



CONSEJO NACIONAL DE TELEVISION

# **VI ENCUESTA NACIONAL DE TELEVISIÓN**

## **UNA APROXIMACIÓN PARA UN ANÁLISIS DE GÉNERO**

DATOS DESAGREGADOS POR SEXO

**2009**

Departamento de Estudios

# PRESENTACIÓN

- ➡ Documento que contiene las principales variables que permiten una aproximación para un análisis de género.
- ➡ Elaborado sobre la base de los resultados de la VI Encuesta Nacional de Televisión 2008.
- ➡ Datos desagregados por sexo que cuentan con una descripción general.



CONSEJO NACIONAL DE TELEVISION

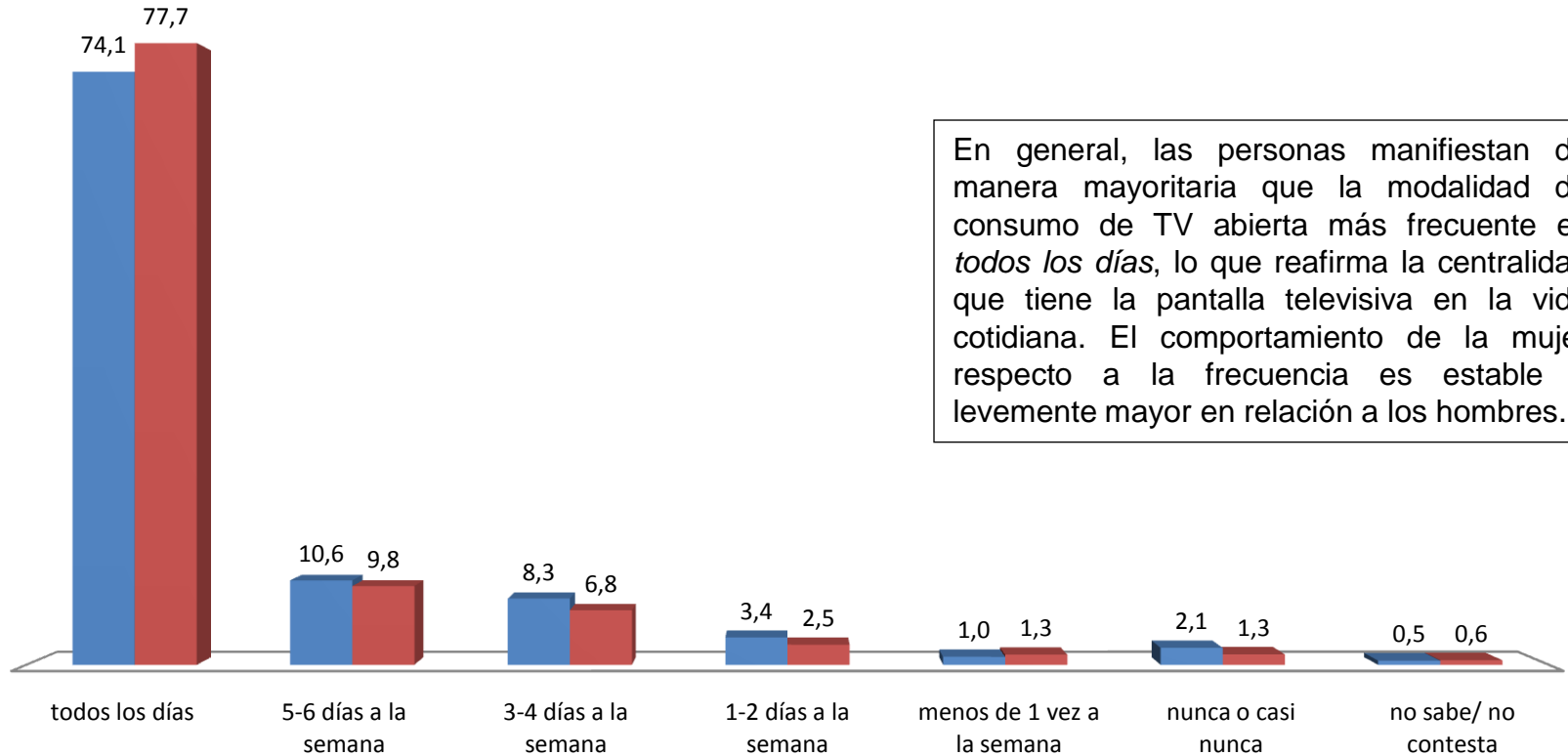
# FRECUENCIA DE CONSUMO

## Frecuencia de Consumo de TV Abierta (%)

¿Con qué frecuencia ve TV abierta chilena?

Base: Total de la Muestra 5008 casos

■ Hombre ■ mujer

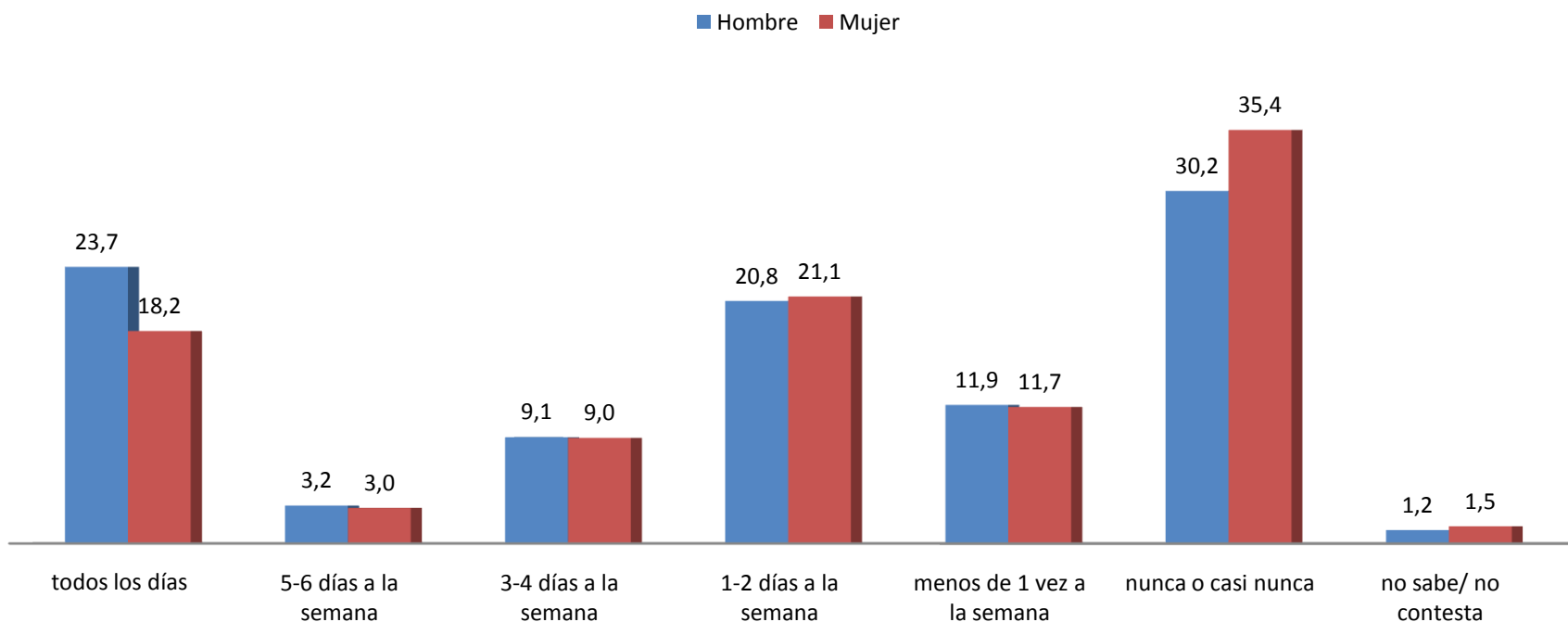


En general, las personas manifiestan de manera mayoritaria que la modalidad de consumo de TV abierta más frecuente es *todos los días*, lo que reafirma la centralidad que tiene la pantalla televisiva en la vida cotidiana. El comportamiento de la mujer respecto a la frecuencia es estable y levemente mayor en relación a los hombres.

## Frecuencia de Consumo de Diarios (%)

¿Con qué frecuencia lee Ud. algún diario impreso, ya sea gratuito o pagado?

Base: Total de la Muestra 5008 casos

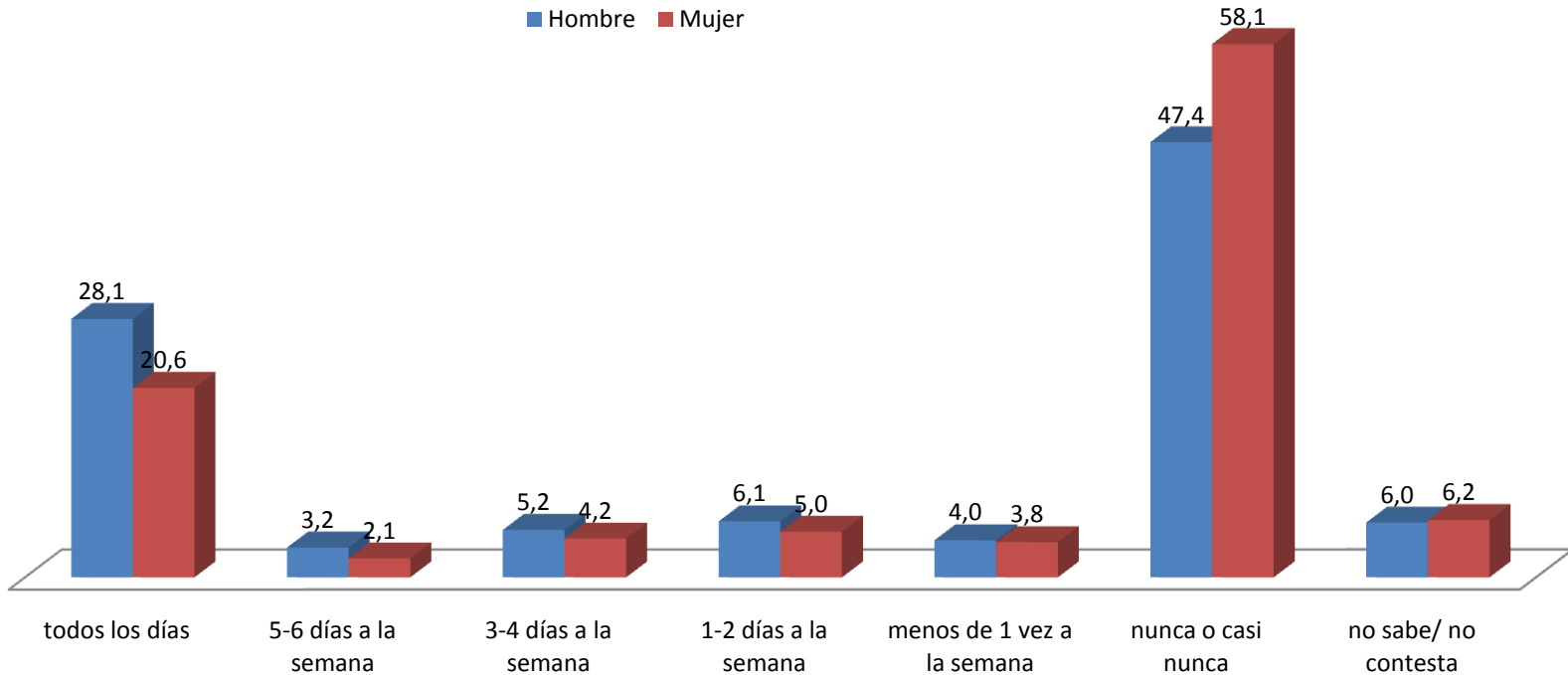


En general, existe un muy bajo consumo de diarios. Se observan diferencias en el consumo de este medio y en el no consumo, siendo los hombres los que demuestran una mayor frecuencia.

## Frecuencia de Consumo Internet (%)

¿Con qué frecuencia Ud. Accede a internet , ya sea en el hogar, oficina u otro lugar?

Base: Total de la Muestra 5008 casos



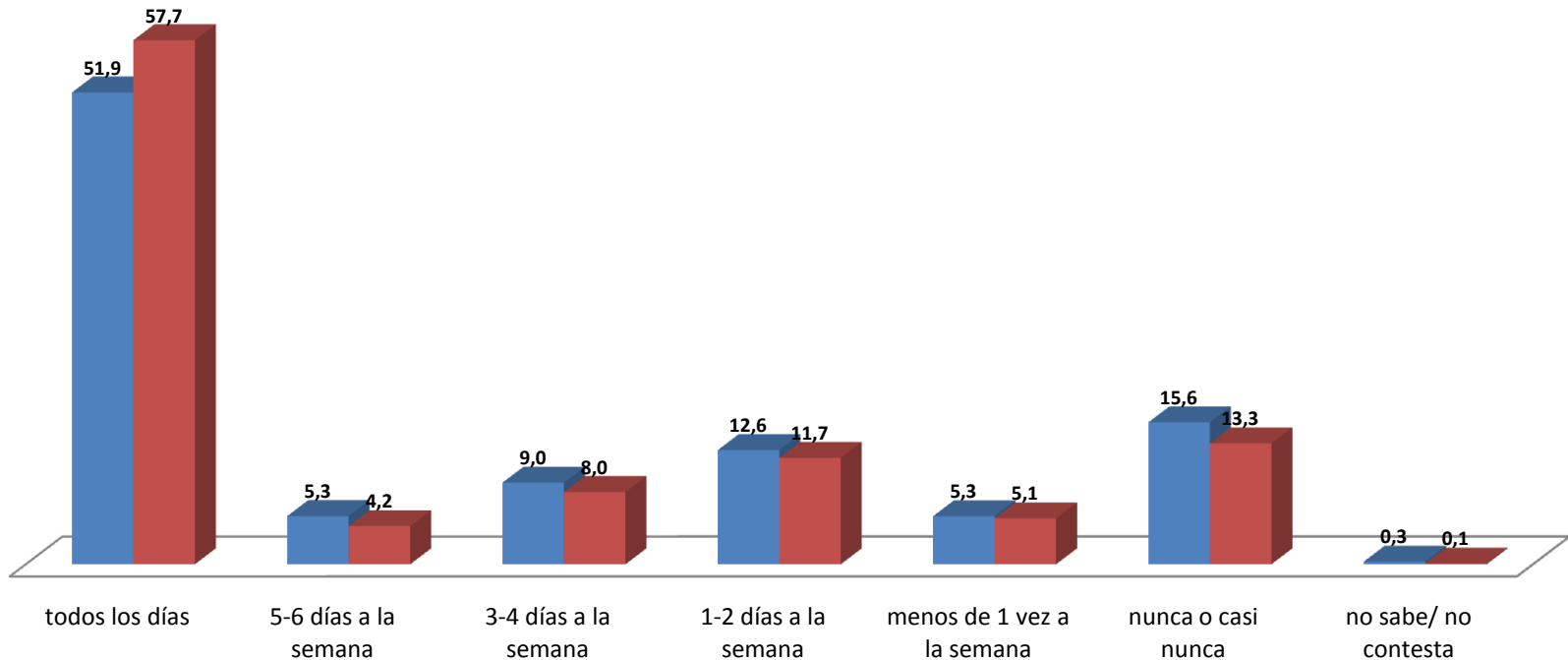
La frecuencia de acceso a internet sigue siendo relativamente baja comparada con la mayoría que accede de manera marginal (1 o 2 días a la semana). Existe un acceso levemente mayor por parte de los hombres. Al detenerse en los resultados de no acceso, se observa una tendencia inequitativa.

## Frecuencia de Consumo Radio (%)

¿Con qué frecuencia escucha Ud. Radio AM/FM?

Base: Total de la Muestra 5008 casos

■ Hombre ■ mujer



La radio, junto a la TV es uno de los medios con mayor frecuencia de consumo por parte de las personas. Son las mujeres las que presentan una frecuencia levemente mayor, lo que se explica debido a que la frecuencia de consumo se relaciona directamente con la actividad que se desempeña.



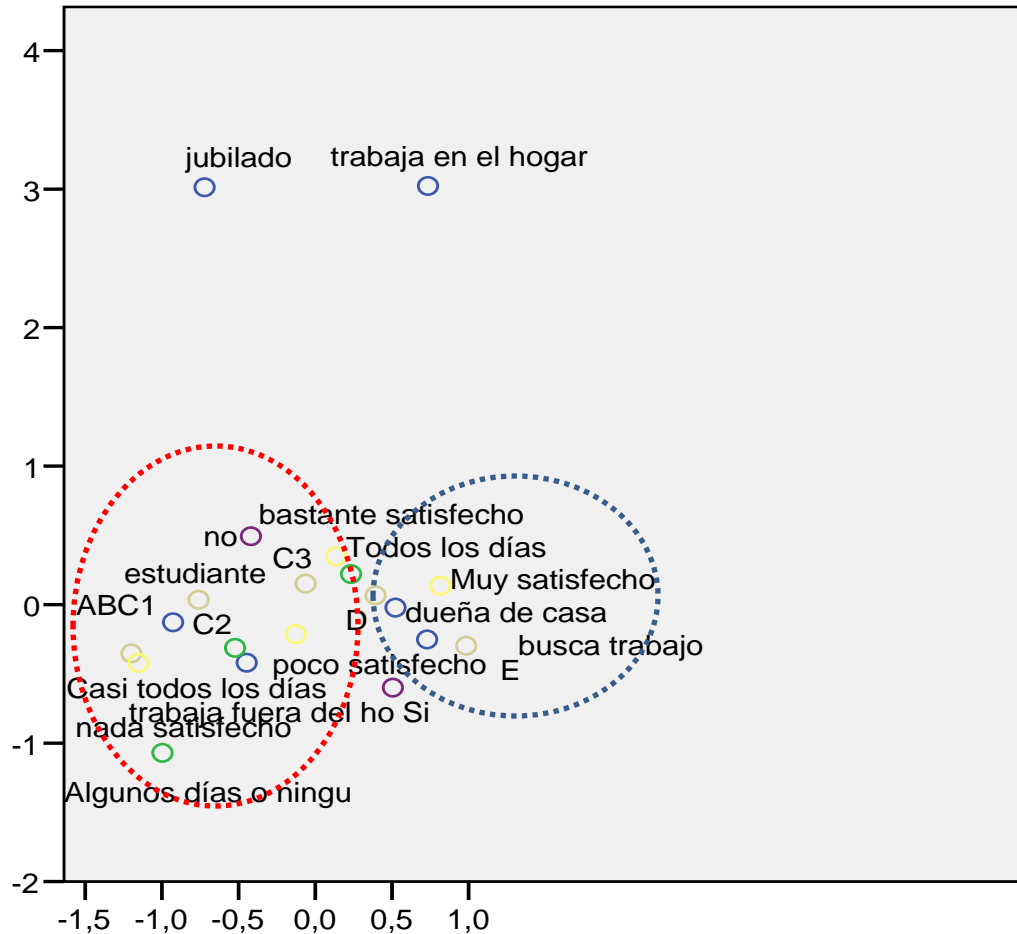
CONSEJO NACIONAL DE TELEVISION

# ANÁLISIS DE CORRESPONDENCIA SATISFACCIÓN DE TV



# ¿Cuán satisfecha está Ud. con la TV abierta chilena?

Base: 2589 personas (total Mujeres)



- Actividad
- FrecuenciaTVabierta
- Gse observado
- niños menores de 13
- SatisfaccionTVabierta

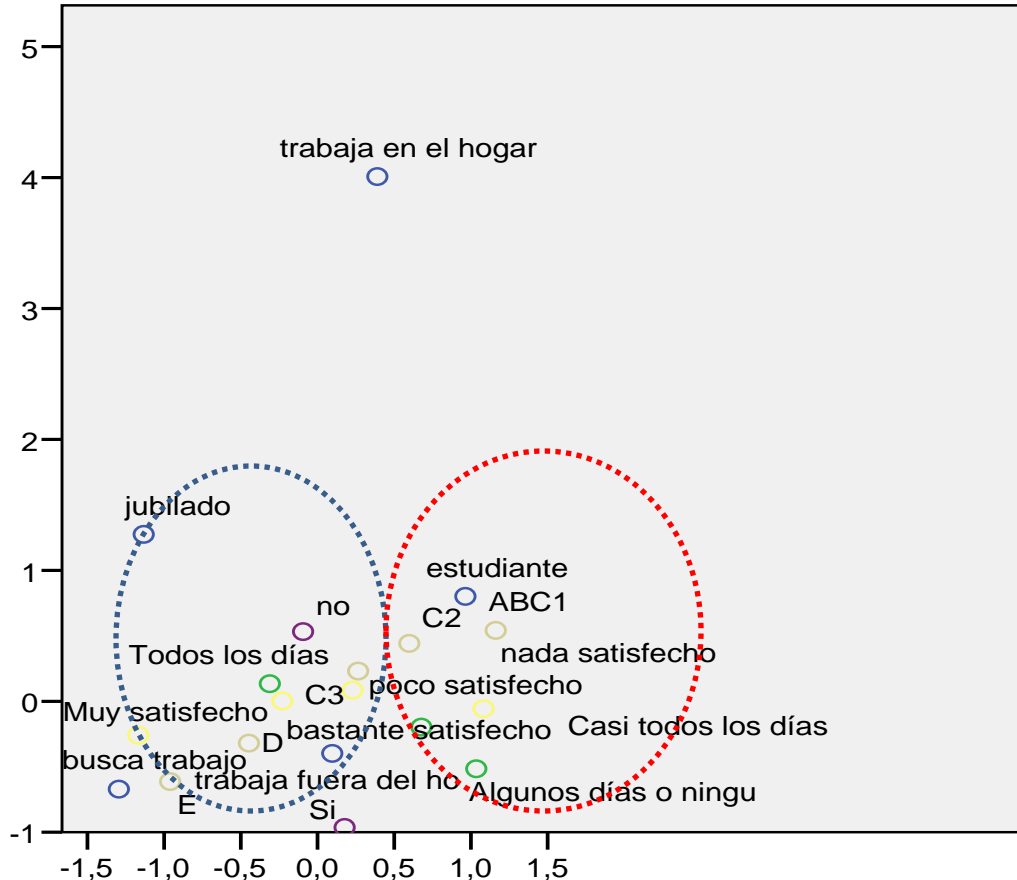
Con respecto a la satisfacción de la TV abierta, encontramos dos perfiles de mujeres

1.- Aquellas mujeres que declaran estar muy y bastantes satisfechas, las cuales se agrupan en los GSE mas bajos (D y E), realizan actividades en sus hogares (dueñas de casa o buscando trabajo), tienen hijos menores a 13 años y ven TV abierta todos los días.

2.- Mujeres poco o nada satisfechas con la TV que se agrupan en los GSE mas altos (ABC1, C2 y C3), realizan actividades fuera de sus hogares (trabaja fuera del hogar y estudiantes), no tiene hijos menores de 13 años y ven menor cantidad de TV abierta que el grupo anterior (casi todos los días y algunos días o ninguno)

# ¿Cuán satisfecho está Ud. con la TV abierta chilena?

Base: 2419 personas (total Hombres)



- Actividad
- FrecuenciaTVabierta
- Gse observado
- niños menores de 13
- SatisfaccionTVabierta

Por su parte, los hombres también se pueden caracterizar en dos perfiles con respecto a la satisfacción de la TV abierta.

- 1.- hombres muy y bastantes satisfechos se agrupan en los GSE más bajos (D y E), realizan actividades en sus hogares (Jubilados y buscando trabajo) y ven TV abierta todos los días.
- 2.- hombres poco o nada satisfechos con la TV, que se agrupan en los GSE mas altos (ABC1, C2 y C3); se trata de estudiantes y hombres que trabajan fuera del hogar, que ven menor cantidad de TV abierta que el grupo anterior.

Como podemos apreciar, si bien los perfiles entre hombres y mujeres son bastantes parecidos, lo diferente se centra en que para los hombres tener o no hijos menores de 13 años no se relaciona de forma conclusiva con su nivel de satisfacción respecto a la televisión, lo que da cuenta que su apreciación de satisfacción no incluye nociones de paternidad o cuidado de niños/as respecto a la programación.



CONSEJO NACIONAL DE TELEVISION

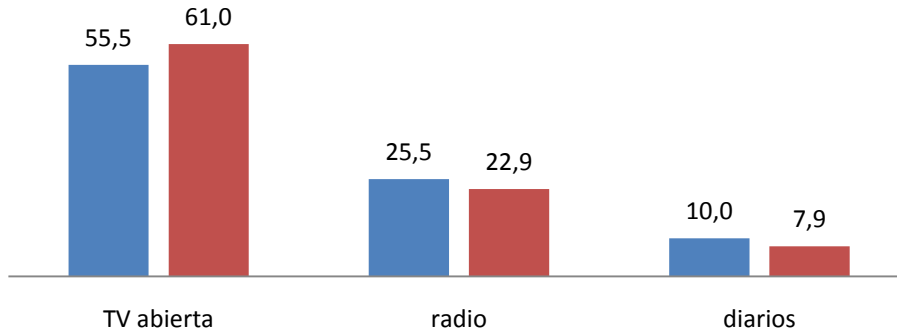
# PERCEPCIONES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

# Percepciones de los Medios de Comunicación

Base: Total de la Muestra 5008 casos

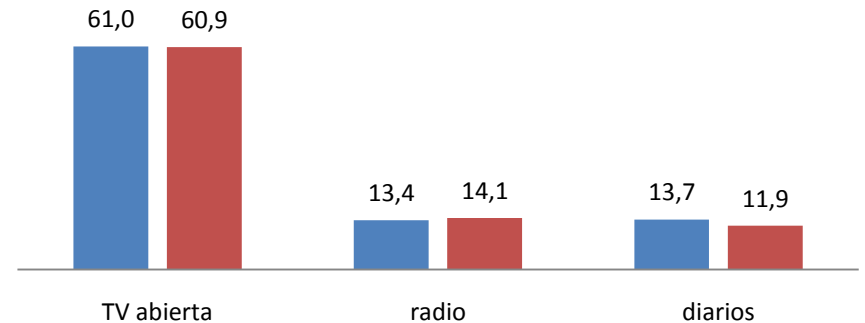
## Medio más veraz ¿Cuál es el medio...?

■ Hombres ■ Mujeres



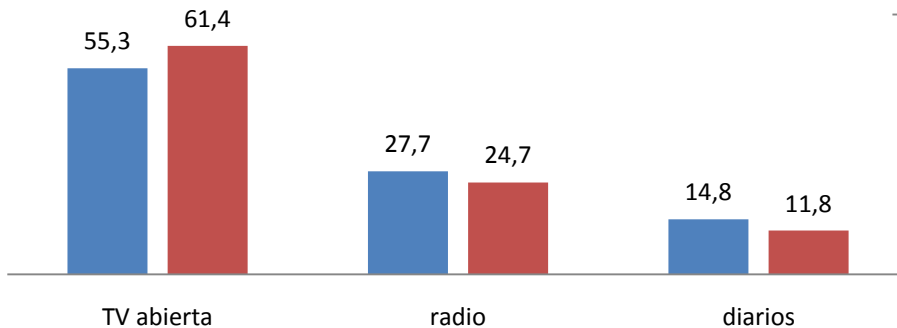
## Medio más educativo ¿Cuál es el medio...?

■ Hombres ■ Mujeres



## Medio más informativo ¿Cuál es el medio...?

■ Hombres ■ Mujeres

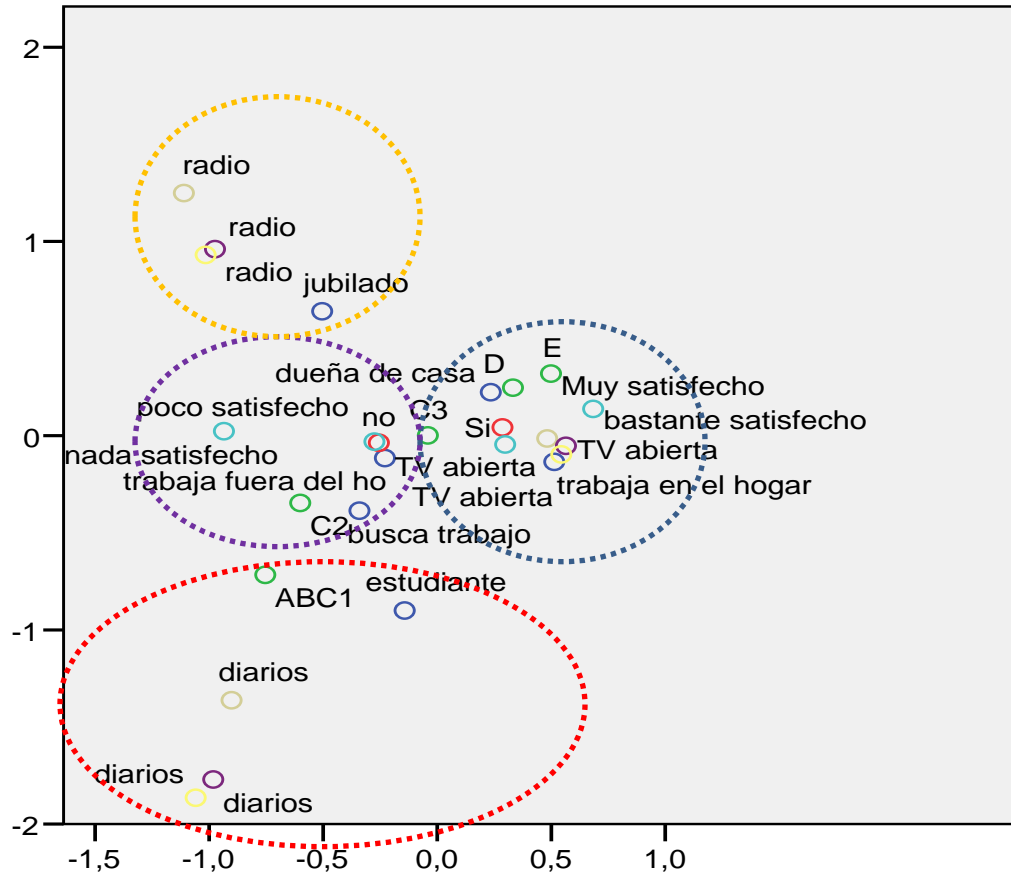


En general, la TV abierta es el medio más veraz, educativo e informativo, siendo la variable veracidad e información donde se presenta una leve frecuencia mayor por parte de las mujeres. En el caso de la radio la tendencia es a la inversa, es decir son los hombres quienes presentan una tendencia mayor en considerar mas informativa y veraz a la radio a pesar que como vimos anteriormente, son las mujeres quienes con mas frecuencia consumen ésta.

# Análisis de Correspondencia

¿Cuál es el medio más veraz, informativo, educativo?

Base: 2589 personas (total Mujeres)



- Actividad
- Gse observado
- MedioMasEducativo
- MedioMasInformativo
- MedioMasVeraz
- niños menores de 13
- SatisfaccionTVabierta

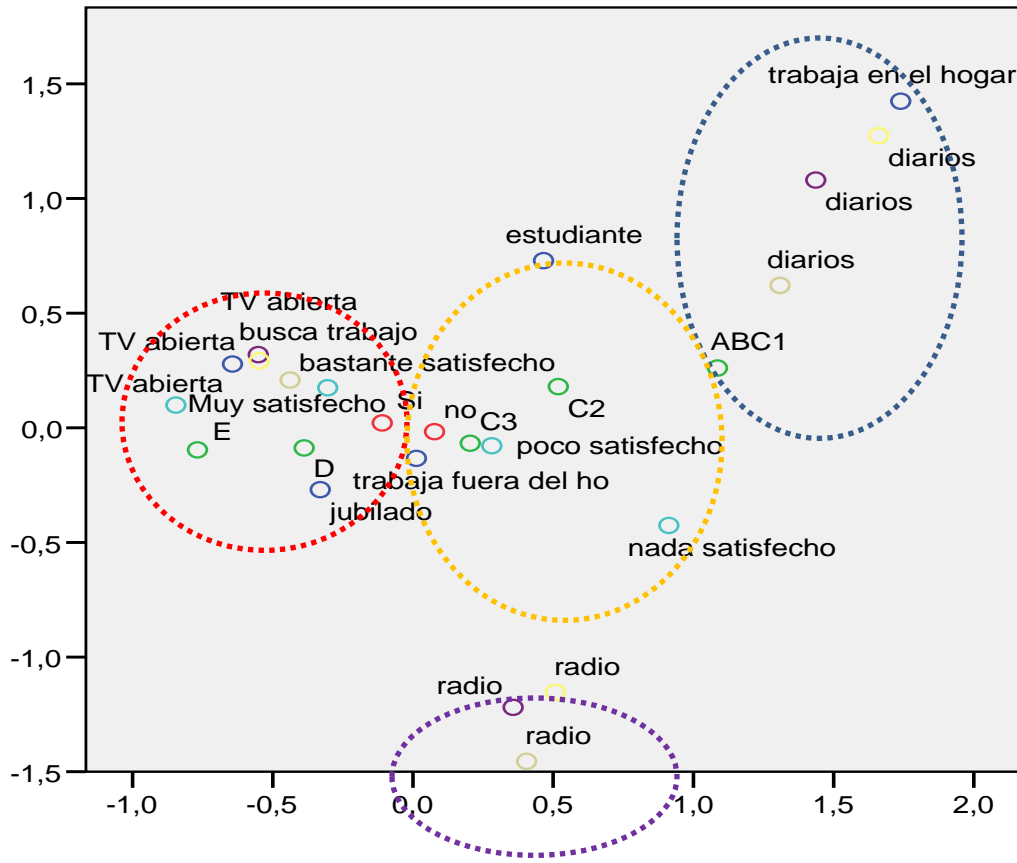
Profundizando en las percepciones respecto a los medios de comunicación se observan cuatro grupos de mujeres.

- 1.- El primero corresponde a mujeres jubiladas que consideran que la radio es el medio mas educativo, informativo y veraz.
- 2.-Un segundo grupo es el de mujeres estudiantes ABC1 que opinan que los diarios es el medio mas educativo, informativo y veraz.
- 3.-Un tercer grupo lo componen mujeres de GSE bajos (C3, D y E), muy o bastantes satisfechas con la TV abierta, con hijos menores de 13 años, que realizan actividades en sus hogares (dueñas de casa o trabajan en el hogar), las cuales consideran que la TV abierta es el medio más educativo, informativo y veraz.
- 4.-Un cuarto y ultimo grupo es formado por mujeres con baja satisfacción hacia la TV abierta (poco nada satisfechas) C2, sin hijos menores de 13 años que trabajan fuera del hogar o buscan trabajo.

# Análisis de Correspondencia

¿Cuál es el medio más veraz, informativo, educativo?

Base: 2419 personas (total Hombres)



- Actividad
- Gse observado
- MedioMasEducativo
- MedioMasInformativo
- MedioMasVeraz
- niños menores de 13
- SatisfaccionTVabierta

Con respecto a la percepción de los medios de comunicación de los hombres, se observan cuatro grupos.

- 1.- El primero corresponde a hombres en general, que encuentran a la radio como el medio mas educativo, informativo y veraz.
- 2.- Un segundo grupo es el de hombres ABC1 que trabajan en el hogar y encuentran a los diarios el medio mas educativo, informativo y veraz.
- 3.- Un tercer grupo lo componen hombres de GSE medio (C3 y C2), poco o nada satisfechos con la TV abierta, sin hijos menores de 13 años, realizan actividades fuera de sus hogares (estudiantes o trabajan fuera del hogar).
- 4.- Un cuarto y ultimo grupo es formado por hombres con alta satisfacción hacia la TV abierta (muy o bastante satisfechos) pertenecientes a GSE bajos (D y E), con hijos menores de 13 años que buscan trabajo o están jubilados y que encuentran que la TV abierta es el medio más educativo, informativo y veraz.

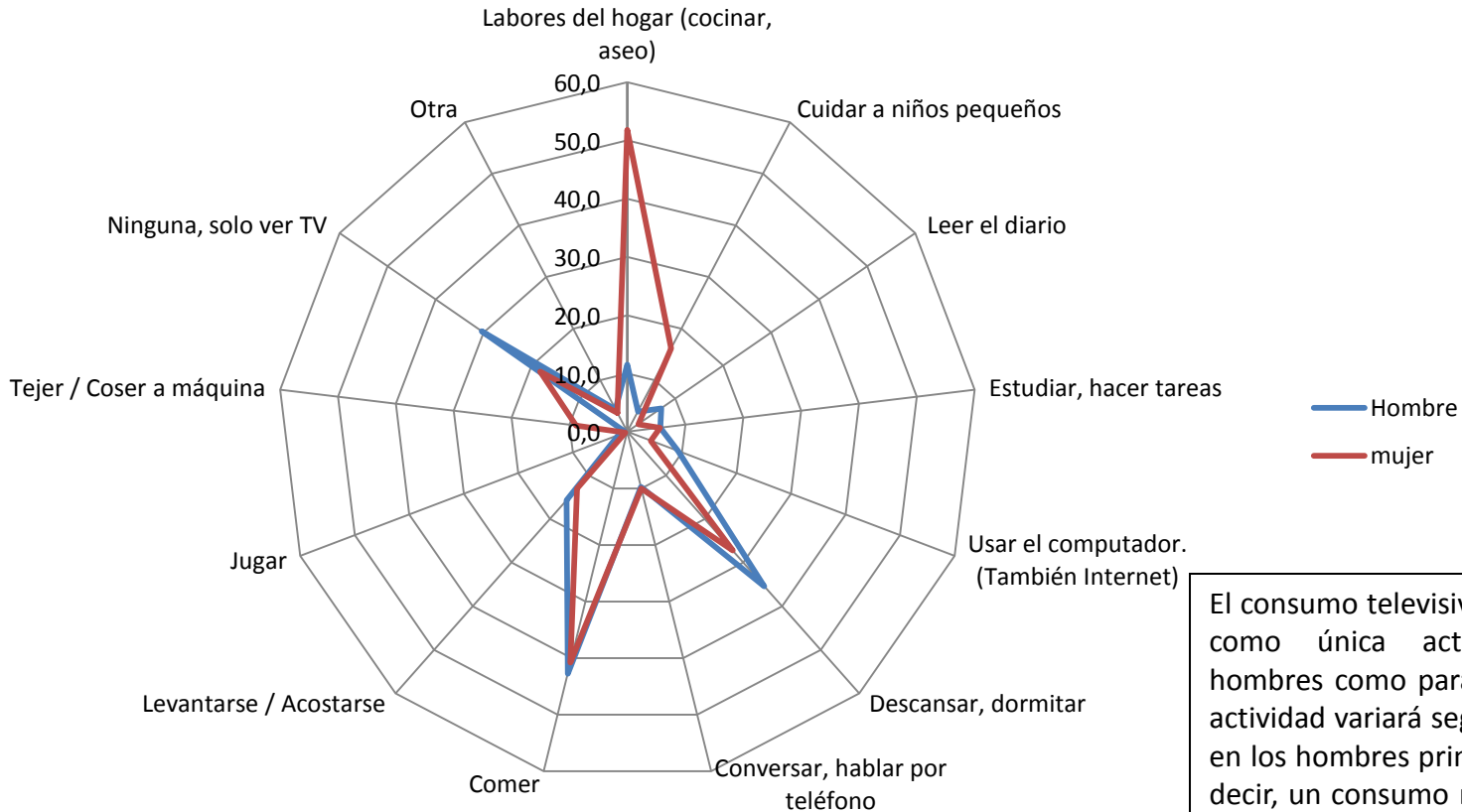


CONSEJO NACIONAL DE TELEVISION

# ACTITUD FRENTE AL TELEVISOR

# ¿Qué actividad realiza mientras ve televisión?

Base: Total de la Muestra 5008 casos



El consumo televisivo no es concentrado como única actividad tanto para hombres como para mujeres. El tipo de actividad variará según el sexo. Mientras en los hombres prima la no actividad, es decir, un consumo mas concentrado; las mujeres realizan una serie de otras actividades que requieren atención, como las labores de hogar. Así, el consumo de las mujeres es mas volátil pues deben compartir su tiempo de visionado con otras responsabilidades.



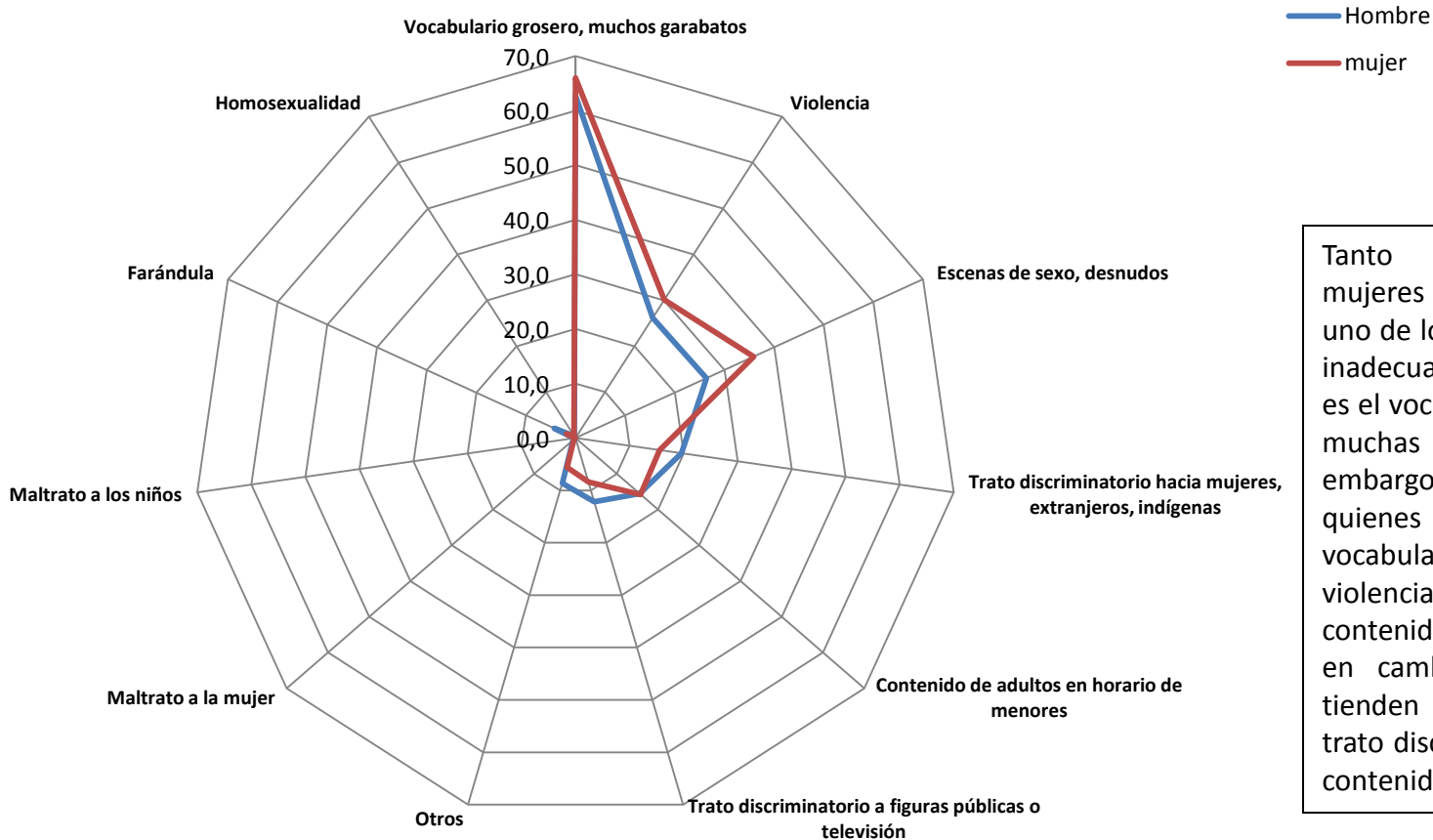


CONSEJO NACIONAL DE TELEVISION

# CONTENIDOS INADECUADOS VISTOS EN TELEVISIÓN

# ¿Qué tipos de contenidos inadecuados vio en el último año?

Base: 2892 casos (personas que han visto contenidos inadecuados el último año)



Tanto hombres como mujeres coinciden en que uno de los contenidos más inadecuados vistos en TV es el vocabulario grosero o muchas groserías. Sin embargo, son las mujeres quienes consideran que el vocabulario grosero, violencia y sexualidad son contenidos inadecuados, en cambio los hombres tienden a considerar el trato discriminatorio como contenido inadecuado.

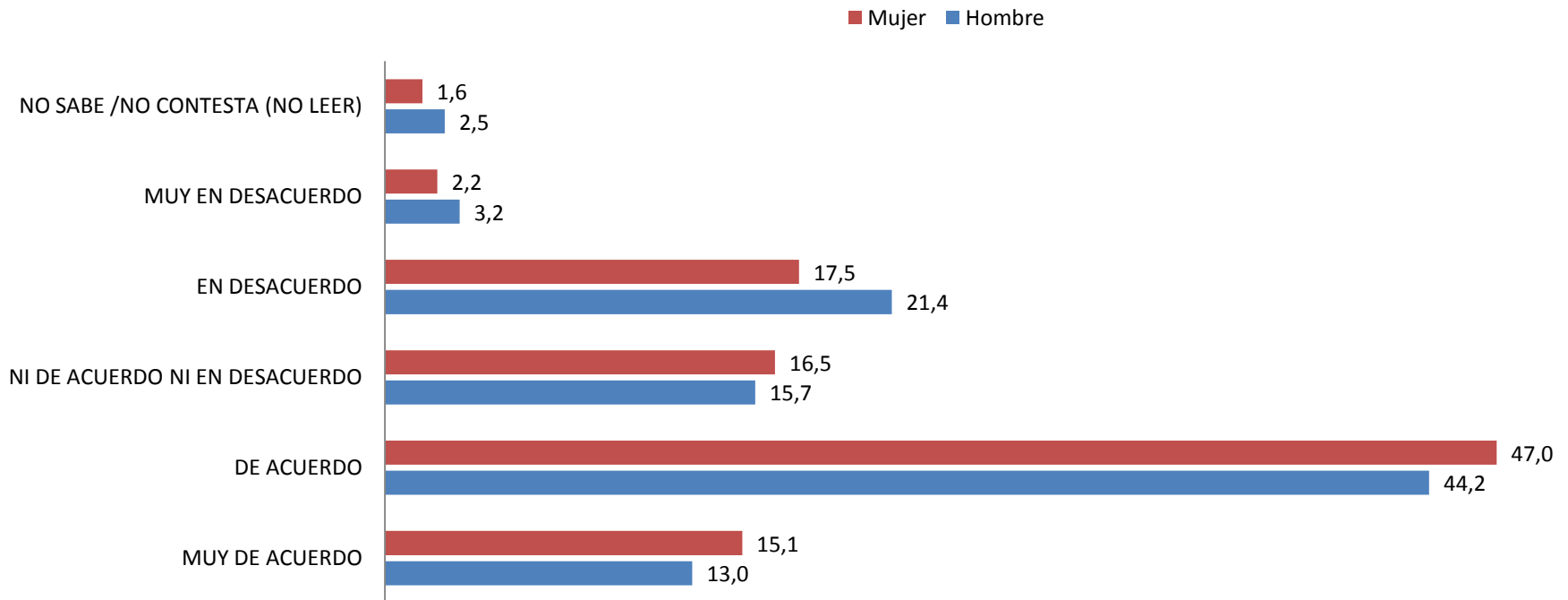


CONSEJO NACIONAL DE TELEVISION

# EFECTOS DE LA TELEVISIÓN

## ¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo está Ud. que la TV hace que los jóvenes tengan conductas sexuales inapropiadas?

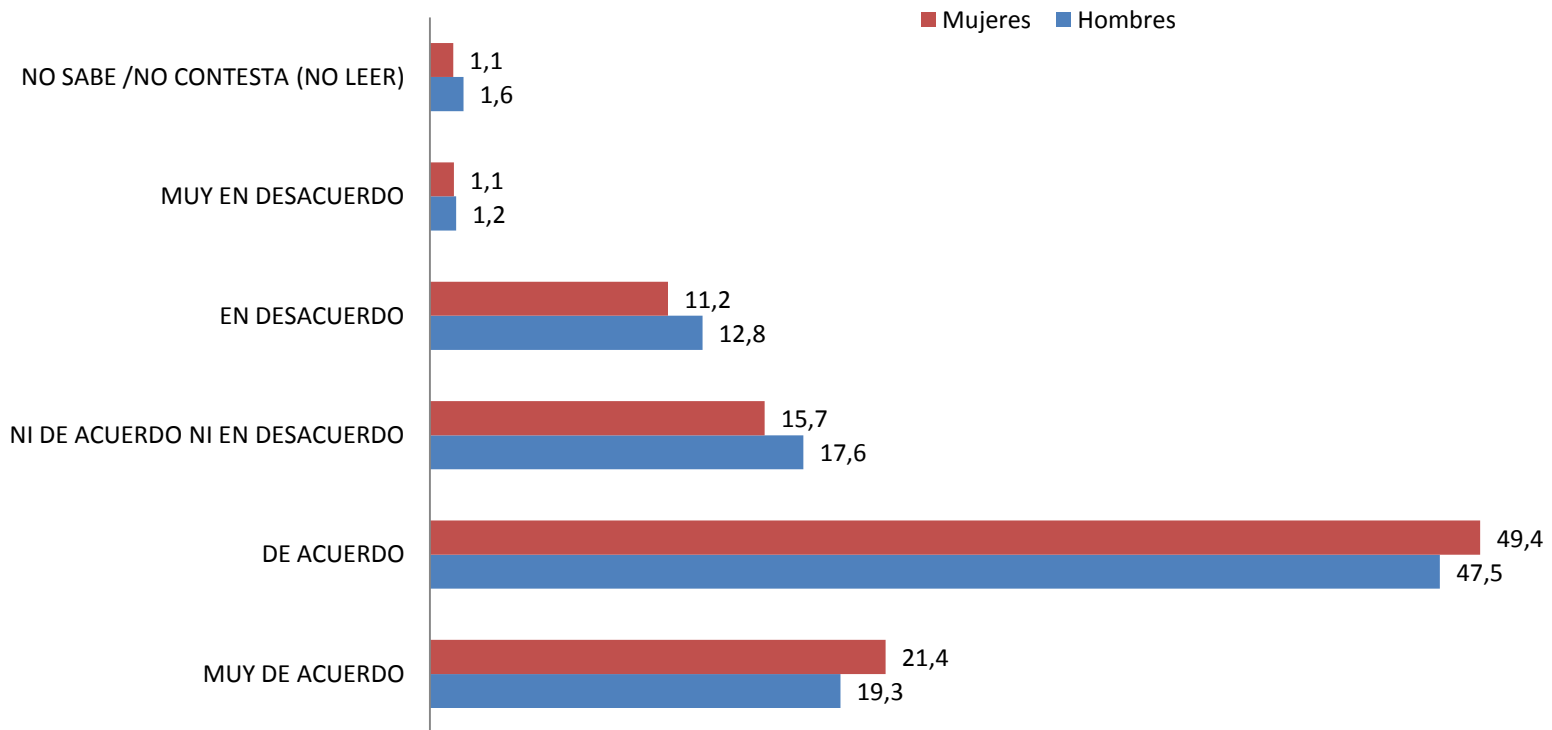
Base: Total de la Muestra 5008 casos



Existe un porcentaje muy importante de hombres y mujeres (44 y el 47%) que consideran que la TV influye de manera negativa a los jóvenes, al *hacer que los jóvenes tengan conductas sexuales impropias*. Ahora bien, al unir las dos categorías positivas, son las mujeres quienes están más de acuerdo con la aseveración de la pregunta.

# ¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo está Ud. que la TV incentiva la violencia en las personas?(%)

Base: Total muestra 2508 casos



La gran mayoría de las personas considera que la TV incentiva la violencia en las personas. Al unir las categorías positivas podemos observar que la tendencia que las mujeres piensen que la TV incentiva la violencia es levemente mayor.



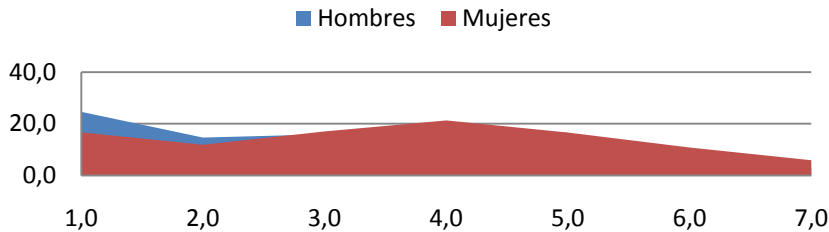
CONSEJO NACIONAL DE TELEVISION

# EVALUACIÓN DE ALGUNOS GÉNEROS TELEVISIVOS

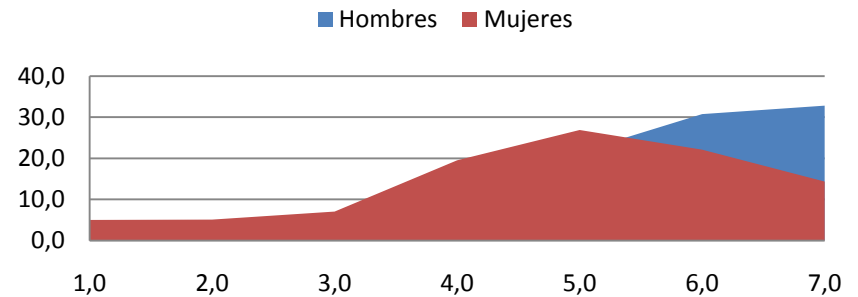
# Aunque no los vea mucho ¿Qué nota entre 1 y 7 le pondría en general a...?

Base: Total de la Muestra 5008 casos

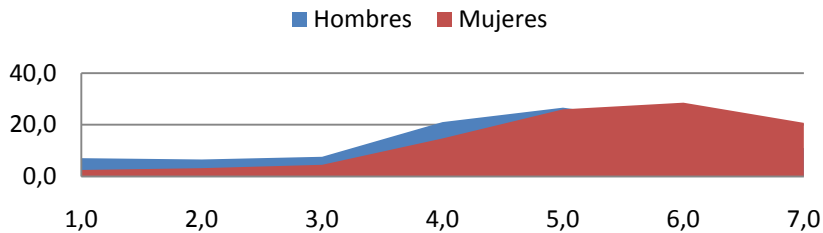
## Evaluación Farándula y Espectáculo



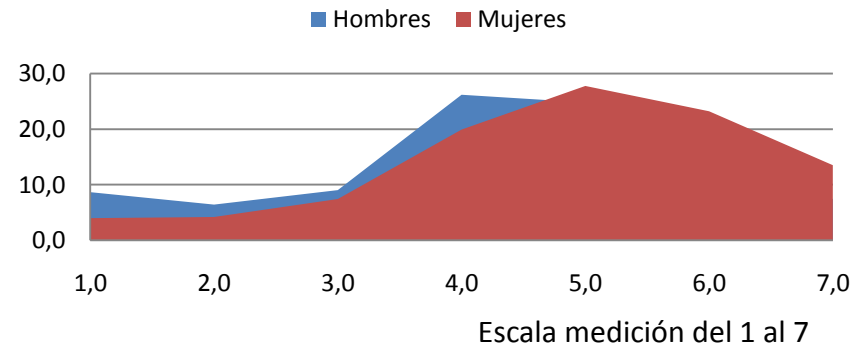
## Evaluación Programas Deportivos



## Evaluación Telenovelas Chilenas Diurnas



## Evaluación Programas Juveniles

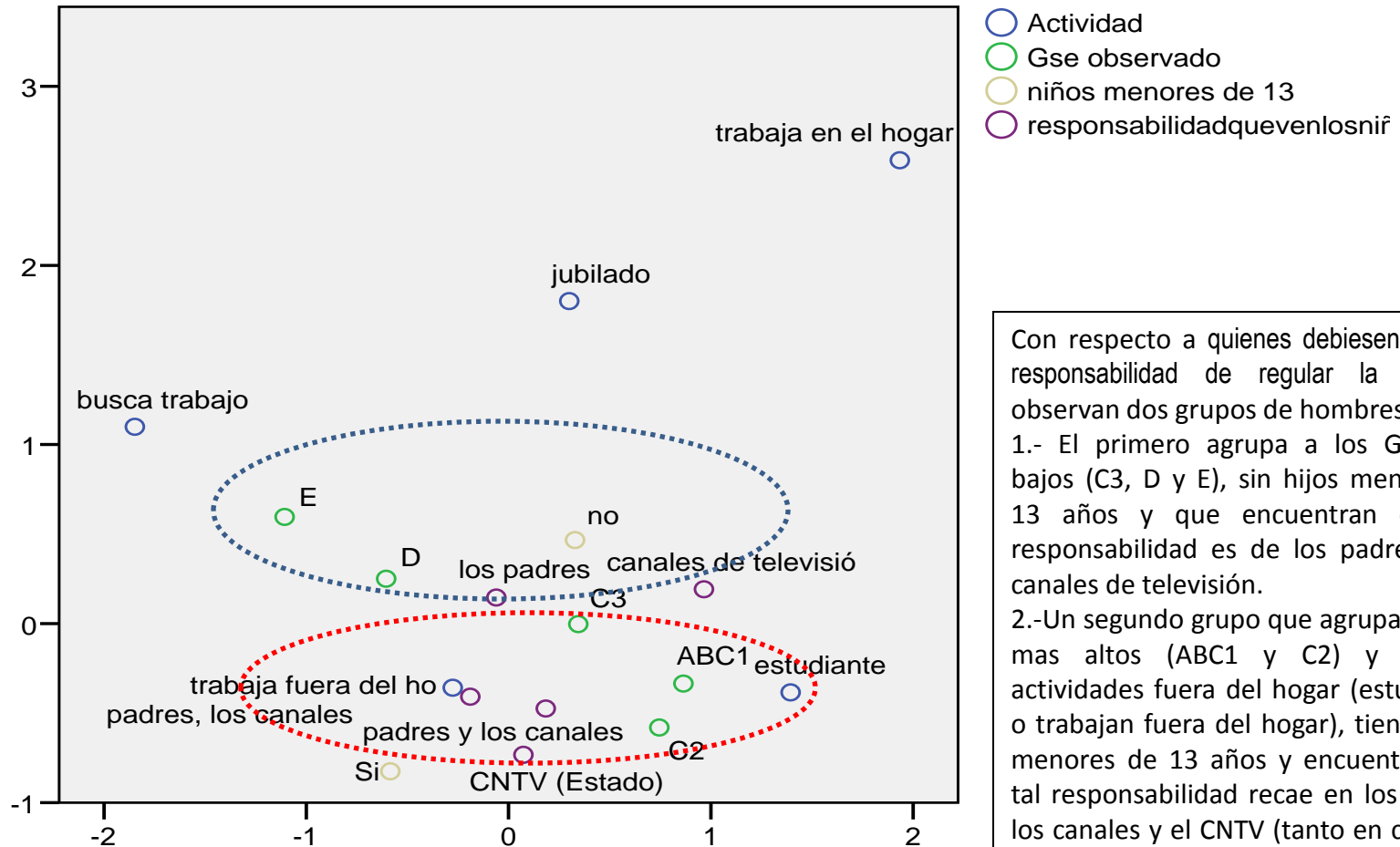


Los entrevistados evalúan de manera distintas los géneros televisivos. Son los hombres quienes mejor evalúan los programas deportivos, en cambio las mujeres evalúan mejor las telenovelas diurnas y levemente más los programas juveniles.

# Análisis de Correspondencia

¿Con relación a los niños/as , en quién cree Ud. que debe estar la responsabilidad para evitar que vean programas no aptos para ellos?

Base: 2419 personas (total Hombres)



Con respecto a quienes debiesen tener la responsabilidad de regular la TV, se observan dos grupos de hombres:

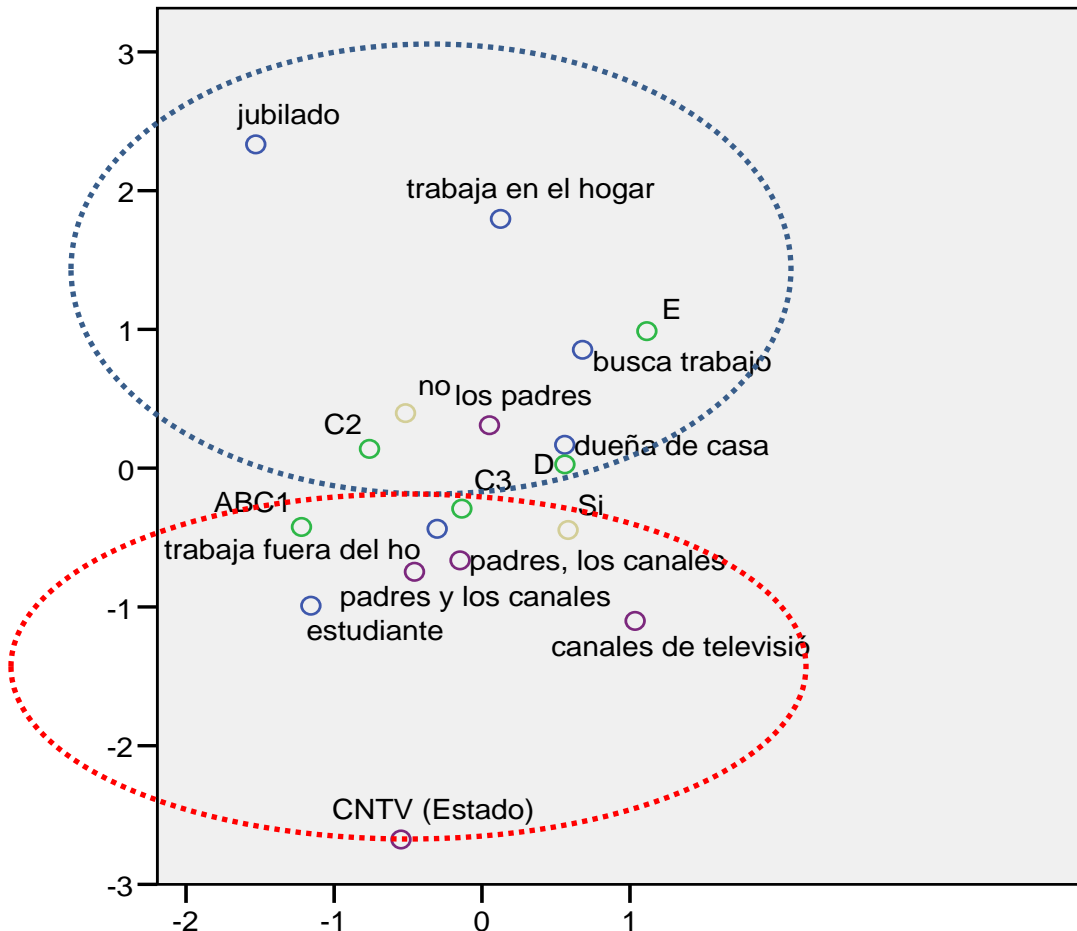
- 1.- El primero agrupa a los GSE más bajos (C3, D y E), sin hijos menores de 13 años y que encuentran que tal responsabilidad es de los padres o los canales de televisión.
- 2.- Un segundo grupo que agrupa los GSE más altos (ABC1 y C2) y realizan actividades fuera del hogar (estudiantes o trabajan fuera del hogar), tienen hijos menores de 13 años y encuentran que tal responsabilidad recae en los padres, los canales y el CNTV (tanto en conjunto como por sí solos).



# Análisis de Correspondencia

¿Con relación a los niños/as , en quién cree Ud. que debe estar la responsabilidad para evitar que vean programas no aptos para ellos?

Base: 2589 personas (total Mujeres)



- Actividad
- Gse observado
- niños menores de 13
- responsabilidad que ven los niños

Con respecto a quienes debiesen tener la responsabilidad de regular la TV, se observan dos grupos de mujeres:

1.- El primero agrupa a los GSE más bajos (C2, C3, D y E), sin hijos menores de 13 años que realizan actividades dentro del hogar (jubiladas, trabajan en el hogar, dueñas de casa o buscan trabajo) y que encuentran que tal responsabilidad es de los padres.

2.- Un segundo grupo de mujeres que agrupa los GSE mas altos (ABC1), realizan actividades fuera del hogar (estudiantes o trabajan fuera del hogar), tienen hijos menores de 13 años y encuentran que tal responsabilidad recae en los padres, los canales y el CNTV (tanto en conjunto como por sí solos).