

**PERCEPCIONES SOBRE LA
VIOLENCIA CONTRA LA MUJER EN
TELEVISIÓN**

Agosto 2016

METODOLOGÍA

TÉCNICA	Encuestas telefónicas con CATI y encuestas cara a cara en puntos fijos de afluencia con <i>tablet</i> .
UNIVERSO	Mujeres y hombres, mayores de 18 años, de nacionalidad chilena, habitantes de 73 comunas urbanas con más de 50 mil personas, que representan 70,9% de la población del país.
MUESTREO	<p>Para las <u>entrevistas telefónicas</u> el muestreo fue probabilístico, a partir de BBDD propias de CADEM con cobertura nacional. Dentro del hogar, la selección de los sujetos se hizo por cuotas de sexo, edad y NSE (Alto C1-C2; Medio C3; Bajo D/E).</p> <p>Para las <u>entrevistas cara a cara en punto fijo</u>, se pre-definieron cuotas para comunas específicas de las regiones Metropolitana, de Valparaíso y del Biobío, además de sexo, edad y GSE (ABC1 y D/E) como complemento al muestreo del teléfono fijo.</p>
MUESTRA	722 casos. 507 entrevistas fueron aplicadas telefónicamente y 215 entrevistas cara a cara en puntos de afluencia. Margen de error de +/- 3,6 puntos porcentuales, al 95% de confianza.
PONDERACIÓN	Los datos fueron ponderados a nivel de sujetos por GSE, Zona, Sexo y Edad, obteniendo una muestra de representación nacional para el universo en estudio.
FECHA DE TERRENO	Jueves 30 de junio y viernes 1 de julio de 2016.

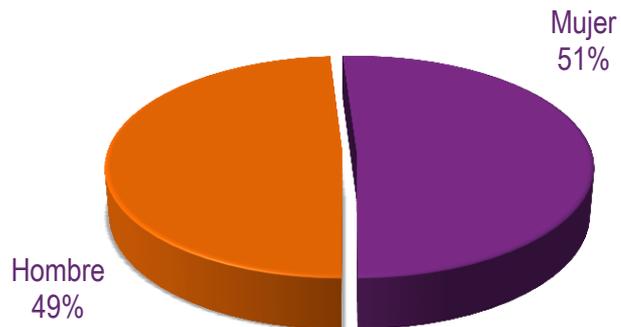
ESTUDIO CUANTITATIVO ENCARGADO A:



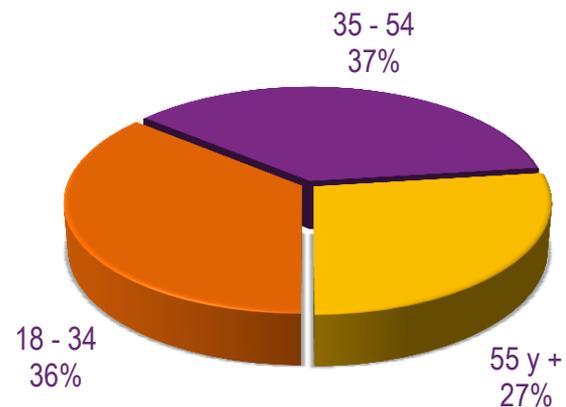
DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

722 CASOS

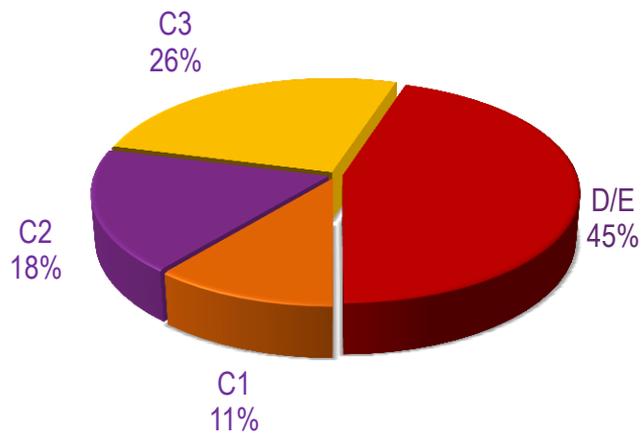
SEXO



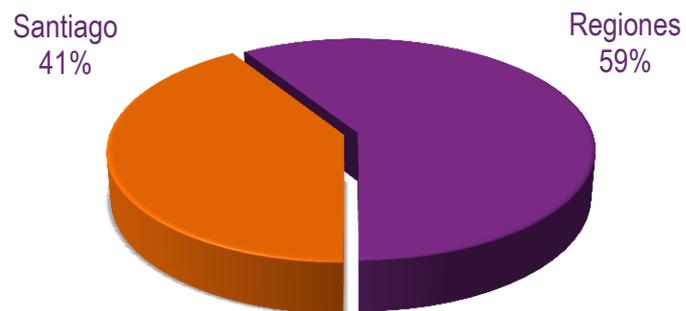
EDAD



NIVEL SOCIOECONÓMICO



REGIÓN

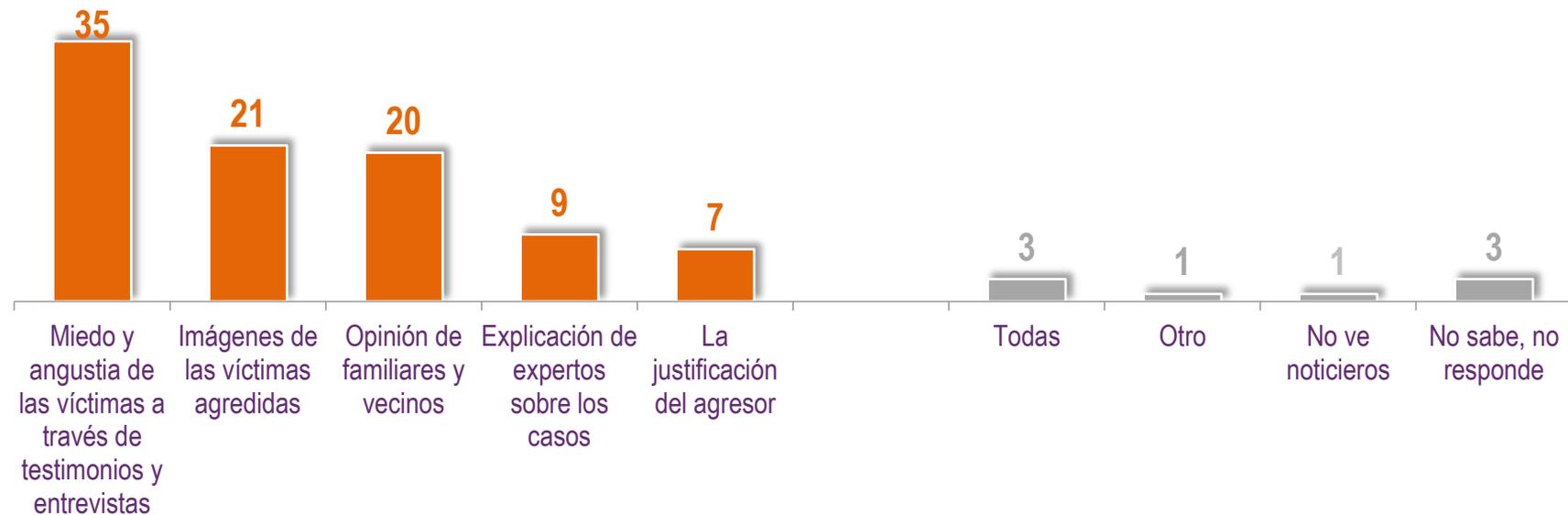


I. RESULTADOS DE LA ENCUESTA

NOTICIEROS

RESPECTO A LOS CASOS DE VIOLENCIA CONTRA LA MUJER QUE SE MUESTRAN EN LOS NOTICIEROS CENTRALES DE LAS 21.00 HORAS, ¿CUÁL DIRÍA USTED QUE ES EL ELEMENTO AL QUE MÁS SE PRESTA ATENCIÓN O MÁS SE MUESTRA EN LOS NOTICIEROS...?

**En porcentaje. Alternativas no excluyentes.
722 casos**



NOTICIEROS

RESPECTO A LOS CASOS DE VIOLENCIA CONTRA LA MUJER QUE SE MUESTRAN EN LOS NOTICIEROS CENTRALES DE LAS 21.00 HORAS, ¿CUÁL DIRÍA USTED QUE ES EL ELEMENTO AL QUE MÁS SE PRESTA ATENCIÓN O MÁS SE MUESTRA EN LOS NOTICIEROS...?

En porcentaje, según variables de segmentación. Alternativas no excluyentes.

722 casos

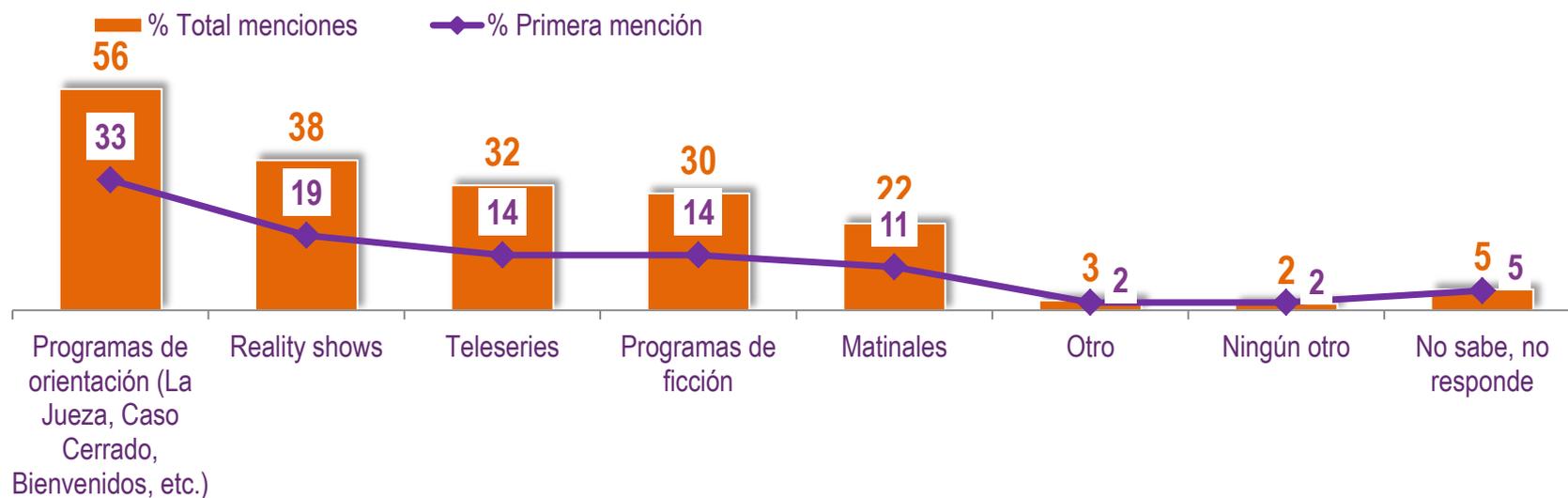
	TOTAL	SEXO		EDAD			GSE				REGIÓN		OCUPACIÓN			
		Hombre	Mujer	18-34	35-54	55 y más	C1	C2	C3	D/E	Santiago	Región	Trabajador	Estudiante	Dueña de casa	Jubilado
Miedo y angustia de las víctimas a través de testimonios y entrevistas	35	35	36	28	35	45	30	40	43	30	29	39	32	26	35	58
Imágenes de las víctimas agredidas	21	21	21	21	21	20	19	17	17	25	23	19	21	27	27	15
Opinión de familiares y vecinos	20	19	21	25	17	16	28	24	17	17	20	20	20	18	22	14
Explicación de expertos sobre los casos	9	11	8	9	13	5	6	8	13	9	11	8	10	9	11	3
La justificación del agresor	7	5	9	9	6	5	6	7	5	8	7	7	8	7	2	5
Todas	3	5	2	4	3	2	2	1	-	7	5	2	3	11	-	2
Otro	1	1	1	1	1	3	3	1	2	1	2	1	1	1	4	2
No ve noticieros	1	1	1	1	1	1	4		-	1	2	-	2	1	-	-
No sabe, no responde	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	-	-	1

OTROS PROGRAMAS DE TV

SIN CONTAR A LOS NOTICIEROS DE TELEVISIÓN, ¿EN QUÉ OTRO PROGRAMA DIRÍA USTED QUE SE VE CON MAYOR FRECUENCIA ESCENAS DE VIOLENCIA CONTRA LA MUJER?

En porcentaje. Alternativas no excluyentes.

722 casos



En los programas de orientación se ven más casos de VCM. Sin embargo, en estos mismos programas normalmente se suele contextualizar la situación, ofreciendo voces de profesionales, sin justificar ni relativizar la responsabilidad de los agresores.

OTROS PROGRAMAS DE TV

SIN CONTAR A LOS NOTICIEROS DE TELEVISIÓN, ¿EN QUÉ OTRO PROGRAMA DIRÍA USTED QUE SE VE CON MAYOR FRECUENCIA ESCENAS DE VIOLENCIA CONTRA LA MUJER?

Porcentaje de menciones, según variables de segmentación.

722 casos

	TOTAL	SEXO		EDAD			GSE				SECTOR		OCUPACIÓN			
		Hombre	Mujer	18-34	35-54	55 y más	C1	C2	C3	D/E	Santiago	Región	Trabajador	Estudiante	Dueña de casa	Jubilado
Programas de orientación	56	55	57	56	58	52	54	49	60	57	56	57	48	58	53	
Reality shows	38	34	42	43	40	29	43	42	44	31	35	40	38	48	48	21
Teleseries	32	34	29	35	28	33	30	37	26	33	29	33	31	47	19	44
Programas de ficción	30	27	32	28	34	26	29	33	30	29	25	33	28	28	36	26
Matinales	22	26	18	22	23	21	19	19	21	25	22	22	23	13	16	29
Otro	3	3	2	2	2	4	4	3	2	2	5	1	3	-	3	2
Ningún otro	2	2	1	1	2	2	1	-	1	3	4	1	2	2	3	-
No sabe, no responde	5	6	5	4	4	9	7	6	4	5	7	4	5	6	4	7

FISCALIZACIÓN DE CONTENIDOS TELEVISIVOS

¿A QUIÉN CREE USTED QUE LE CORRESPONDE PRINCIPALMENTE FISCALIZAR QUE LA TELEVISIÓN INFORME ADECUADAMENTE LA VIOLENCIA CONTRA LA MUJER?

En porcentaje. Alternativas excluyentes.

722 casos



FISCALIZACIÓN DE CONTENIDOS TELEVISIVOS

¿A QUIÉN CREE UD. QUE LE CORRESPONDE PRINCIPALMENTE FISCALIZAR QUE LA TELEVISIÓN INFORME ADECUADAMENTE LA VIOLENCIA CONTRA LA MUJER?

En porcentaje, según variables de segmentación.

722 casos

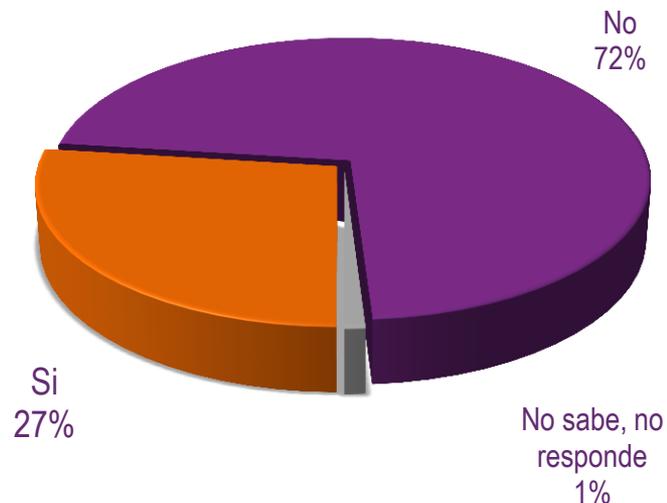
	TOTAL	SEXO		EDAD			GSE				SECTOR		OCUPACIÓN			
		Hombre	Mujer	18-34	35-54	55 y más	C1	C2	C3	D/E	Santiago	Región	Trabajador	Estudiante	Dueña de casa	Jubilado
A un esfuerzo conjunto entre Estado, canales y las audiencias.	46	43	50	44	46	48	49	53	52	39	40	50	44	46	60	40
Al Estado, a través del CNTV	35	35	34	32	37	35	38	35	35	33	41	30	35	36	24	42
Los canales de TV	10	10	10	13	10	7	10	5	7	14	10	10	11	11	8	9
Las audiencias	7	9	4	10	5	5	1	6	3	11	6	7	7	3	7	6
Otro	1	3	-	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	4	-	1
No sabe, no responde	1	1	2	1	1	3	1	1	1	2	2	1	2	-	2	2

NÚMERO 800 DE DENUNCIA

¿RECUERDA USTED HABER VISTO EL NÚMERO 800 DE DENUNCIA DE CASOS DE VIOLENCIA CONTRA LA MUJER EN ALGÚN PROGRAMA DE LA TELEVISIÓN ABIERTA?

En porcentaje. Alternativas excluyentes.

722 casos.



Durante 2016, el CNTV firmó un convenio con **SERNAM**, la **Red de Atención a Víctimas (RAV)** del Ministerio del Interior y representantes de **canales de televisión abierta**, para que se mostrara en pantalla el número 800-104008, para la difusión de información y la denuncia de casos de violencia contra la mujer (VCM).

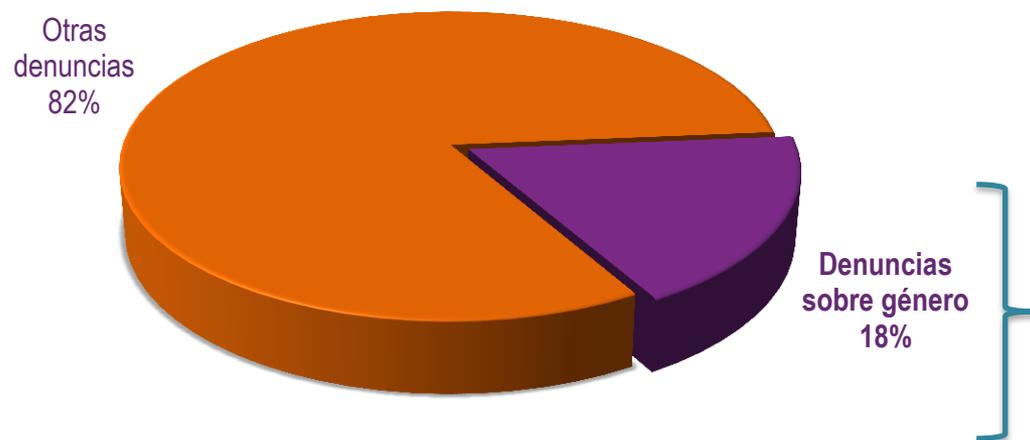
El número debe ser puesto en pantalla cuando se informe sobre casos de femicidio o femicidio frustrado, para que las audiencias puedan denunciar estos crímenes y contribuir a su prevención. Un **27% de la población recuerda haber visto el número en pantalla.**

II. DENUNCIAS AL CNTV POR TEMAS DE GÉNERO

DENUNCIAS POR TEMAS DE GÉNERO

Porcentaje por tema de denuncia. Enero a julio, 2016.

827 denuncias tramitadas



De las 827 denuncias acogidas a tramitación por el CNTV entre enero y julio de 2016, **149 (18%)** corresponden a la temática de género.

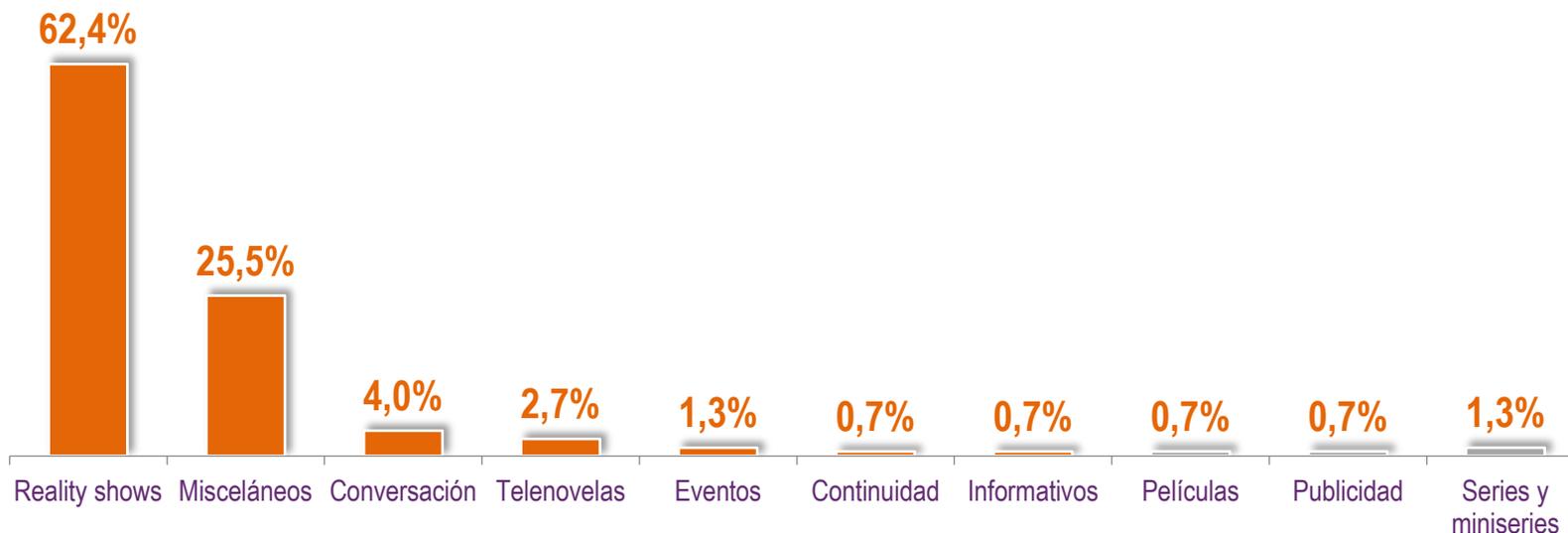
Este tema reúne un importante porcentaje de las preocupaciones de la audiencia.

El total de las denuncias recibidas durante este periodo corresponde a 1.038.

Fuente: elaboración propia, a partir de BBDD de denuncias 2016, CNTV

DENUNCIAS TRAMITADAS POR GÉNERO

Porcentaje, por categoría de programas. Enero a julio, 2016.
149 denuncias tramitadas.



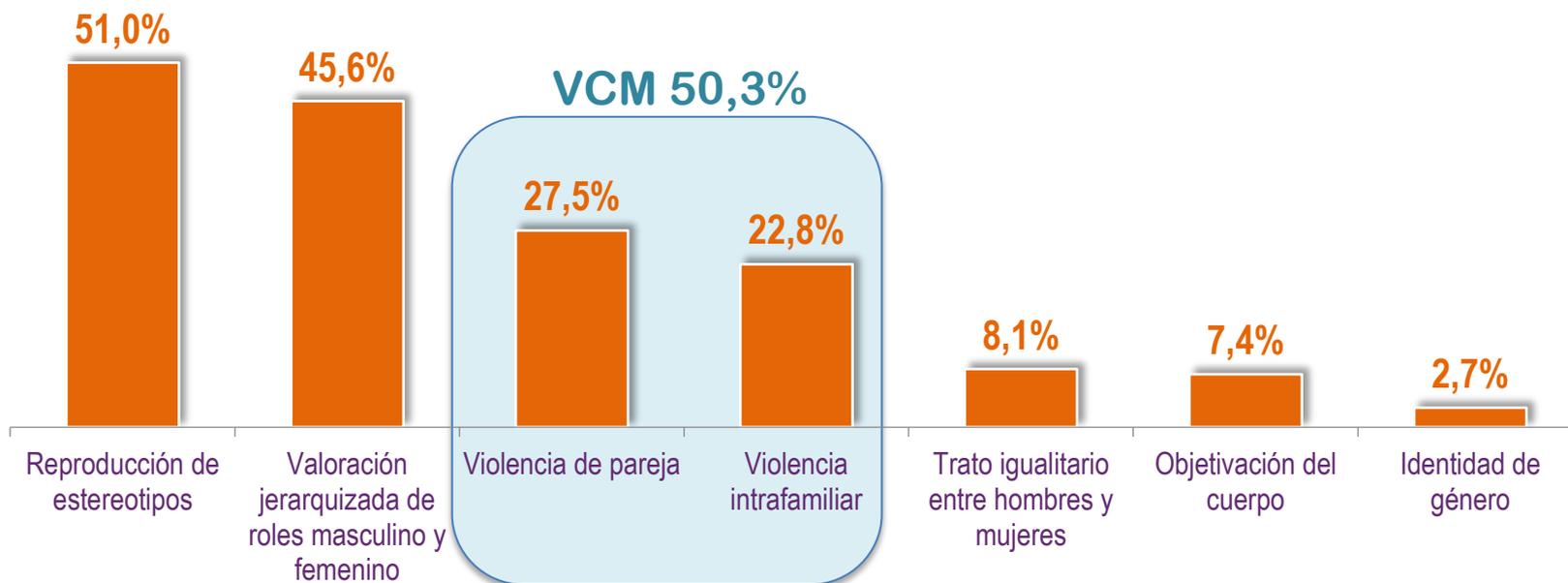
Fuente: elaboración propia, a partir de BBDD de denuncias 2016, CNTV

Entre las denuncias tramitadas por violencia de género, la mayor parte tiene lugar en los **reality shows**. Le siguen los misceláneos, con 25,5% de las denuncias.

Entre los misceláneos se encuentran los **matinales**, de los cuales se ha mencionado un ejemplo particular del abordaje de la violencia contra la mujer.

DENUNCIAS TRAMITADAS POR GÉNERO

Porcentaje, por dimensión aludida en la denuncia. Enero a julio, 2016.
149 denuncias tramitadas.



Fuente: elaboración propia, a partir de BBDD de denuncias 2016, CNTV

Todas las denuncias se vinculan con la infracción al principio del respeto al pluralismo: equidad, identidad de género y la orientación sexual, **las categorías que se relacionan de manera directa con la VCM son violencia intrafamiliar y violencia de pareja.**

Si bien la mayor proporción de denuncias tramitadas corresponde a la **reproducción de estereotipos de género** (51%), y a una **valoración jerarquizada de los roles** (45,6%), las categorías relacionadas con VCM corresponden a un **50,3%**.

III. CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

- Un **35%** de las/os encuestados cree que el miedo y angustia de las víctimas es el elemento que más usan los noticieros centrales al presentar los casos de violencia contra la mujer (VCM). Esta opinión es más acentuada entre quienes ven más televisión (mayores de 55 y jubilados).
- Al consultar por otros formatos televisivos, un **56%** de las/os encuestados señaló que los programas de orientación - como Caso Cerrado y La Jueza- son los que más muestran casos de VCM. Por otra parte, un **38%** percibe que están presentes en los *reality shows*.
- Sin embargo, pareciera que existe diferencia en la representación de VCM entre estos dos formatos. Los de orientación contextualizan con expertos y no justifican los casos representados. Esto pareciera confirmarse por el alto nivel de denuncias que reciben los *realities*, lo que no sucede con los primeros.
- Hasta ahora el fono denuncia ha sido visto por un **27%** de los encuestados. Esto puede ser una oportunidad para fortalecer y visibilizar las medidas que resultan de las acciones intersectoriales de la política pública y se requiere seguir mejorando su implementación.
- En relación a la fiscalización de la VCM en televisión, la **opinión mayoritaria (46%) considera que debe ser una labor conjunta entre el Estado, los canales de televisión y las audiencias, entregando bases de legitimidad para un eventual modelo de correulación.**

CONCLUSIONES

- Las audiencias tienen una posición activa y crítica frente a la representación de los temas de género en televisión. **Un 18% de las denuncias recibidas por el CNTV* corresponde a temáticas vinculadas a género.** Esto confirma que asumen la responsabilidad compartida con el Estado y los canales en la regulación de contenidos.
 - Las audiencias, además, identifican y denuncian con claridad las **diversas modalidades** en que la violencia contra la mujer es representada e incluso reproducida por la televisión.
- El análisis de contenido de algunos programas de TV devela la reproducción de estereotipos de género. En ocasiones los programas buscan denunciar estos casos, pero en otras, **al realizar sólo una representación descriptiva del fenómeno sin una perspectiva crítica y especializada, podrían incluso legitimar las prácticas de VCM.**
- Sobre dicha base, es posible identificar un importante desafío en la visibilización de la VCM como problema de la sociedad chilena, en el que la televisión cumple un importante rol social. Las actuales iniciativas, como la difusión del número telefónico de denuncias, son un punto de partida, que puede ser fortalecido con la **incorporación de prácticas periodísticas que sigan contribuyendo a combatir la VCM**, apoyando el rol compartido de fiscalización y de regulación de la televisión chilena.

* Enero a julio 2016

cnTV
CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN