú S.R.L. (19.7%) y América Móvil S.A.C. (12.6%). Tal como se expone en la Figura 4, el resto de distribuidoras de televisión por cable cuenta con el 9.82%.

Figura

4

Distribución del mercado de Radiodifusión por Cable según empresa

Distribución del mercado de Radiodifusión por Cable según empresa (en%), IV T 2022*



Nota: Tomado de "Boletín Estadístico del Sector Telecomunicaciones - Primer Trimestre 2023", por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones. Recuperado de <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/5086266/Boletín%20Estadístico%20del%20Sector%20Telecomunicaciones%20-%20Primer%20Trimestre%202023.pdf>

A pesar de que es innegable que la televisión ha avanzado hacia la incorporación de tecnologías más modernas, como el sistema TDT, siendo un paso significativo en la búsqueda de una calidad estándar para todo el país, aún existen ajustes pendientes en cuanto a los contenidos televisivos que deben llevarse a cabo. De acuerdo con el Consejo Consultivo de la Radio y Televisión (CONCORTV, 2023), la televisión de señal abierta se caracteriza por: (a) su enfoque sensacionalista en un 47%, (b) la presencia de contenidos inapropiados que incluyen violencia en un 45%, (c) el uso de palabras groseras en un 32%, (d) la manifestación de actos discriminatorios en un 33%, (e) la inclusión de escenas de sexo o desnudos en un 18%, y (f) la emisión de contenido para adultos en horarios familiares en un 15%.

Los datos presentados sugieren que, a pesar de los intentos por mejorar la calidad de la imagen, la opinión negativa de la audiencia sobre la calidad de los programas ofrecidos por diversos canales de transmisión nacional es un aspecto crucial a considerar.

La inversión publicitaria desempeña un papel esencial como recurso económico en el desarrollo de la industria televisiva peruana. Este financiamiento proveniente de anunciantes sigue siendo el principal respaldo económico para el funcionamiento de los canales de televisión en el país. Sin embargo, experimentó una disminución del 4% en comparación con el año 2021, lo que representa el nivel más bajo de inversión desde 2010. Esta disminución en la inversión publicitaria plantea desafíos adicionales para la industria televisiva en Perú, ya que puede afectar la viabilidad económica de los canales y la calidad de los contenidos ofrecidos (CPI, 2023). En la Tabla 3 se detallan la evolución de la inversión publicitaria durante el periodo 2018-2022.

Tabla 3

Evolución de la inversión publicitaria en las plataformas tradicionales y digitales

	2018		2019		2020		2021		2022	
	US\$	%	US\$	%	US\$	%	US\$	%	US\$	%
	MILL		MILL		MILL		MILL		MILL	
Televisión	284	45.8	250	42.9	188	42.5	224	41.0	215	38.3
Internet	107	17.3	116	19.9	210	27.1	180	33.0	189	33.7
Radio	82	13.2	72	12.3	46	10.4	48	8.8	51	9.1
Publicidad Exterior	56	9.0	60	10.3	30	6.8	33	6.0	42	7.5
Diarios impresos	59	9.5	53	9.6	25	5.7	23	4.2	24	4.3
Diarios digitales	-	-	-	-	16	3.6	20	3.7	23	4.1
Cable	23	3.7	21	3.6	15	3.4	17	3.1	16	2.9
Revistas	9	1.5	8	1.4	2	0.5	1	0.2	1	0.2
Total	620	100	583	100	442	100	546	100	561	100

Nota: Tomado de Evolución de la inversión publicitaria en las plataformas tradicionales y digitales, por la Compañía peruana de estudios de mercado y opinión pública (CPI). Elaboración propia.

3.3. Modelos de televisión

En la siguiente sección, se abordarán en detalle tanto el concepto como la definición de la televisión privada y pública, resaltando sus principales atributos, y se examinará la función que desempeñan en la sociedad. Además, se procederá a un análisis exhaustivo de los conceptos y definiciones que caracterizan a los distintos modelos de televisión, así como de su evolución y desarrollo a lo largo de la historia a nivel mundial.

3.3.1. Televisión privada

La televisión privada, en su esencia, se orienta hacia la búsqueda de rentabilidad como pilar fundamental de su funcionamiento. Este enfoque radica en salvaguardar la inversión mediante la creación de una programación atractiva y agradable para su audiencia. Con el fin de que este modelo sea efectivo se enfatiza el uso de recursos para contratar actores y repetir formatos que ya han funcionado en el pasado (Blumler, 1993). Según Rincón (2008), tanto la televisión privada como la pública tienen como enfoque fundamental escuchar y atender las necesidades de sus audiencias, las televisoras privadas las asumen como “consumidoras”, mientras que las públicas las definen como “ciudadanos”

Moreno (2003) plantea que la diferencia más sustancial entre la televisión privada y la televisión pública radica en el uso de los ingresos que reciben. La televisión privada adopta un enfoque comercial al convertir la inversión en programas en una fuente de mayor publicidad, especialmente para aquellos programas con audiencias más extensas.

Portales (2008) identifica tres aspectos que destacan las diferencias entre el modelo de televisión privada y el de televisión pública, al tiempo que justifican la razón por la que ambos modelos deben operar simultáneamente:

Desde la perspectiva del operador de una empresa de televisión privada, su enfoque se limita a reflejar la visión de sus propietarios, que a su vez representan solo un segmento de la sociedad. Por lo tanto, la coexistencia de la televisión pública se convierte en un elemento crucial para asegurar la diversidad en la programación, permitiendo que un grupo más amplio de la población se sienta representado en los contenidos televisivos.

Desde la perspectiva del alcance geográfico, la televisión privada busca extender su cobertura a diversas áreas para aumentar su audiencia, pero a menudo carece de interés en invertir en zonas menos pobladas. Aquí es donde la televisión pública desempeña un papel fundamental al esforzarse por

garantizar el acceso universal a la información y promover la creación de canales regionales, contribuyendo a una distribución equitativa de contenidos. Desde la perspectiva de los contenidos, la televisión privada busca maximizar la audiencia y, por lo tanto, tiende a optar por contenidos probados que generen altos niveles de audiencia. Por otro lado, la televisión pública, debido a su función de interés público, se ve obligada a crear programas con formatos innovadores que apunten a una variedad de públicos, promoviendo así una mayor diversidad en la oferta televisiva.

3.3.2. Televisión Pública

La televisión pública tiene el deber de promover y difundir valores, fortalecer el sentido de ciudadanía y cultivar una perspectiva crítica en la audiencia. Aunque buscar altos niveles de audiencia y, en lo posible, liderar las preferencias del público puede ser uno de sus objetivos, no debe ser su meta principal. Su enfoque principal debe ser cumplir con su función de servicio público en su sentido más amplio. Según Caffarel (2005), una televisión pública -de calidad, debe cumplir con ciertas características básicas como un gran avance tecnológico y solvencia financiera, además contar con una estructura pluricanal busca satisfacer a diversos segmentos de la audiencia, abarcando un amplio espectro de necesidades. Esto incluye desde audiencias minoritarias y especializadas con un fuerte componente cultural, hasta las más masivas que consumen contenidos de entretenimiento o ficción popular.

Para abordar la historia de la televisión pública se debe hacer una diferenciación entre los dos modelos predominantes a nivel mundial y sus orígenes, los cuales son el europeo y el americano, pues enmarcan dos tendencias que han sido adaptadas a cada país según sus propias particularidades.

3.3.2.1. Modelo de Televisión Europea

El modelo de televisión europea se basa en una mayor inspiración en la radio, ya que, en sus etapas iniciales, la radio se desarrolló como un medio para

difundir ideas y se consideró que la televisión debería seguir una trayectoria similar. En un primer momento, se buscó que la televisión operara como un monopolio controlado por el Estado o por instituciones públicas. Esto se hizo con el propósito de garantizar que la televisión cumpliera con un papel fundamental en la educación, la cultura y la difusión de valores, en línea con el enfoque de servicio público que lo caracteriza (Cascajosa, 2016).

Históricamente, la justificación de los monopolios en la televisión y la radio se basaba en razones técnicas, como la limitada disponibilidad de espectro radioeléctrico. Con el tiempo, se sumaron argumentos políticos y sociales a esta justificación, ya que se comprendió que los medios de comunicación tenían el potencial de ejercer una influencia significativa en la sociedad, y, por lo tanto, requerían una regulación estricta (Iosifidis, 2010). Con excepción de países como Luxemburgo, Mónaco, el Vaticano, Grecia y España, donde se aplicaron modelos de financiamiento mixto; hasta la década de 1980, la mayoría de las emisoras públicas de televisión en Europa operaron en un régimen de monopolio, siendo prácticamente la única fuente de información y entretenimiento en sus países. No obstante, con el avance tecnológico y los cambios en la dinámica mediática, se produjo una mayor diversificación en la oferta televisiva. La introducción de tecnologías como el cable, satélite y la digitalización de las señales permitió aumentar significativamente la cantidad de canales disponibles para la audiencia. Esto produjo un cambio significativo con la coexistencia de la televisión pública y privada, lo que se conoce como un "sistema dual". En este sistema dual, tanto las emisoras públicas como las privadas operan en el mismo mercado, ofreciendo una variedad de opciones y competencia en la programación televisiva.

Según Herreros López (2003): "la regulación de los sistemas de radiodifusión y televisión fue tradicionalmente una competencia propia de los Estados miembros de la Unión Europea. Sin embargo, la ruptura de los antiguos monopolios públicos de televisión y el desarrollo de múltiples tecnologías de emisión trajeron consigo una inevitable internacionalización (europeización) de los medios audiovisuales. Así, junto a la dimensión nacional de estos medios

surgió desde ese momento una dimensión comunitaria que debía ser atendida por las autoridades comunitarias."

Históricamente, los gobiernos han considerado a la televisión no solo como una herramienta para difundir conocimiento entre las masas, sino también como un medio para fomentar el comercio. En este sentido, una vez que los británicos reconocieron el potencial de lucro que podría ofrecer la televisión, se vieron obligados a poner fin al monopolio y permitir la televisión comercial. Por lo tanto, la televisión siempre ha dependido de la publicidad y, en algunos casos, del canon como los métodos de financiamiento internacionalmente aceptados (Cascajosa, 2016).

A pesar de las experiencias notables en Europa, el modelo predominante en el continente se asemejó al enfoque de la *British Broadcasting Corporation* (BBC). La BBC inició sus operaciones el 14 de noviembre de 1922, inicialmente como una estación de radio protegida en el mercado. A lo largo del tiempo, ha evolucionado para convertirse en el principal difusor de noticias y temas de actualidad a nivel mundial. Actualmente, la BBC transmite en inglés y otros 27 idiomas, alcanzando una audiencia de más de 300 millones de personas (BBC, s.f.).

Dentro de su configuración, se enfatizó la importancia de que el medio se financiara a través de una vía pública mediante el canon. Esto implicaba que la autoridad tenía la facultad de otorgar licencias para operar, lo que a su vez debía beneficiar al interés público. En 1925, la BBC experimentó una transformación significativa al convertirse en una corporación empresarial pública. Esta reestructuración tuvo implicaciones fundamentales, una de las cuales fue eximir a la BBC de ciertas obligaciones legales y regulaciones que normalmente se aplicarían a empresas privadas. En segundo lugar, este cambio reforzó el uso del canon como la principal forma de financiamiento permitiéndole independencia económica y estabilidad en sus operaciones (losfidis, 2010).

John Reith fue el primer director de la BBC, su visión fue la de crear un medio de comunicación capaz de ofrecer educación, información y entretenimiento.

Para lograr esto, Reith diseñó una parrilla de programación lo suficientemente amplia que permitiera proporcionar contenido de alta calidad a audiencias que de otra manera no tendrían acceso a través de ningún otro medio que no fuera la televisión. Su enfoque pionero en la diversidad y calidad de la programación sienta las bases del servicio público de radiodifusión que la BBC continúa ofreciendo hasta el día de hoy.

Bajo este mismo enfoque, diferente al del resto de compañías de televisión privada en el mundo, el objetivo de la BBC no solo se centró en la rentabilización, sino también desempeñar un papel fundamental como servicio público. Fue en la década de los sesenta, que se le solicitó integrar contenidos que, aunque no fueran necesariamente populares entre la audiencia, eran esenciales en áreas como educación y actualidad. Esta combinación de enfoques, que mezclaba el rol de las empresas privadas con el valor de lo público en términos de calidad, se convirtió en una característica distintiva de la BBC (Manfredi, 2008).

3.3.2.2. Modelo de Televisión Americano

El caso estadounidense es excepcional, ya que la radiodifusión comercial se estableció mucho antes del desarrollo de las emisoras públicas, y en ningún momento se consideró un monopolio único; todo lo contrario, desde el principio la televisión privada demostró superioridad sobre la pública. Cuando se introdujo la televisión pública, siguiendo las recomendaciones de la Comisión Carnegie de Televisión Educativa (1967), un reducido número de redes comerciales dominaban la mayor parte de la programación en Estados Unidos. El sistema televisivo estadounidense, altamente comercial y orientado al mercado, nunca se adecuó completamente la noción de servicio público para la televisión (Iosifidis, 2010).

Esto se debe a la interpretación de la primera enmienda de la Constitución de los Estados Unidos, que afirma que el país necesita “libertad de palabra e imprenta” y con ello la prioridad recae en proteger la libertad de expresión y

mantener un mercado libre, por encima de la intervención central o estatal (Manfredi, 2008).

La Comisión Carnegie reconoció que la televisión debía desempeñar un papel nacional y ser capaz de aprovechar su potencial educativo, al mismo tiempo que servía como representación para las comunidades locales que podrían sentirse excluidas del sistema mediático existente. Entre las recomendaciones para ampliar y fortalecer la televisión destacaban, en palabras de la Comisión, la creación de una corporación para la televisión pública que pueda financiar a las emisoras locales, con autonomía para contratar productores independientes, que fomente y apoye la investigación y la experimentación para el desarrollo de una mejor programación. Estas recomendaciones fueron un impulso clave para el establecimiento de la televisión pública, tal como se describe en el *Public Broadcasting Act* de 1967, ley que dio origen a la creación de la *Corporation for Public Broadcasting* (CPB) y estableció la inclusión de la *Public Broadcasting System* (PBS), que agrupa a las emisoras de radio públicas, a las productoras independientes y a los medios comunitarios.

Esta distingue por proporcionar una programación de calidad con contenidos educativos, culturales y artísticos. A pesar de ser la red con la mayor cobertura en los Estados Unidos y haber sido la primera en distribuir señales a nivel nacional por satélite, hoy enfrenta desafíos en términos de audiencia. Esto se debe a la competencia con las grandes cadenas comerciales y las nuevas plataformas de entretenimiento como los servicios de *streaming*. La televisión pública tiene un impacto relativamente limitado en la vida cultural, social y política, como se mencionó en un informe de McKinsey & Company en 2004, ya que solo representaba aproximadamente el tres por ciento del *share* diario. Con una cuota de audiencia tan reducida, la televisión pública estadounidense tiene dificultades para competir con los operadores comerciales y carece de la capacidad para influir en las estrategias de programación a nivel nacional. En consecuencia, se encuentra en una

posición minoritaria y no está al alcance de la mayoría de los estadounidenses (Losifidis, 2010).

CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Diseño metodológico

Se diseñó una investigación para evaluar la calidad de la cadena televisiva estatal de Perú según los estándares internacionales de la UNESCO. Dado que no hay un estándar único para evaluar todas las emisoras, se utilizó un diseño que permitiera examinar la dimensión de Transparencia y participación ciudadana, siguiendo las 11 dimensiones recomendadas en 2015 para la televisión pública argentina. Se optó por un diseño con objetivos descriptivos y evaluativos, con un enfoque temporal transversal, abordando la calidad de TV Perú en 2023 y recolectando datos documentales desde 2019.

La estrategia de relacionamiento se basó en la triangulación de métodos y datos (Denzin, 1975), destacando la fortaleza metodológica de este enfoque para garantizar la validez del estudio

En relación a la triangulación de métodos, se adoptó un enfoque mixto (Hernández Sampieri, 2010), que integra las ventajas tanto del enfoque cuantitativo como del cualitativo.

Por otro lado, la triangulación de datos se efectuó al recurrir a diversas fuentes de información, incluso cuando se realizaba la observación del mismo objeto de conocimiento. Se consideraron datos proporcionados por la cadena y sus organismos de supervisión, junto con información recopilada a través de documentación y observación.

La validez conceptual se basa en la operacionalización de las dimensiones realizada en 2014 como parte del Proyecto PNUD, respaldada por expertos y mejorada en 2015 con evaluación académica. Se refiere a medir la calidad de la cadena televisiva pública, concreta conceptos teóricos usando el documento de la UNESCO de Bucci et al. (2012), empleado como referencia en este estudio.

Este proceso esencial de operacionalización se llevó a cabo según las consideraciones de Cea D'Ancona (1998):

Los indicadores deben representar con precisión el concepto que se está midiendo, asegurando correspondencia total y validez en la medición de la propiedad subyacente, incluyendo su existencia e intensidad de manera confiable. Estos pueden ser variados, tales como preguntas en un cuestionario, en entrevistas, registros de conductas observadas o datos estadísticos de un censo, según la técnica de obtención de información elegida.

Para evaluar la dimensión de Transparencia y participación ciudadana se identificaron 13 indicadores que se midieron empíricamente a partir de 47 variables observables.

Tabla 4

Dimensión de Transparencia y participación ciudadana

Dimensión	Subdimensión	Indicador
Transparencia y participación ciudadana	Definición de la emisora pública	Los objetivos, la misión, la visión y los valores de la emisora están detallados en un documento que actúa como un referente para dirigir su labor cultural, y este documento es accesible al público.
		Se han establecido pautas generales para la elaboración de la programación en los distintos horarios y para atender a los diversos segmentos de audiencia.
		Cada programa de la emisora posee una misión específica y única en comparación con los otros
	Transparencia en la gestión de recursos	Se llevan a cabo auditorías periódicas y se encuentran disponibles al público. La planificación del presupuesto está registrada en documentos de acceso público.

económicos	<p>Se realizan auditorías de los informes financieros de manera regular, llevadas a cabo tanto por una entidad ajena a la emisora como por una auditoría interna.</p> <p>Los procesos oficiales para la selección de proveedores de bienes y servicios están adecuadamente registrados y son accesibles al público.</p> <p>Existen pautas formales para la contratación de talento artístico que han sido adecuadamente registradas y están disponibles públicamente.</p> <p>Los sueldos de las autoridades de la emisora están disponibles para el público en general.</p>
Participación ciudadana	<p>La emisora promueve la participación ciudadana mediante estrategias sistemáticas y políticas específicas.</p> <p>Se han establecido procedimientos para recolectar y compartir internamente las sugerencias y críticas de la ciudadanía, tanto de forma individual como a través de grupos organizados.</p> <p>La emisora mantiene una presencia permanente y planificada en medios de comunicación en línea con el propósito de fomentar la participación ciudadana.</p> <p>La emisora fomenta la participación ciudadana a través de entidades y/o sistemas institucionalizados de participación.</p>

La aplicación de estas técnicas involucra el relacionamiento de métodos y datos, como se mencionó antes, asegurando la validez en la medición. Según Hernández Sampieri (2010), es beneficioso utilizar varias fuentes y métodos para recopilar datos siempre que sea posible en términos de tiempo y recursos.

En este contexto, se emplearon varios niveles de unidades de análisis, a pesar de que el estudio se centra en última instancia en la televisión pública en Perú. Esto facilitó obtener una visión más completa y precisa de las dimensiones e indicadores estudiados.

Se utilizó el principio de "semana construida" (McCombs, 2006) para elegir las unidades de observación para analizar el contenido de las parrillas de programación (Ver Anexo 18). Este enfoque evita sesgos temáticos relacionados con la teoría de la agenda setting. Se revisaron 128 horas de transmisión, lo que equivale a una semana entera de emisión, excluyendo la repetición de programas en horarios de traspasado y madrugada para evitar sesgos de duplicación en el análisis. Se registraron cuantitativa y

cualitativamente los contenidos de programas transmitidos en fechas específicas, detalladas en la tabla

Tabla

5

Cantidad de programas visualizados

Programa	Cantidad de programas	Duración del programa (horas)	Horas de visualización
Domingos de Fiesta	1	2	2
Mediodía Criollo	1	1	1
Museos sin límites	1	0.5	0.5
Aliados	1	1	1
Jiwasanaka	4	0.5	2
Ñuqanchik	4	0.5	2
Mi Perro Chocolo	5	0.5	2.5
El Payaso Plim Chócolo	5	0.5	2.5
Más conectados	5	2	10
Miradas	7	1	7
Chicos IPE	7	2	14
Imagen de la música	5	1	5
Que gane el mejor	5	1	5
Deporte Express	5	0.5	2.5
Geomundo	5	0.5	2.5
En Pared	5	1	5
Diálogo abierto	5	1	5
Congreso Noticias	5	1	5
TV Perú Noticias MATINAL	5	3	15
TV Perú Noticias TARDE	6	1	6
TV Perú Noticias NOCHE	7	1	7
TV Perú Noticias SABADO	1	2	2
TV Perú Noticias DOMINGO	1	2	2
Miski Takiy	4	1	4
Ashi Añane	1	1	1
La Hora Tal	1	1	1
Modo Bicentenario	1	1	1
Reportaje al Perú	1	1	1
Sucedió en el Perú	1	1	1
Sonidos del mundo	1	1	1
Teatro en grande	1	1	1
Abogado sin ley	1	1	1

La Santa Misa	1	1	1
Misa Dominical	1	1	1
Aprendiendo juntos 2030 Kids	1	0.5	0.5
Sin Barreras	1	1	1
Bueno bonito bravazo	1	1	1
Con sabor a Perú	1	1	1
Presencia Cultural	1	1	1
Todo futbol	1	2	2
Lo mejor de nosotros	1	1	1
Total			128

Adicionalmente, se examinó el contenido de la página web de TV Perú y su actividad en redes sociales como Facebook, Instagram, X (antes Twitter) y Youtube. También se evaluaron las parrillas de programación durante 12 semanas en los meses de junio a noviembre de 2023.

4.2. Técnica de recolección de datos

En esta fase se utilizaron diversos métodos que abarcaron tanto el análisis cualitativo como cuantitativo de la programación, a través de la observación y registro de contenidos. También se llevó a cabo la observación de contenido de la página web y de sus redes sociales, así como el de las parrillas de programación. Se realizó una revisión documental de fuentes primarias, como la documentación interna de la emisora y la legislación vigente, junto con el de fuentes secundarias obtenidas a través del Portal de Transparencia. La observación directa de la programación, así como la construcción de fichas de programas que podrán encontrar en los Anexos.

4.3. Técnicas estadísticas de procesamiento de la información

Durante esta fase, se realizaron las siguientes acciones: se crearon bases de datos con IBM SPSS Statistics 25, se verificó la triangulación de datos de fuentes documentales y observaciones, se procesaron y tabularon datos, se

analizaron los resultados con la creación de gráficos, y finalmente, se sacaron conclusiones y se redactó el informe definitivo.

CAPÍTULO V: RESULTADOS DEL RELEVAMIENTO

En esta sección se registra la información para determinar los resultados del estudio a través de la observación, para esto se empleó un sistema de evaluación que ponderó las variables observadas para cada indicador. Se utilizó un método de análisis multicriterio para establecer la ponderación, permitiendo así clasificar los resultados en una escala ordinal de 5 puntuaciones (Muy alto, Alto, Medio, Bajo y Muy bajo).

5.1. Transparencia y participación ciudadana

La transparencia en la gestión pública es fundamental para construir la confianza y la responsabilidad en la prestación de servicios a la comunidad. Se refiere a la cantidad de información que una organización divulga sobre sus procesos internos, decisiones y desempeño. Transparencia Internacional la define como la cualidad de ser veraz en la divulgación de reglas, planes, procesos, normas y acciones, tanto formales como informales. Es responsabilidad de los servidores públicos desempeñar sus funciones de manera transparente y accesible, fomentando la participación ciudadana y la rendición de cuentas. La transparencia limita la corrupción y los abusos de poder al someter el poder a la crítica pública y al control social (Lizcano, 2014).

La transparencia influye directamente en la construcción de la ciudadanía y tiene efectos clave en la sociedad. Al permitir la participación activa y el escrutinio público, contribuye a disminuir la corrupción y mejora la calidad democrática de las decisiones y políticas públicas. Facilita que la ciudadanía tenga influencia directa sobre la administración pública, convirtiéndose en un recurso esencial para el desarrollo democrático. La transparencia no solo proporciona información clara sobre el uso del dinero público, sino que también invita a las personas a asumir un papel activo en la toma de decisiones, fortaleciendo la democracia y la calidad de la gestión pública.

Conforme al informe de la UNESCO que establece criterios de calidad para evaluar medios públicos en América Latina, la transparencia implica la divulgación abierta de información sobre la gestión de la entidad de forma clara, accesible y en un lenguaje comprensible. No se limita a la publicación de datos, como un balance anual, sino que exige una explicación detallada. El objetivo es que el público pueda comprender realmente cómo se utilizan los recursos de la entidad, que son de carácter público. La difusión completa de datos relevantes permite una comprensión detallada de la entidad y fomenta la rendición de cuentas al ofrecer una visión clara de sus operaciones y decisiones (Bucci, et al., 2012: 26).

5.1.1. Aspectos metodológicos

La complejidad de esta dimensión se ha subdividido en tres subdimensiones, cada una de las cuales incorpora variables que utilizan múltiples tácticas para recopilar datos, especialmente mediante el análisis de documentos y la visualización en línea.

Subdimensión de definición de la emisora pública:

Los objetivos, la misión, la visión y los valores de la emisora están detallados en un documento que actúa como un referente para dirigir su labor cultural, y este documento es accesible al público.

Se han establecido pautas generales para la elaboración de la programación en los distintos horarios y para atender a los diversos segmentos de audiencia.

Cada programa de la emisora posee una misión específica y única en comparación con los otros.

Subdimensión de transparencia en la gestión de recursos económicos:

Se llevan a cabo auditorías periódicas y se encuentran disponibles al público.

La planificación del presupuesto se ha registrado en documentos accesibles al público.

Se realizan auditorías de los informes financieros de manera regular, llevadas a cabo tanto por una entidad ajena a la emisora como por una auditoría interna.

Los procesos oficiales para la selección de proveedores de bienes y servicios están adecuadamente registrados y son accesibles al público.

Existen pautas formales para la contratación de talento artístico que han sido adecuadamente registradas y están disponibles públicamente.

Los sueldos de las autoridades de la emisora están disponibles para el público en general.

Subdimensión de participación ciudadana:

La emisora promueve la participación ciudadana mediante estrategias sistemáticas y políticas específicas.

Se han establecido procedimientos para recolectar y compartir internamente las sugerencias y críticas de la ciudadanía, tanto de forma individual como a través de grupos organizados.

La emisora mantiene una presencia constante y planificada en medios de comunicación en línea con el propósito de fomentar la participación ciudadana.

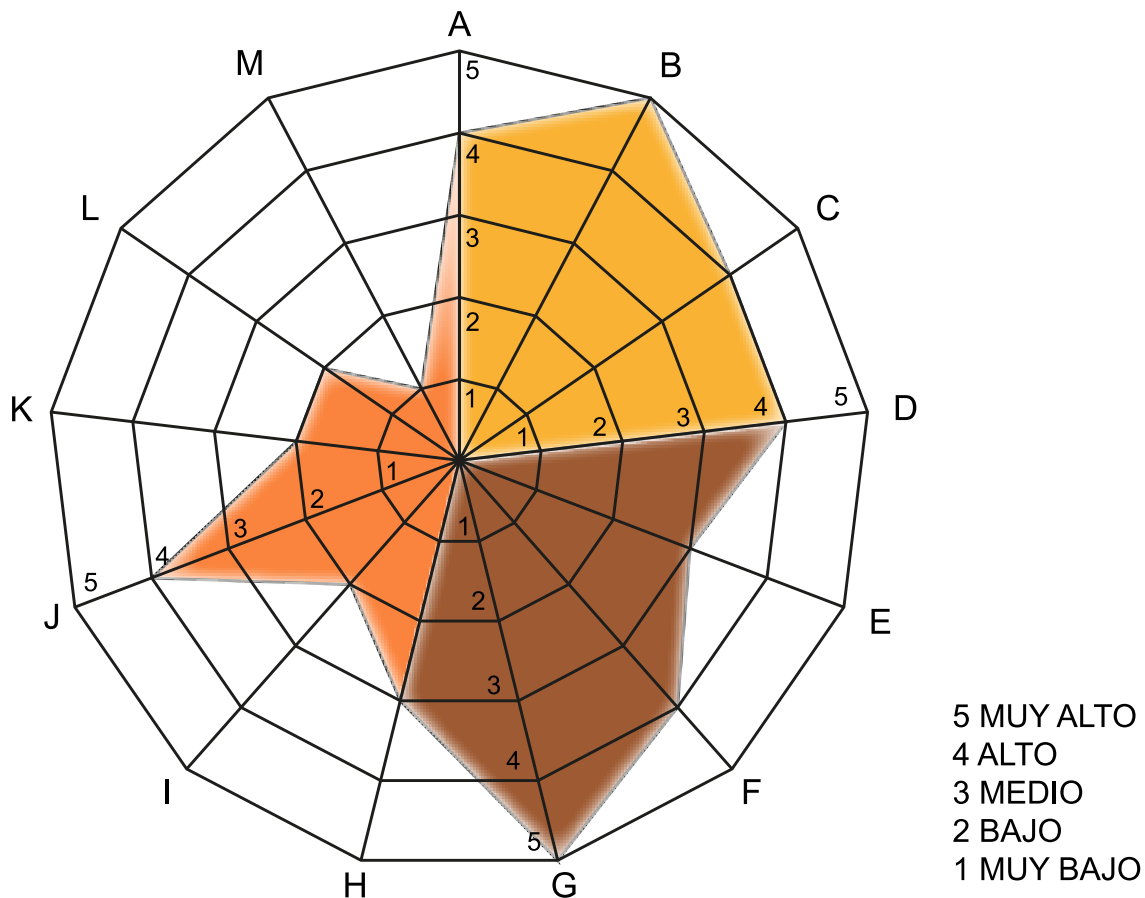
La emisora fomenta la participación ciudadana a través de entidades y/o sistemas institucionalizados de participación.

5.1.2. Medición

Figura

5

Resultados de la dimensión transparencia y participación ciudadana



Subdimensión de definición de la emisora pública

- A. Explicación y difusión de los conceptos de misión, visión y valores
- B. Directrices para la diversidad de programación
- C. Función y objetivos distintos para cada programa

Subdimensión de transparencia en la gestión de recursos económicos

- D. Realización y aspecto público de los balances
- E. Planificación de presupuesto
- F. Auditoría interna y externa de los balances
- G. Documentación y procesos para la contratación de bienes y servicios
- H. Documentación y procesos para la contratación artística
- I. Acceso público de los salarios

Subdimensión de participación ciudadana

- J. Mecanismos de estimulación de la participación ciudadana
- K. Mecanismos de recolección y difusión interna de críticas y sugerencias

L. Participación ciudadana desde medios en línea

M. Existencia y funcionamiento de órganos de participación ciudadana

Subdimensión de definición de la emisora pública:

- A. Los objetivos, la misión, la visión y los valores de la emisora están detallados en un documento que actúa como un referente para dirigir su labor cultural, y este documento es accesible al público.**

Revelar abiertamente los principios que guían y fundamentan a TV Perú es una buena práctica en las televisoras públicas. Jaramillo López (2004) sostiene que todas las organizaciones poseen un ideal que expresa su esencia: su visión, su misión y sus políticas son los grandes enunciados sobre su aspiración. La definición clara de este horizonte implica la adopción pública de un compromiso con la comunidad. La explicación y difusión de estos principios se considera el primer paso crucial para fomentar una política de transparencia. Este indicador se centra en la evaluación de cuatro variables que aseguran la incorporación en documentos oficiales de TV Perú de elementos esenciales de su identidad institucional, así como la difusión de estos principios mediante canales fácilmente accesibles para la ciudadanía. La evaluación de este indicador se realiza considerando la existencia de documentación formal (actas, reportes de gestión, etc.), la difusión institucional mediante diversos canales (comunicados oficiales, página web, contenido audiovisual), y la presentación oral de autoridades en eventos institucionales (presentaciones, conferencias, etc.). Esta variable alcanza una puntuación máxima si TV Perú cuenta con documentos formales que verifican explícitamente la definición de estos puntos y cuando estos están disponibles al público, claramente identificados.

- a. TV Perú ha formalizado su misión institucional en documentos oficiales y la comparte a través de canales autorizados.*

El IRTP fue establecido mediante el Decreto Legislativo N° 829 con el propósito de llevar a cabo actividades y acciones a nivel nacional para la difusión de contenidos educativos, informativos, culturales y de entretenimiento. Su misión está claramente definida en diferentes documentos como libros institucionales e informes de gestión, además de su disponibilidad en la página web oficial de la misma.

b. TV Perú ha formalizado su visión institucional en documentos oficiales y la comparte a través de canales autorizados

La visión institucional refleja un compromiso con la riqueza y complejidad cultural del país, no solo reflejando la diversidad sino contribuyendo activamente a su comprensión y aprecio promoviendo un diálogo intercultural y participando en el desarrollo sostenible. En el caso de TV Perú, su visión está explícitamente detallada en documentos institucionales, planes operativos (cfr. “Plan Operativo 2005”, Cap. III, p.28) informes anuales de gestión, memorias anuales, etc., sin embargo, la versión disponible a través del portal web corresponde a la visión del Sector Cultura, recogida en el Plan Estratégico Sectorial Multianual – PESEM 2017 – 2024.

c. TV Perú ha formalizado los objetivos de su labor institucional en documentos oficiales y los comparte a través de canales autorizados

Los objetivos de la institución están correctamente planteados, representan metas tangibles y medibles en el mediano y largo plazo, además resultan alcanzables para la organización. En el caso TV Perú, se encuentran publicados y periódicamente actualizados en documentos como planes operativos, planes estratégicos, matrices de resultados, etc., disponibles en la página web de la organización. Sin embargo, solo es posible acceder a ellos a través de la documentación, no existe un apartado que lo haga fácilmente visible en la web.

d. TV Perú ha formalizado los valores de su labor institucional en documentos oficiales y los comparte a través de canales autorizados

Los principios éticos y profesionales que sustentan la cultura de la organización y sirven como guía para tomar decisiones y establecer normas de trabajo, generar cohesión entre los colaboradores e impulsar el cumplimiento de las metas. En este contexto, estos detalles están especificados en documentos de acceso público, como informes de gestión, planes operativos y estratégicos, así como reportes de cumplimiento, entre otros. No obstante, su visibilidad en la web es limitada, ya que no hay una sección que los presentes de manera fácilmente accesible.

El nivel de cumplimiento de estas variables se considera alto en la evaluación, ya que, aunque la información está disponible en documentos, no se presenta de manera transparente para el público.

B. Se han establecido pautas generales para la elaboración de la programación en los distintos horarios y para atender a los diversos segmentos de audiencia

Las pautas generales se definen para tomar decisiones prácticas, como seleccionar programas según horarios específicos. Esto implica considerar las audiencias en diferentes momentos del día y días de la semana. Para este indicador se han tomado en cuenta cuatro variables.

- a. TV Perú cuenta con pautas legales que orientan la creación de la programación en lo que respecta a horarios y segmentos de audiencia.*

Esta variable analiza la normativa vigente en busca de criterios específicos que orienten las decisiones sobre el diseño de la programación horaria, estableciendo estándares generales de cumplimiento y respeto a los derechos de las audiencias. Al respecto se constata a través de segundo titulado de la Ley de Radio y Televisión, Ley N° 28278, que establece la definición y el alcance del “Horario Familiar” (art. 40 en adelante).

- b. Se constata en las actas y documentos del Consejo Directivo del IRTP la presencia explícita de lineamientos y principios que dirigen la planificación de la programación, y que existe coherencia entre las políticas internas y la normativa aplicable.*

La presencia de pautas en la documentación interna de TV Perú ayuda a entender cómo la institución interpreta las normas generales impuestas por la ley en relación con el diseño de la programación. En ese sentido, se ha constatado según el memorándum N° 093-015-SCD/IRTP la presentación y aprobación del Código de Ética de los medios de radiodifusión sonora y televisiva del IRTP, el cual especifica los criterios de clasificación en relación horario/audiencia conforme a lo establecido en la Ley de Radio y Televisión.

- c. Las parrillas de programación reflejan la aplicación de pautas generales de programación que abordan las distintas audiencias y horarios.*

Esta variable busca asegurar que las directrices estén incorporadas en las políticas de programación y se manifiesten de manera visible en la pantalla. Para esta evaluación se examinaron las parillas de programación de 1 de setiembre al 31 de octubre del 2023 en busca de cumplimiento del Horario Familiar y el respeto de las franjas horarias. Se comprueba que la variable se cumple.

- d. En el horario designado como "Apto para todos" incorporan contenidos y enfoques que son apropiados para los niños, niñas y adolescentes.*

Esta variable busca reforzar la observación de las políticas de programación con la evaluación de los resultados en pantalla. Se utilizó un análisis de contenido para medir el grado de cumplimiento de las restricciones normativas.

En este sentido, se constata el cumplimiento de las normativas relacionadas al respeto del Horario Familiar y las franjas horarias. Se registra el cumplimiento al 100% de la programación analizada en el intervalo de tiempo determinado.

El cumplimiento de este indicador demuestra un nivel muy alto de calidad.

C. Cada programa de la emisora posee una misión específica y única en comparación con los otros

La diversidad de la programación es un indicativo claro de la calidad de una emisora pública, donde cada programa en la parrilla se diseñó con un objetivo específico para atender a una audiencia determinada. La amplitud de temas y audiencias abordados contribuye a la riqueza y variedad de la oferta televisiva.

En la evaluación de esta variable, se analiza la misión de cada programa, considerando la relación entre el público y el género. El indicador alcanza su máxima puntuación cuando cada programa tiene una misión única y se dirige a una audiencia claramente definida.

Para la valoración del indicador se analiza el cruce de cuatro segmentos de público objetivo (niños, adolescentes, adultos y adultos mayores) con los tres principales objetivos del discurso televisivo (entretenimiento, información y educación). Se examinó la cantidad de combinaciones posibles para determinar la diversidad alcanzada.

Tabla 6

Inclusión de programas en la parrilla según su público y género

Programación en grilla	Frecuencia de programación
Considera 12 combinaciones de edad y objetivos	27,3%

Considera 9 a 11 combinaciones de edad y objetivos	45,5%
Considera 6 a 8 combinaciones de edad y objetivos	21,2%
Considera 5 a menos combinaciones de edad y objetivos	6,1%
Total	100%

Según el cuadro, el análisis indica que tanto las programaciones como la visualización contienen contenido para diversos grupos de audiencia (infantil, adolescente, adultos y mayores), cumpliendo con tres objetivos distintos para cada uno (entretenimiento, información y formación). Sin embargo, existe una falta de contenidos que incluyan programas informativos para niños y adolescente y programas dedicados directamente a la Persona Adulta Mayor.

Tabla 7

Público de la programación según contenidos

Público	Frecuencia
Niños	9,8%
Adolescentes	34,1%
Adultos	90,2%
PAM	56,1%

La muestra examinada exhibe una baja frecuencia de emisión de programas de formación (18%) con contenidos educativos o culturales, más bien se destacándose una mayor presencia de programas de entretenimiento, seguidos de los programas informativos.

Tabla 8

Objetivos de la programación

Objetivo	Frecuencia
Informar	36%
Entretener	46%
Formar	18%
Total	100%

El análisis de esta variable indica un nivel de desarrollo alto.

Subdimensión de transparencia en la gestión de recursos económicos:

D. Se llevan a cabo auditorías periódicas y se encuentran disponibles al público

Este indicador evalúa la transparencia financiera de TV Perú mediante el cumplimiento de procedimientos formales, supervisión interna y aprobación de balances, tanto interna como externamente con instituciones estatales. A pesar de no examinar minuciosamente el contenido de los balances, el estudio se enfoca en comprobar el seguimiento de procesos normativos, las condiciones de control interno y las políticas que promueven la transparencia, facilitando así el acceso público a la información financiera. Para este indicador se han tomado en cuenta cuatro variables:

- a. Se constata en los archivos y registros de TV Perú la evidencia de la presentación oportuna y adecuada de los balances.*

Se ha examinado la presentación de balances en los registros administrativos del IRTP a través de un análisis documental de los libros. Se confirma que las fechas están oficialmente registradas y cumplen con las normativas actuales, contando con la firma de los auditores correspondientes. Este análisis abarca los informes presentados desde el 2018 en adelante.

- b. Se comprueba que los balances de TV Perú están a disposición del público.*

Se confirma la disponibilidad pública de los balances al invocar formalmente el derecho de acceso a la información pública ante el Ministerio de Justicia y Derechos Humanos a través del Portal de Transparencia Estándar (<https://www.transparencia.gob.pe/>), el cual está regulado por la Ley N° 27806,

conocida como la "Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública". El artículo 11 de la Ley indica que *“La entidad de la Administración Pública a la cual se haya presentado la solicitud de información debe otorgarla en un plazo no mayor de diez (10) días hábiles”*, constatando su cumplimiento.

- c. Se verifica que el Directorio del IRTP supervisa la elaboración de los balances de TV Perú.*

Esta variable evalúa si de las acciones de supervisión, conforme al Reglamento de Funciones del IRTP, como obligaciones del Consejo Directivo. Se verifica que el Consejo Directivo supervisa la elaboración de los estados financieros (Memorándum N° 056-2016 -SCD/IRTP), asimismo se verifica la participación del mismo para el establecimiento de documentos como el Presupuesto Institucional de Apertura (D0085-2022-IRTP-PE), así como las revisiones y modificaciones correspondientes.

- d. TV Perú ofrece en su portal en línea una versión simplificada de su presupuesto para que la ciudadanía pueda consultarla de manera sencilla.*

Aunque el acceso a la información pública a menudo depende de solicitudes externas y factores más allá del control directo de la institución, existen medidas organizativas que pueden reflejar su compromiso con la transparencia. Algunas emisoras públicas globalmente, como la BBC y la TVE, implementan políticas transparentes, publicando información financiera clave, como salarios, proveedores y compras, de manera accesible en sus sitios web. Por tanto, esta variable se incluyó en el estudio, y se constató que no se está cumpliendo.

La evaluación de las variables para este indicador confirma un cumplimiento alto.

E. La planificación del presupuesto está registrada en documentos de acceso público

Publicar la información administrativa sobre la gestión de recursos es esencial para la transparencia en una emisora pública. La proyección de gastos y el plan de acción son fundamentales para que la ciudadanía se involucre de manera informada. Para verificar este indicador, se han considerado ciertas variables.

a. El canal Tv Perú elabora y presenta sus presupuestos de manera frecuente.

Se comprueba, a través de la revisión de documentos en los registros de TV Perú que los presupuestos se han elaborado y presentado formalmente de acuerdo con la normativa vigente.

b. Se constata que el presupuesto está disponible para el público en general.

Para respaldar a la ciudadanía en su derecho a ejercer el acceso a la información pública, existe la Ley N° 27806 que estipula que “La entidad de la Administración Pública a la cual se haya presentado la solicitud de información debe otorgarla en un plazo no mayor de diez (10) días hábiles”. Cuando se solicita el acceso a los presupuestos de TV Perú se comprueba que los procedimientos institucionales siguen la normativa establecida. Asimismo, se verifica que los libros presupuestales se pueden descargar desde el portal web de la institución.

c. El Consejo Directivo supervisa la planificación del presupuesto.

Según las funciones del Consejo Directivo, establecidas por el Reglamento de Organización y Funciones (ROF) en materia de gestión del IRTP, modificado mediante Decreto Supremo N° 006-2018, la supervisión del proceso o aprobación del presupuesto no es una de ellas. Según el nuevo ROF, esta responsabilidad recae en la Presidencia Ejecutiva con la finalidad de un mayor nivel de eficiencia. Por lo expuesto se le brinda un valor medio al cumplimiento de esta variable.

d. El canal TV Perú muestra en su portal en línea una versión simplificada de su presupuesto.

TV Perú no proporciona una versión simplificada de su presupuesto en su portal en línea para facilitar la consulta por parte de la ciudadanía. Se confirma que esta variable no se está cumpliendo.

La evaluación de estas variables da como resultado un valor medio para este indicador.

F. Se realizan auditorías de los informes financieros de manera regular, llevadas a cabo tanto por una entidad ajena a la emisora como por una auditoría interna.

La auditoría en el contexto de la televisión pública implica que entidades externas revisen los procesos organizacionales de la institución. Este procedimiento refuerza la transparencia y responsabilidad en la administración económica, cumpliendo con las regulaciones establecidas por el Sistema Nacional de Control (SNC). Este sistema, compuesto por la Contraloría General de la República (CGR), los Órganos de Control Institucional (OCI) y las Sociedades de Auditoría, asegura la supervisión independiente de la gestión económica. En el caso específico de TV Perú, la Oficina General de Auditoría Interna, vinculada a la CGR, realiza la auditoría de manera externa y directamente reporta a la CGR. Este indicador se desglosa en cinco variables alineadas con los principios normativos de la tarea de auditoría.

a. Los balances elaborados por la empresa han pasado por las auditorías pertinentes

La información solicitada ha sido verificada a través de los informes de Estados Financieros Auditados, según se detalla a continuación: Periodo 2017, Taboada &

Asociados S.C.; Periodo 2019, Aliaga & Rodriguez Asociados; Periodo 2020, Consorcio Perez Diaz & Asoc. S.C.

b. Los balances auditados no tienen objeciones.

Esta variable se cumple a partir de la documentación revisada en los documentos de auditoría interna, en los cuales se constata que los estados financieros fueron examinados sin salvedades.

c. En el organigrama del IRTP la Oficina de Auditoría Interna es independiente a la Dirección de Administración y Finanzas.

En la organización del OCI en el IRTP existe un jefe nombrado por la CGR. Estos operan bajo una dependencia funcional y administrativa con la CGR, ente rector del Sistema Nacional de Control (SNC). El OCI sigue las normas y los lineamientos establecidos por la CGR según el Control Gubernamental.

d. El Consejo Directivo confirma en sus actas la presentación de los informes de auditoría

Esta variable busca verificar que el Consejo Directivo supervisa efectivamente las auditorías. No se constata que el Consejo Directivo haya participado de la presentación de los informes, por lo que la variable se considera incumplida.

e. Se verifica la aplicación de medidas internas para promover la transparencia.

Se busca identificar acciones adicionales que reflejen una política de transparencia. Se evalúa la implementación del Modelo de Integridad, una herramienta que previene la corrupción y prácticas cuestionables en entidades públicas. Este modelo establece estándares y buenas prácticas, y su implementación se rige por la DIRECTIVA N° 002-2021-PCM/SIP.

Este indicador cumple un nivel alto ya que se verificó la presentación de balances a la CGR y su accesibilidad al público. Se verificó la presentación de balances a la CGR, su accesibilidad al público, y la auditoría sin objeciones en los años 2017, 2019 y 2020. También se confirmó la independencia del OCI. No obstante, no se pudo verificar la presentación del informe de auditoría en las actas del Consejo.

G. Los procesos de contratación de proveedores están adecuadamente registrados y son accesibles al público.

La administración efectiva de un medio público necesita procesos estándar para contratar bienes o proveedores externos. La transparencia en estos procesos garantiza equidad para los proveedores y sirve como herramienta de control, cumpliendo el derecho de la ciudadanía a conocer las acciones de la gestión pública. Para evaluar este indicador, revisaremos si el IRTP tiene documentos que describan cómo contrata proveedores y adquiere bienes, y si estas reglas son accesibles al público mediante su publicación activa.

a. Existen normativas para la contratación de proveedores.

El IRTP cuenta con sus “Normas de contratación de servicios individuales y por trabajos prestados en forma independiente”, el cual proporciona las directrices y reglamentaciones para la contratación de servicios; y las “Normas para la economía de compra de bienes y contratación de servicios”, la cual brinda criterios para la gestión eficiente de compras, asimismo, la base legal de ambos documentos está sustentada en la “Ley 30225, Ley de Contrataciones del Estado”.

b. Los reglamentos están disponibles para consulta en el portal en línea del organismo contratante (IRTP/TVPERÚ)

Se constata la disponibilidad de ambos documentos a través del Portal de Transparencia del IRTP.

c. Los procesos actuales, así como las licitaciones abiertas y concluidas, están disponibles para consulta en la página web.

Se confirma que ambos documentos están disponibles en el Portal de Transparencia del IRTP.

d. Existen mecanismos adicionales para el control de los procesos de contratación.

Se constata la existencia de informes de recomendaciones con acciones y estrategias para mejorar los procesos de contratación.

e. Existen políticas adicionales destinadas a fomentar la transparencia en los procesos de contratación

Se verifica la existencia y aplicación del Modelo de Integridad del IRTP con acciones que respaldan la estrategia interna para prevenir la corrupción en los procesos de compra y contratación.

Al comprobar la existencia de reglamentos detallando criterios para contratación y adquisición de bienes, este indicador refleja un alto cumplimiento. Además, se verificó una política de cumplimiento con normativas de integridad y transparencia adoptadas por la institución, y estos reglamentos están publicados en línea en el portal del IRTP junto con los procesos vigentes.

H. Existen pautas formales para la contratación de talento artístico que han sido adecuadamente registradas y están disponibles públicamente.

La televisión, al igual que otras formas culturales y artísticas, realiza contrataciones basadas en criterios subjetivos difíciles de medir, como decisiones estéticas. La transparencia se centra en mostrar cómo se llevan a cabo estos procesos sin evaluar el valor de lo contratado o los montos específicos. El objetivo es proporcionar detalles sobre los procedimientos reales utilizados, junto con sus condiciones. Se establecieron 4 variables que facilitan la evaluación objetiva de la transparencia en los procedimientos de contratación artística:

a. Existen criterios establecidos para los procesos de contratación artística.

Se constata la existencia del documento “Normas de contratación de servicios individuales y por trabajos prestados en forma independiente”, el cual proporciona las directrices y reglamentaciones para las contrataciones.

b. El reglamento está disponible para el público

El público puede acceder fácilmente al reglamento ya que está disponible en a través del Portal de Transparencia.

c. Los criterios para la contratación artística están disponibles en la web de TV Perú o del IRTP

TV Perú no ofrece información detallada sobre las contrataciones artísticas y no proporciona especificaciones claras de los criterios que orientan las decisiones en esta área.

d. El Consejo Directivo confirma en sus actas la supervisión de la contratación artística.

De acuerdo con las funciones del Consejo Directivo establecidas por el ROF en la gestión del IRTP, modificado mediante el Decreto Supremo N° 006-2018, la

supervisión de los aspectos económicos de la contratación artística no está entre sus responsabilidades, sino que recae en la Oficina de Administración.

En función de las variables analizadas se observa un nivel medio de transparencia en las pautas de contratación artística.

I. Los sueldos de las autoridades de la emisora están disponibles para el público en general

En una política transparente, es importante tener reglas claras para fijar los sueldos de las autoridades, con información accesible al público y publicada activamente. Algunas emisoras públicas, como la BBC o TVE, comunican abiertamente los salarios de sus autoridades. Para este indicador se han tomado en cuenta cuatro variables:

- a. Los salarios de los directores y sus ajustes se determinan de acuerdo con una escala formalmente establecida y en vigencia, que se aplica de manera general en otros organismos gubernamentales.*

Se constata la existencia del Cuadro para Asignación del Personal Provisional del Instituto de Radio y Televisión del Perú, aprobado mediante RM N° 000135-2021-DM/MC. Asimismo, se constata la publicación de resoluciones que establecen el nombramiento de funcionarios de la institución y miembros del Consejo Directivo.

- b. Los salarios de los principales funcionarios están disponibles para consulta pública*

Esta variable se refiere a la disponibilidad de acceso de los salarios efectivos de las autoridades del IRTP. Se verifica la “disponibilidad para consulta pública” cuando la información es entregada de completa y sin observaciones en un plazo no mayor a

10 días ante una solicitud ciudadana (Ley N° 27806). Esta disposición no se cumplió al solicitar dicha información.

c. Los ingresos y cambios patrimoniales de las autoridades de TV Perú son supervisados y están sujetos a controles anticorrupción.

Se verifica que las autoridades mencionadas presentan Declaraciones Juradas de Intereses al inicio de su gestión y de manera periódica ante la CGR, siendo este proceso supervisado por la Gerencia de Recursos Humanos.

d. Los salarios de las autoridades son publicados y están disponibles para el público en general.

TV Perú no cumple con la variable que valora la publicación como una política positiva, ya que no se verifica la presencia de la información relacionada con esta política en su sitio web.

Este indicador registra un nivel bajo de transparencia.

Subdimensión de participación ciudadana:

J. La emisora promueve la participación ciudadana mediante estrategias sistemáticas y políticas específicas.

La participación ciudadana en una emisora implica políticas activas para incluir a la audiencia y estrategias que fomenten la interacción. Esto se logra facilitando la comunicación bidireccional, con canales con los que el público se comuniquen con TV Perú y proporcionándole información. La audiencia se considera como el público ciudadano y, por ende, como sujeto de derechos. Para este indicador se han tomado en cuenta cuatro variables.

a. TV Perú presenta una política de vinculación con otras instituciones.

Se evalúa la celebración de convenios y acciones que fortalezcan los lazos con la sociedad mediante iniciativas interinstitucionales. Se constata mediante revisión documentaria la existencia de convenios formales y acuerdos operativos pactados entre diversas instituciones públicas y privadas cuyos objetivos están relacionados con la promoción de conexiones entre los diferentes actores sociales externos con TV Perú.

b. TV Perú realiza sistemáticamente actividades de apertura/visita de ciudadanos

Se verifica la existencia del Plan para mejorar la calidad de atención a la ciudadanía del IRTP (2018) que propone ejecutar actividades y acciones en base a estándares para una atención de calidad a la ciudadanía, en este se fija el nivel nulo de la aplicación de estrategias de participación ciudadana, mejora de la atención a la ciudadanía y comunicación con la ciudadanía. En cuanto se busca verificar la aplicación de dichas estrategias dentro del primer semestre del 2023 solo se registraron dos visitas guiadas en el mes de junio lo cual evidencia el incumplimiento de la variable, pues las visitas guiadas no son sistemáticas.

c. Se identifican acciones de participación ciudadana en la pantalla mediante la visualización de registros de programación

La variable se ha diseñado teniendo en cuenta el porcentaje de programación que hace referencia a la participación de la ciudadanía a través de paneles de discusión, lectura/exhibición de mensajes, así como público presente activo, entre otras formas de participación en los programas. Los resultados se reflejan en la siguiente tabla.

Tabla 9

Participación de la ciudadanía en programas de la TV Pública

Características del programa	Frecuencia
------------------------------	------------

Programas con participación de la ciudadanía	37,8%
Programas sin participación de la ciudadanía	62,2%
Total	100%

d. Se constata la existencia de medios interactivos que permiten la intervención directa de la ciudadanía en la pantalla

Esta variable pretende constatar el uso de canales adicionales para facilitar la intervención de la ciudadanía con los contenidos mostrados en la pantalla. Esto puede confirmarse a través de varios indicios, como las formas de interacción en las plataformas de redes sociales que fomentan debates y reflexiones sobre diversos contenidos, incluyendo noticias actuales y eventos patrios, entre otros.

Este indicador muestra un nivel alto de la participación ciudadana.

K. Se han establecido procedimientos para recolectar y compartir internamente las sugerencias y críticas de la ciudadanía, tanto de forma individual como a través de grupos organizados.

Es fundamental en una política de participación ciudadana, que busca fomentar una cultura participativa y conciencia de la comunicación, que TV Perú desarrolle una política de apertura hacia los reclamos ciudadanos. Esto implica no solo ser receptivos a la sociedad, sino también tener la capacidad de utilizar la información recibida para generar cambios y mejoras. Para organizaciones grandes y complejas, esto requiere un trabajo interno de comunicación y organización que facilite la interacción con la sociedad y la implementación de cambios basados en ese diálogo. Para este indicador se han tomado en cuenta cuatro variables.

a. TV Perú cuenta con canales de reclamos propios y se verifica en el portal en línea

No se encontraron canales de reclamación o vías de información especialmente diseñadas para la recepción de críticas, sugerencias o reclamos hacia TV Perú a través de su portal en línea.

b. Se constata que existen protocolos definidos para proporcionar respuestas a reclamos o consultas

Se verifica la existencia de guías de procedimientos que regulen las formas en que se reciben, atienden y distribuyen las quejas, consultas o sugerencias hacia las diferentes áreas de TV Perú que podrían ser receptoras de esta información a través del documento “Registro y Atención de Reclamos realizados al Libro de Reclamaciones del IRTP”.

c. Se constata que en existen registros donde se documentan los reclamos recibidos.

Este indicador busca evaluar la existencia de estrategias para crear y mantener el registro de los vínculos y conexiones que TV Perú establece con la sociedad y su audiencia. Si bien existe un documento que enuncia la política de registro y atención de reclamos, no se logró verificar un archivo histórico de los mismos.

d. Se constata que en existen expedientes específicos que están relacionados con reclamos relacionados con el acceso a la información pública

Como emisora estatal y pública, es crucial implementar una política que reconozca el derecho al acceso a la información pública. La existencia del Modelo de Integridad la atención y el seguimiento de las solicitudes de acceso a la información a través del Portal de Transparencia Estándar del IRTP comprueban la variable.

El nivel de participación ciudadana es bajo, ya que no hay canales dedicados para este fin. La respuesta a reclamos se limita a un solo canal, a pesar de la existencia

de registros de reclamos relacionados con el acceso a información pública. La verificación de los métodos de recopilación y difusión de sugerencias o críticas no es concluyente.

L. La emisora mantiene una presencia permanente y planificada en medios de comunicación en línea con el propósito de fomentar la participación ciudadana.

Este indicador evalúa si TV Perú utiliza de manera efectiva las nuevas tecnologías para fortalecer el vínculo con la participación ciudadana, en lugar de centrarse solo en objetivos publicitarios, estrategias de fidelización de audiencias, la expansión de pantallas o la venta de productos y servicios.

a. La comunicación en medios interactivos se orienta hacia la participación activa.

Para esta variable se verifica que se promueven temas de interés público a través de las plataformas de TV Perú, se invita a la audiencia a responder sobre los temas planteados como ciudadanos y se proporciona información destinada a promover la participación ciudadana.

b. Se constata la existencia de protocolos de comunicación en redes que consideran la condición singular de un medio público y su responsabilidad ante la ciudadanía.

Luego de verificar en las plataformas de redes sociales de TV Perú no se logró identificar un protocolo de comunicación estructurado que contemple la responsabilidad del medio frente a su audiencia.

c. Se verifica una retroalimentación consolidada mediante la comunicación en medios interactivos

Si bien es cierto, TV Perú cuenta con canales de redes sociales que facilitan e invitan a la participación ciudadana, además de la posibilidad de sostener mecanismos y estrategias para recibir comentarios, opiniones y demás por medios interactivos, no se considera una política consolidada ni aplicada periódicamente.

El indicador revela un nivel bajo de manejo de la información proveniente de interacciones a través de medios interactivos. Las redes sociales y plataformas interactivas fomentan la participación ciudadana al abordar temas de interés público e invitando a la audiencia a responder los temas planteados. Sin embargo, existen protocolos de comunicación que respondan al rol público de TV Perú ni políticas de retroalimentación en sus medios interactivos.

M. La emisora fomenta la participación ciudadana a través de entidades y/o sistemas institucionalizados de participación.

Según lo establecido en la normativa sobre la cual se crea el Instituto de Radio y Televisión del Perú, además de la Ley 28278, Ley de Radio y Televisión, no se considera la creación de una entidad o institución que movilice la participación de los diversos sectores de la sociedad civil en el desarrollo de acciones de interpelación ciudadana sobre TV Perú. Por otro lado, según la Resolución de Presidencia Ejecutiva N° 052-2017/IRTP se aprobó el instructivo para el Requerimiento de producción de nuevos programas, el cual busca promover la proposición de nuevos contenidos audiovisuales por lo cual este indicador será calificado como muy bajo.

CONCLUSIONES

De acuerdo a los resultados obtenidos se pueden determinar las siguientes conclusiones:

La evaluación de la dimensión de transparencia y participación ciudadana de TV Perú según el sistema de evaluación de indicadores de calidad de emisoras públicas de UNESCO da como resultado un nivel de calidad medio según la ponderación de los indicadores. Esto se debe a que, si bien los resultados de su evaluación de su concepción pública son altos, las premisas de transparencia y participación ciudadana no se cumplen en su totalidad, afectando el resultado total.

La evaluación individual de la subdimensión de definición de la emisora pública según los indicadores de calidad de UNESCO da como resultado un nivel de calidad alto ya que se establecen y difunden correctamente las definiciones de misión, visión, objetivos y valores a la audiencia, así como se establecen lineamientos para la producción de contenidos únicos y específicos para cada segmento de audiencia respetando las franjas horarias establecidas por ley.

La evaluación individual de la subdimensión de transparencia en la gestión de recursos económicos según los indicadores de calidad de UNESCO da como resultado un nivel medio ya que se constata la realización de auditorías periódicas de los balances presupuestales, informes financieros, procesos de contratación de bienes, servicios y talento artístico, así como la planificación del presupuesto anual por parte de la administración de TV Perú. Por otro lado, se constata que no existe una correcta difusión y disponibilidad de documentos de fácil lectura para el público en general sobre los aspectos económicos de TV Perú como el balance presupuestal, informes de auditorías financieras y los salarios de sus autoridades lo que dificulta la comprensión y acceso de la ciudadanía a la información financiera.

La evaluación individual de la subdimensión de participación ciudadana según los indicadores de calidad de UNESCO da como resultado un nivel de calidad bajo ya que, si bien existen protocolos y políticas que fomentan la participación ciudadana estos no se cumplen a cabalidad ni existe un registro periódico de seguimiento de las críticas y recomendaciones hacia TV Perú. Además, no cuenta con canales de reclamo propios a través de su portal web, protocolos de comunicación y retroalimentación para su audiencia ni la existencia de organismos de la sociedad civil (externos) que fomenten la participación ciudadana.

RECOMENDACIONES

De acuerdo a lo expuesto anteriormente, se recomienda:

Que TV Perú actualice y mantenga actualizados sus medios interactivos como su portal en línea o redes sociales con la información pertinente a su labor pública como misión, visión, objetivos y valores.

Que el Consejo Directivo del IRTP mantenga una participación activa en todos los procesos que contempla la administración de recursos económicos de TV Perú tales como auditorías financieras, elaboración del presupuesto, contrataciones de bienes y servicios. Esta responsabilidad recae actualmente en la Presidencia Ejecutiva.

Que se transparente y difundan los aspectos económicos y criterios de contratación de talento artístico para la producción de programas, así como los ingresos salariales de las autoridades y principales funcionarios de TV Perú para afianzar su función pública.

Que TV Perú integre y de seguimiento a políticas que refuercen y garanticen la participación de la ciudadanía en la producción de contenidos tales como buzones de sugerencia promoviendo un entorno más inclusivo y participativo.

La creación de una entidad o institución integrada por miembros representantes de los distintos actores sociales y organizaciones de la sociedad civil que fomente la participación ciudadana en el desarrollo de contenido, líneas de trabajo y el debate público sobre la función y objetivos de TV Perú.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arias, G. (2010). La implementación de la televisión digital en el Perú: Un cambio tecnológico sin políticas públicas. *Contratexto*, 18, 213. <https://revistas.ulima.edu.pe/index.php/contratexto/article/view/206/235>
- Blumler, J. (1993). *Televisión e interés público*. Bosch Casa Editorial.
- BBC. (s.f.). Acerca de la BBC. *BBC News Mundo*. https://www.bbc.com/mundo/institucional/2013/03/000000_institucional_movil
- Caffarel, C. (2005). ¿Es posible una televisión de calidad? *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 13(25), 23-27. <https://doi.org/10.3916/C25-2005-003>
- Carnegie Commission on Educational Television (1967). *Public Television: A Program for Action*. <https://web.archive.org/web/20120913105748/http://www.current.org/wp-content/themes/current/archive-site/pbpb/carnegie/CarnegieSummary.html>
- Cascajosa, C. (2016). *Historia de la televisión*. Tirant Humanidades.
- Cea, M. (1998). *Metodología cuantitativa: estrategias y técnicas de investigación social* (1a ed.). Síntesis.
- Consejo Consultivo de Radio y Televisión – CONCORTV (2023). *TV y Radio en Cifras* [Documento PDF]. Concortv. <https://www.concortv.gob.pe/wp-content/uploads/2023/08/Informe-TV-y-Radio-en-Cifras-2023.pdf>
- Consejo Consultivo de Radio y Televisión – CONCORTV (2023). *Estudio cuantitativo sobre consumo radial y televisivo – Nacional* [Documento PDF]. Concortv. <https://www.concortv.gob.pe/wp-content/uploads/2023/02/Informe-Final-Est.-Consumo-Radial-y-Televisivo-2022-Nacional-Ciudades.pdf>
- CPI Research (2023) *Evolución de la inversión publicitaria en las plataformas tradicionales y digitales. Nivel nacional: 2018 / 2022* [Documento PDF]. CPI. https://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/MARKET%20REPORT_2023_2-1.pdf

- Crisóstomo, PA. (2021). *El rol de la televisión pública en la comunicación de los movimientos sociales* [Tesis de doctorado, Universidad Carlos III de Madrid] <https://e-archivo.uc3m.es/handle/10016/33837>
- Denzin, N. K. (1975). *The research act. A theoretical introduction to sociological methods*. McGraw Hill.
- Decreto Supremo N° 006-2018-MC [con fuerza de ley]. Modificación del Reglamento de Organización y Funciones del Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú. (28 de 08 de 2018). D.O. 1682422
- Decreto Supremo N° 017-2010-MTC [con fuerza de ley]. Que aprueba el plan maestro para la Implementación de la televisión digital terrestre en el Perú y modifica el reglamento de la ley de radio y televisión, aprobado por decreto supremo N° 005-2005-MTC. (29 de 03 de 2010). D.O. No. 416362
- Decreto Supremo N° 280-2010-EF [con fuerza de ley]. Que aprueba la política remunerativa del Pliego del Instituto Nacional de Radio y Televisión – IRTP. (2010)
- Decreto Legislativo N° 829 [con fuerza de ley]. Crean el Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú – IRTP. (09 de 07 de 1996) D.O. 141017
- Dirección General de Políticas y Regulación en Comunicaciones. (2023) *Boletín Estadístico del Sector Telecomunicaciones – Primer Trimestre 2023*. <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/5086266/Boletín%20Estadístico%20del%20Sector%20Telecomunicaciones%20–%20Primer%20Trimestre%202023.pdf?v=1695311966>
- Giráldez, N. (2020). *Creación de valor público para el desarrollo de la televisión pública peruana – TV Perú* [Tesis de maestría, Universidad San Ignacio de Loyola]. <https://repositorio.usil.edu.pe/entities/publication/787bb1da-0e9c-405f-9057-0e4c5b848f92>
- Hernandez, R. (2010). *Metodología de la investigación* (5a ed.). McGraw Hill.
- Hernandez, R. (2014). *Metodología de la investigación* (6a ed.). McGraw Hill.
- Herreros, JM. (2003). El servicio público de la televisión en Francia. *Fundación de la Comunidad Valenciana para el Desarrollo de la Comunicación y la Sociedad*, 83-94.

- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2017) *Censo Nacional 2017*. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1544/
- Iosifidis, P. (2010). Retos y estrategias servicio público de televisión en Europa. *Infoamérica: Iberoamerican Communication Review*; (3-4), 7-21. https://www.infoamerica.org/icr/n03_04/iosifidis.pdf
- Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú. (2023). *Nuestros medios. Plataforma Digital Única del Estado Peruano*. <https://www.gob.pe/institucion/irtp/organizacion>
- Jaramillo, J. C. (2004). *Modelo de comunicación pública organizacional e informativa para entidades del Estado*. MCPOI, USAID/Casals & Associates Inc.
- Ley 28278 de 2004. Ley de Radio y Televisión. 16 de julio de 2004. Diario Oficial El Peruano Pág. 272517
- Lizcano, J. (2014). Transparencia. *EUNOMÍA. Revista En Cultura De La Legalidad*, n° 3, 160-166. <https://e-revistas.uc3m.es/index.php/EUNOM/article/view/2127>
- Ministerio de Transportes y Comunicaciones – MTC (2023). *Plan de cese de señales analógicas en el marco de la implementación de la televisión digital terrestre en el Perú* [Documento PDF]. ConcorTV. <https://www.concorTV.gob.pe/wp-content/uploads/2023/04/PLAN-DE-CESE-TDT-2023-v.1-14.03.2023.pdf>
- Manfredi, J. L. (2008). *La televisión pública en Europa*. Fundación Autor.
- McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda: el impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Paidós.
- Ojer, T. (2010, 31 de octubre). *Televisión de calidad: una realidad posible*. Nueva revista. <https://www.nuevarevista.net/television-de-calidad-una-realidad-posible/#:~:text=En%20este%20sentido%2C%20se%20consideran,obtenidos%20y%20las%20cr%C3%ADticas%20recibidas>
- Peralta-García, L., Espinar-Medina, L., & Chaparro, M. (2023, 14 de octubre). Buenas prácticas en la radio comunitaria. Estudio de caso a través de la aplicación del indicador IRSCOM en Colombia. *Revista de Comunicación*, 22(2). http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1684-09332023000200097&lng=es&nrm=iso

- Pilati, A., & Richeri, G. (1993). Evolución en los años 90. *Telos, Cuadernos de Comunicación Tecnología y Sociedad*; 35. <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero035/evolucion-en-los-anos-90/>
- Portales, D. (2008). La televisión pública como em presa. En O. Rincón (Ed.), *Televisión pública: Del consumidor al ciudadano*. La Crujía
- Richeri, G. (1995). La calidad de la televisión. *Telos, Cuadernos de Comunicación Tecnología y Sociedad*; 42. <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero042/la-calidad-de-la-television/>
- Richeri, G., & Lasagni, M. C. (2006). *Televisión y calidad: el debate internacional* (1a ed.). La Crujía.
- Rincón, O. (2022). Las públicas cool, pop y popular. En *TV Pública Cool*, (pp. 39). <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/la-comunicacion/19474-20220912.pdf>
- Supo, J. (2014). *Seminarios de investigación científica: Sinopsis del libro y carpeta de aprendizaje*. Bioestadístico.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2013). *Indicadores de calidad de las emisoras públicas - Evaluación contemporánea*. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000216616_spa

ANEXOS

Anexo 1

Reporte Turnitin

Similarity Report

PAPER NAME	AUTHOR
EP4.docx	JEREMY CHAVEZ IZACIGA


WORD COUNT	CHARACTER COUNT
15663 Words	87043 Characters
PAGE COUNT	FILE SIZE
75 Pages	1.1MB
SUBMISSION DATE	REPORT DATE
Dec 6, 2023 11:51 PM GMT-5	Dec 6, 2023 11:52 PM GMT-5


● **23% Overall Similarity**
The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 21% Internet database
- 7% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 11% Submitted Works database

● **Excluded from Similarity Report**

- Bibliographic material
- Quoted material


Jeremy Chávez Izáciga


Jorge Luis Linares Weilg

Anexo 2

Matriz de consistencia

SITUACIÓN DE LA DIMENSIÓN DE TRANSPARENCIA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA DE TV PERÚ SEGÚN EL SISTEMA DE INDICADORES DE CALIDAD DE EMISORAS PÚBLICAS DE UNESCO						
Problema	Objetivo	Hipótesis	Marco Teórico	Variable	Subdimensiones	Diseño Metodológico
¿Cuál es la situación de la dimensión de transparencia y participación ciudadana de TV Perú según el sistema de indicadores de calidad de emisoras públicas de UNESCO?	Evaluar la situación de la dimensión de Transparencia y participación ciudadana de TV Perú según el sistema de indicadores de calidad de emisoras públicas de UNESCO	Al tratarse de una estudio descriptivo - evaluativo no hay presencia de hipótesis (Sampieri, 2017)	Televisión Pública	Transparencia y participación ciudadana según los indicadores de calidad para emisoras públicas (UNESCO, 2012)	A. Definición de la emisora pública B. Transparencia en la gestión de recursos económicos C. Participación ciudadana	Tipo de Estudio: Descriptivo - Evaluativo - Transversal
Problema Específico 1: ¿Cuál es la situación de la subdimensión de definición de la emisora pública TV Perú según el sistema de indicadores de calidad de emisoras públicas de UNESCO?	Objetivo Específico 1: Evaluar la situación de la subdimensión de concepto emisora pública de TV Perú según el sistema de indicadores de calidad de emisoras públicas de UNESCO					Enfoque: Mixto

Situación de la dimensión de transparencia y participación ciudadana de tv Perú según el sistema de indicadores de calidad de emisoras públicas de UNESCO



<p>Problema Específico 2: ¿Cuál es la situación de la subdimensión de transparencia en la gestión de recursos económicos de TV Perú según el sistema de indicadores de calidad de emisoras públicas de UNESCO?</p>	<p>Objetivo Específico 2: Evaluar la situación de la subdimensión de transparencia en la gestión de recursos económicos de TV Perú según el sistema de indicadores de calidad de emisoras públicas de UNESCO</p>					
<p>Problema Específico 3: ¿Cuál es la situación de la subdimensión de participación ciudadana de TV Perú según el sistema de indicadores de calidad de emisoras públicas de UNESCO?</p>	<p>Objetivo Específico 3: Evaluar la situación de la subdimensión de participación ciudadana de TV Perú según el sistema de indicadores de calidad de emisoras públicas de UNESCO</p>					

Anexo 3

Tabla de operalización de variables

Variable: Televisión pública

Definición conceptual: La televisión pública está enraizada en el sistema social, del cual extrae su existencia. En título y gobierno es una institución pública, y sus fuentes primarias de financiación son públicas. (Blumler, 1993)

Instrumento: Análisis documental

Variable	Definición conceptual	Dimensión	Subdimensiones	Escala de medición
Televisión pública	La televisión pública está enraizada en el sistema social, del cual extrae su existencia. En título y gobierno es una institución pública, y sus fuentes primarias de financiación son públicas. (Blumler, 1993)	Transparencia y participación ciudadana	A. Definición de la emisora pública	Ordinal: 1.- Muy Deficiente 2.- Deficiente 3.- Regular 4.- Bien 5.- Muy bien
			B. Transparencia en la gestión de recursos económicos	
			C. Participación ciudadana	

Anexo 4: Evaluación de Expertos

Estimado profesional, usted ha sido invitado a participar en el proceso de evaluación de un instrumento para la investigación de la calidad de las emisoras públicas. En razón a ello se le alcanza el instrumento motivo de evaluación y el presente formato que servirá para que usted pueda hacernos llegar sus apreciaciones para cada ítem del instrumento de investigación.

- Agradecemos de antemano sus aportes que permitirán validar el instrumento y obtener información válida, criterio requerido para toda investigación

A continuación, sírvase identificar el ítem o dimensión y conteste marcando con un aspa en la casilla que usted considere conveniente y además puede hacernos llegar alguna otra apreciación en la columna de observaciones.

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	Si	No	Si	No	Si	No	
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
1	X		X		X		
2	X		X		X		
3	X		X		X		
4	X		X		X		
5	X		X		X		
6	X		X		X		
7	X		X		X		
8	X		X		X		
9	X		X		X		

Nombre del Experto: Miriam Larco Sichei

Cargo o Institución donde labora: Secretaria Técnica del
CONCORTV

Fecha:13-10-23

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Miriam Larco Sichei', written over a horizontal line.

Firma del Experto

Anexo 5

Ficha de Programa

PROGRAMA	ASHI AÑANE
GENERO	Cultural
CONDUCTORES	Deniz Contreras Y Cinthya Gonzales
TEMA PRINCIPAL	Cultura amazónica peruana en sus diferentes enfoques.
MISIÓN	Crear y difundir contenidos audiovisuales culturales, educativos, informativos y de esparcimiento para los peruanos y peruanas, a través de sus medios de comunicación, en forma oportuna, inclusiva y veraz, con enfoque intercultural.
VISIÓN	Perú país milenario que vive, reconoce, valora y construye su diversidad cultural, como base de su integración y desarrollo sostenible.
VALORES DEL PROGRAMA	Respeto Pluriculturalidad Igualdad Integración
SLOGAN	Nuestra Voz

Anexo 6

Ficha de Programa

PROGRAMA	BUENO BONITO BRAVAZO
GENERO	Reality
CONDUCTORES	Tula Rodríguez
TEMA PRINCIPAL	Competencia entre comedores populares que presentan recetas innovadoras, creativas, nutritivas y económicas para todos los peruanos.
MISIÓN	Crear y difundir contenidos audiovisuales culturales, educativos, informativos y de esparcimiento para los peruanos y peruanas, a través de sus medios de comunicación, en forma oportuna, inclusiva y veraz, con enfoque intercultural.
VISIÓN	Perú país milenario que vive, reconoce, valora y construye su diversidad cultural, como base de su integración y desarrollo sostenible.
VALORES DEL PROGRAMA	<ul style="list-style-type: none">-Trabajo en equipo-Fuerza de la mujer-Emprendedora-Solidaridad, creatividad.-Resiliencia
SLOGAN	Bueno bonito bravazo.

Anexo 7

Ficha de Programa

PROGRAMA	CON SABOR A PERÚ
GENERO	Entretenimiento
CONDUCTORES	ISRAEL LAURA
TEMA PRINCIPAL	Presentar un sabroso recorrido culinario en una tierra llena de contrastes a través de los platos, donde la vuelta a lo esencial es la cocina como protagonista.
MISIÓN	Crear y difundir contenidos audiovisuales culturales, educativos, informativos y de esparcimiento para los peruanos y peruanas, a través de sus medios de comunicación, en forma oportuna, inclusiva y veraz, con enfoque intercultural.
VISIÓN	Perú país milenario que vive, reconoce, valora y construye su diversidad cultural, como base de su integración y desarrollo sostenible.
VALORES DEL PROGRAMA	<ul style="list-style-type: none">- Creatividad- Respeto- Responsabilidad- Amabilidad- Tolerancia- Entusiasmo- Compartir
SLOGAN	Con Sabor a Perú

Anexo 8

Ficha de Programa

PROGRAMA	LO MEJOR DE NOSOTROS
GENERO	Late Show
CONDUCTORES	Gonzalo Torres
TEMA PRINCIPAL	Conversar con los invitados sobre todo aquello que nos enorgullece como peruanos y destacar siempre lo mejor de nosotros.
MISIÓN	Crear y difundir contenidos audiovisuales culturales, educativos, informativos y de esparcimiento para los peruanos y peruanas, a través de sus medios de comunicación, en forma oportuna, inclusiva y veraz, con enfoque intercultural
VISIÓN	Perú país milenario que vive, reconoce, valora y construye su diversidad cultural, como base de su integración y desarrollo sostenible.
VALORES DE PROGRAMA	Reconocimiento Unión Identidad Respeto Diversidad
SLOGAN	“Descubramos juntos lo mejor de nosotros”

Anexo 9

Ficha de Programa

PROGRAMA	MAS CONECTADOS
GENERO	ENTRETENIMIENTO
CONDUCTORES	CRISTOPHER GIANOTTI, PIERRE SUQUEYAMA, ALBERTO TEJADA
TEMA PRINCIPAL	Entrevistas a especialistas sobre temas utilitarios en beneficio de los ciudadanos
MISIÓN	Crear y difundir contenidos audiovisuales culturales, educativos, informativos y de esparcimiento para los peruanos y peruanas, a través de sus medios de comunicación, en forma oportuna, inclusiva y veraz, con enfoque intercultural
VISIÓN	Perú país milenario que vive, reconoce, valora y construye su diversidad cultural, como base de su integración y desarrollo sostenible.
VALORES DEL PROGRAMA	Alegría, colaboración, empatía, fidelidad, franqueza, independencia, optimismo, tolerancia, trabajo, vocación, respeto, amabilidad, solidaridad, y honestidad
SLOGAN	MÁS UNIDOS QUE NUNCA

Anexo 10

Ficha de Programa

PROGRAMA	MIRADAS
GENERO	Entrevista (Estilo podcast)
CONDUCTORES	Fátima Saldonid
TEMA PRINCIPAL	Conocer a fondo un personaje de la escena cultural local y del mundo del entretenimiento en primera persona y, a través de la mirada de terceras personas vinculadas él.
MISIÓN	Crear y difundir contenidos audiovisuales culturales, educativos, informativos y de esparcimiento para los peruanos y peruanas, a través de sus medios de comunicación, en forma oportuna, inclusiva y veraz, con enfoque intercultural
VISIÓN	Perú país milenario que vive, reconoce, valora y construye su diversidad cultural, como base de su integración y desarrollo sostenible.
VALORES DEL PROGRAMA	Motivación, Empatía, Conocimiento a través de la emoción, positivismo, liderazgo.
SLOGAN	

Anexo 11

Ficha de Programa

PROGRAMA	MISKI TAKIY
GENERO	MUSICAL
CONDUCTORES	VICTORIA PORRAS QUINTANILLA (SAYWA) Y NAYSHA MONTES SUAZO
TEMA PRINCIPAL	LA DIFUSIÓN Y REVALORACIÓN DE LA MUSICA ANDINA Y AMAZÓNICA DEL PERÚ Y LATINOAMERICANA EN TODAS SUS VARIANTES: TRADICIONAL Y CONTEMPORÁNEA.
MISIÓN	Crear y difundir contenidos audiovisuales culturales, educativos, informativos y de esparcimiento para los peruanos y peruanas, a través de sus medios de comunicación, en forma oportuna, inclusiva y veraz, con enfoque intercultural
VISIÓN	Perú país milenario que vive, reconoce, valora y construye su diversidad cultural, como base de su integración y desarrollo sostenible.
VALORES DEL PROGRAMA	IDENTIDAD, ORGULLO, IGUALDAD, UNIÓN, REVALORACIÓN.
SLOGAN	MISKI TAKIY, EL DULCE CANTAR DE NUESTROS PUEBLOS

Anexo 12

Ficha de Programa

PROGRAMA	PRESENCIA CULTURAL
GENERO	Cultura y entretenimiento
CONDUCTORES	-Denise Arregui Mc Lauchlan (conductora) -Raúl Horacio Cachay Alegre (co conductor) (Secuencia “El placer de los ojos”)
TEMA PRINCIPAL	Actividades culturales y proyectos de creadores peruanos
MISIÓN	Crear y difundir contenidos audiovisuales culturales, educativos, informativos y de esparcimiento para los peruanos y peruanas, a través de sus medios de comunicación, en forma oportuna, inclusiva y veraz, con enfoque intercultural
VISIÓN	Perú país milenario que vive, reconoce, valora y construye su diversidad cultural, como base de su integración y desarrollo sostenible.
VALORES DEL PROGRAMA	Pluriculturalidad, creatividad, inclusión y respeto
SLOGAN	“La cultura nos une”

Anexo 13

Ficha de Programa

PROGRAMA	QUE GANE EL MEJOR
GENERO	CONCURSO
CONDUCTORES	IRIS CARDENAS, LUIS BACA Y DIEGO RIVERA
TEMA PRINCIPAL	FOMENTAR LA COMPETENCIA SANA ENTRE ALUMNOS DEL QUINTO DE SECUNDARIA A TRAVES DE PREGUNTAS Y RESPUESTAS DE DIFERENTES MATERIAS Y CULTURA GENERAL.
MISIÓN	Crear y difundir contenidos audiovisuales culturales, educativos, informativos y de esparcimiento para los peruanos y peruanas, a través de sus medios de comunicación, en forma oportuna, inclusiva y veraz, con enfoque intercultural
VISIÓN	Perú país milenario que vive, reconoce, valora y construye su diversidad cultural, como base de su integración y desarrollo sostenible.
VALORES DEL PROGRAMA	FOMENTAR LA UNIÓN, EL COMPAÑERISMO, RESPETO Y EMPATÍA ENTRE LAS BARRAS.
SLOGAN	QUE GANE EL MEJOR

Anexo 14

Ficha de Programa

PROGRAMA	REPORTAJE AL PERÚ
GENERO	ENTRETENIMIENTO
CONDUCTORES	MANOLO DEL CASTILLO
TEMA PRINCIPAL	Mostrar los diversos atractivos turísticos y culturales de nuestro país, con el objetivo de difundir nuestras riquezas y resaltar la identidad de nuestros pueblos.
MISIÓN	Crear y difundir contenidos audiovisuales culturales, educativos, informativos y de esparcimiento para los peruanos y peruanas, a través de sus medios de comunicación, en forma oportuna, inclusiva y veraz, con enfoque intercultural
VISIÓN	Perú país milenario que vive, reconoce, valora y construye su diversidad cultural, como base de su integración y desarrollo sostenible.
VALORES DEL PROGRAMA	<ul style="list-style-type: none">- Identidad.- Reconocernos entre peruanos.- Concientización para el cuidado del medio ambiente.- Respeto por nuestra cultura.
SLOGAN	¡Un país por descubrir!

Anexo 15

Ficha de Programa

PROGRAMA	Sin Barreras
GÉNERO	Informativo – Narrativo
CONDUCTORES	Gina Parker y Josué Pozo
TEMA PRINCIPAL	Promover los derechos de las personas con discapacidad y cambiar la percepción que tiene la población sobre este grupo vulnerable.
MISIÓN	Crear y difundir contenidos audiovisuales culturales, educativos, informativos y de esparcimiento para los peruanos y peruanas, a través de sus medios de comunicación, en forma oportuna, inclusiva y veraz, con enfoque intercultural
VISIÓN	Perú país milenario que vive, reconoce, valora y construye su diversidad cultural, como base de su integración y desarrollo sostenible.
VALORES DEL PROGRAMA	<ul style="list-style-type: none">- Inclusión- Igualdad- Empatía- Solidaridad
SLOGAN	“Sin Barreras, un espacio por la igualdad”

Anexo 16

Ficha de Programa

PROGRAMA	SONIDOS DEL MUNDO
GENERO	MUSICAL
CONDUCTORES	MABELA MARTINEZ
TEMA PRINCIPAL	DIFUSIÓN DE LA MEJOR MUSICA DEL PERÚ Y DEL MUNDO. ARTISTAS, MÚSICOS, BANDAS, CANTANTES, LANZAMIENTOS DE DISCOS, PROPUESTAS MUSICALES, ETC.
MISIÓN	Crear y difundir contenidos audiovisuales culturales, educativos, informativos y de esparcimiento para los peruanos y peruanas, a través de sus medios de comunicación, en forma oportuna, inclusiva y veraz, con enfoque intercultural
VISIÓN	Perú país milenario que vive, reconoce, valora y construye su diversidad cultural, como base de su integración y desarrollo sostenible.
VALORES DEL PROGRAMA	DIVERSIDAD MUSICAL, ENTRETENIMIENTO, COMPROMISO, TALENTO, CREATIVIDAD.
SLOGAN	-

Anexo 17

Ficha de Programa

PROGRAMA	SUCEDIÓ EN EL PERÚ
GENERO	Documental – educativo
CONDUCTORES	Norma Martínez
TEMA PRINCIPAL	Sucesos y/o personajes importantes en la historia del Perú
MISIÓN	Crear y difundir contenidos audiovisuales culturales, educativos, informativos y de esparcimiento para los peruanos y peruanas, a través de sus medios de comunicación, en forma oportuna, inclusiva y veraz, con enfoque intercultural
VISIÓN	Perú país milenario que vive, reconoce, valora y construye su diversidad cultural, como base de su integración y desarrollo sostenible.
VALORES DEL PROGRAMA	Rescate de nuestra historia y reconocimiento a personajes que han dejado huella. Inclusión, reflexión y análisis.
SLOGAN	No tiene

Anexo 18

Ficha de Programa

PROGRAMA	TEATRO EN GRANDE
GENERO	Musical
CONDUCTORES	No cuenta
TEMA PRINCIPAL	Espectáculos musicales y teatrales del Perú y el mundo.
MISIÓN	Crear y difundir contenidos audiovisuales culturales, educativos, informativos y de esparcimiento para los peruanos y peruanas, a través de sus medios de comunicación, en forma oportuna, inclusiva y veraz, con enfoque intercultural
VISIÓN	Perú país milenario que vive, reconoce, valora y construye su diversidad cultural, como base de su integración y desarrollo sostenible.
VALORES DEL PROGRAMA	Compromiso, empatía, identidad nacional, patriotismo, sensibilidad, servicio y respeto.
SLOGAN	No cuenta

Anexo 18

Programación Semanal TV Perú (Semana Construida)

	Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
05:00	Miski Takiy	Jiwasanaka	Jiwasanaka	Jiwasanaka	Jiwasanaka	Jiwasanaka	Miski Takiy
05:30		Ñuqanchik	Ñuqanchik	Ñuqanchik	Ñuqanchik	Ñuqanchik	
06:00	La Santa Misa	TV Perú Noticias	TV Perú Noticias	TV Perú Noticias	TV Perú Noticias	TV Perú Noticias	Ashi Añane
06:30							
07:00	TV Perú Noticias	TV Perú Noticias	TV Perú Noticias	TV Perú Noticias	TV Perú Noticias	TV Perú Noticias	TV Perú Noticias
07:30							
08:00	TV Perú Noticias	TV Perú Noticias	TV Perú Noticias	TV Perú Noticias	TV Perú Noticias	TV Perú Noticias	TV Perú Noticias
08:30							
09:00	Aprendiendo Juntos Kids	Mi perro Chocolo	Mi perro Chocolo	Mi perro Chocolo	Mi perro Chocolo	Mi perro Chocolo	Aprendiendo Juntos Kids
09:30	Chicos IPE	El Payaso Plim Plim	El Payaso Plim Plim	El Payaso Plim Plim	El Payaso Plim Plim	El Payaso Plim Plim	Chicos IPE
10:00	Sin Barreras	Más Conectados	Más Conectados	Más Conectados	Más Conectados	Más Conectados	La Hora TAL
10:30	Museos sin límites						
11:00	Misa Dominical	Más Conectados	Más Conectados	Más Conectados	Más Conectados	Más Conectados	Modo Bicentenario
11:30							
12:00	Bueno Bonito Bravazo	Jiwasanaka	Jiwasanaka	Jiwasanaka	Jiwasanaka	Jiwasanaka	TV Perú Noticias
12:30		Ñuqanchik	Ñuqanchik	Ñuqanchik	Ñuqanchik	Ñuqanchik	
13:00	Mediodía Criollo	TV Perú Noticias	TV Perú Noticias	TV Perú Noticias	TV Perú Noticias	TV Perú Noticias	Bueno Bonito Bravazo
13:30							
14:00	Domingos de fiesta	Miradas	Miradas	Miradas	Miradas	Miradas	Miski Takiy
14:30							
15:00	Domingos de fiesta	Chicos IPE	Chicos IPE	Chicos IPE	Chicos IPE	Chicos IPE	Miski Takiy
15:30							
16:00	Con sabor a Perú	Chicos IPE	Chicos IPE	Chicos IPE	Chicos IPE	Chicos IPE	Reportaje al Perú
16:30							
17:00	Reportaje al Perú	Imagen de la Música	Imagen de la Música	Imagen de la Música	Imagen de la Música	Imagen de la Música	Sucedió en el Perú

Situación de la dimensión de transparencia y participación ciudadana de tv Perú según el sistema de indicadores de calidad de emisoras públicas de UNESCO



17:30							
18:00	Presencia cultural	Que gane el mejor	Que gane el mejor	Que gane el mejor	Que gane el mejor	Que gane el mejor	Miradas
18:30							
19:00	TV Perú Noticias	GeoMundo	GeoMundo	GeoMundo	GeoMundo	GeoMundo	TV Perú Noticias
19:30		Deporte Express	Deporte Express	Deporte Express	Deporte Express	Deporte Express	
20:00	Todo futbol	TV Perú Noticias	TV Perú Noticias	TV Perú Noticias	TV Perú Noticias	TV Perú Noticias	Aliados
20:30							
21:00	Todo futbol	En Pared	En Pared	En Pared	En Pared	En Pared	Sonidos del Mundo
21:30							
22:00	Lo mejor de nosotros	Diálogo Abierto	Diálogo Abierto	Diálogo Abierto	Diálogo Abierto	Diálogo Abierto	Teatro en grande
22:30							
23:00	Aliados	Congreso Noticias	Congreso Noticias	Congreso Noticias	Congreso Noticias	Congreso Noticias	Abogado sin ley
23:30							