



Encuesta a denunciantes MUJERES Y TELEVISIÓN ABIERTA

PRESENTACIÓN

La encuesta que se presenta en este informe se realizó con motivo de la Conmemoración del Día de la Mujer, el 8 de marzo, con el propósito de continuar con esta iniciativa del CNTV y seguir midiendo las percepciones del público sobre la mujer en la pantalla.

Las denuncias al CNTV de los últimos años dan cuenta de que los programas que más preocupan a la audiencia son los de información y de actualidad. Los anuarios de oferta y consumo, muestran la relevancia que han adquirido estos contenidos.

Muchas de las denuncias que se reciben tienen que ver con género. Así, esta encuesta cumple con profundizar en las percepciones de quienes denuncian al CNTV, que constituyen un sector crítico y muy despierto de la audiencia televisiva.

METODOLOGÍA

Estudio cuantitativo, mediante **cuestionario autoadministrado**, enviado por correo electrónico con link único, a una base de datos de denunciantes CNTV.

La muestra **no es probabilística** y, representa únicamente la opinión de quienes decidieron participar. No es posible hacer inferencias sobre el total de la población. Este estudio es mejor comprenderlo como una consulta periódica a un *stakeholder* relevante de la gestión del CNTV.

Se recibieron **3.995 respuestas, de un total de 33.907** invitaciones enviadas, lo que da una **tasa de respuesta de 12%**.

Las primeras invitaciones se enviaron entre el 21 y 22 de febrero. Una semana después se enviaron recordatorios a quienes no habían respondido, para elevar la participación. La encuesta se cerró el jueves 3 de marzo a las 10:30am.

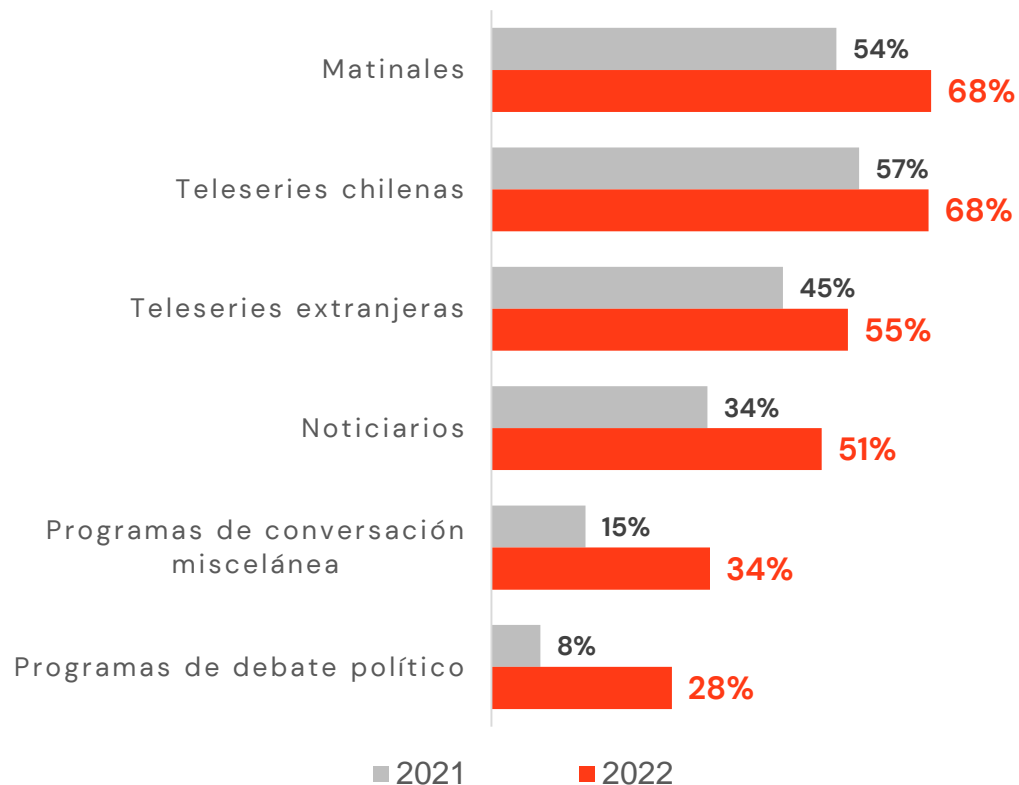
A diferencia de la versión 2021 de este estudio, **en esta versión se encuestó tanto a hombres como mujeres. Es importante tener esto en cuenta al explicar las diferencias respecto del año pasado.**

LA PRESENCIA FEMENINA EN PROGRAMAS DE TELEVISIÓN

“Para cada tipo de programa, indica si piensas que la presencia de mujeres es "muy baja" o "muy alta”.

MUJERES EN PROGRAMAS DE TV

SÓLO RESPUESTAS "ALTA" O "MUY ALTA" PRESENCIA



La presencia femenina, en la opinión de quienes responden, aumentó en pantalla respecto del año pasado, en todos los formatos.

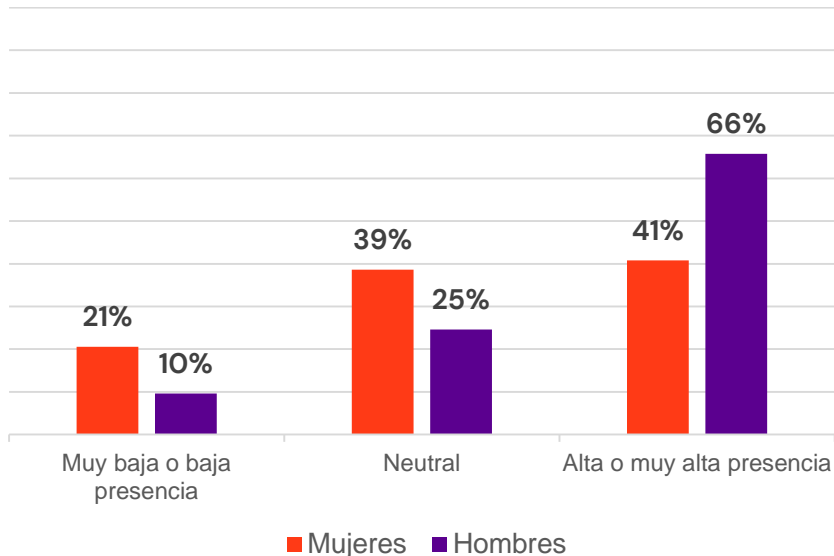
Con todo, la figuración de mujeres sigue siendo especialmente alta en matinales y teleseries.

En los programas noticiosos la presencia femenina no se considera alta, aunque todos los noticiarios cuentan con mujeres presentadoras en el set.

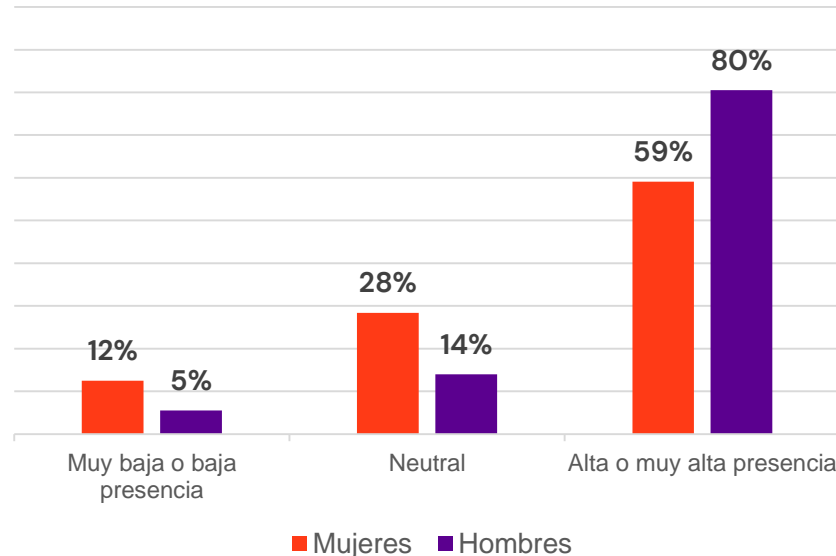
MUJERES EN PROGRAMAS DE TV

POR SEXO

NOTICARIOS



MATINALES

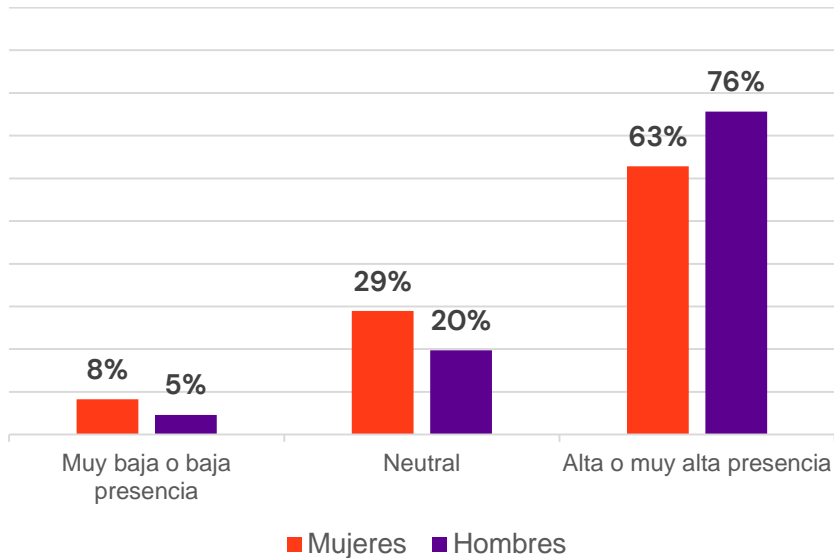


Hay opiniones divididas entre hombres y mujeres sobre la presencia femenina. Como se verá en los siguientes gráficos, los hombres tienen un juicio menos crítico. Por ejemplo, consideran alta o muy alta la presencia femenina en noticieros (66%), con una diferencia de 20 puntos sobre las mujeres.

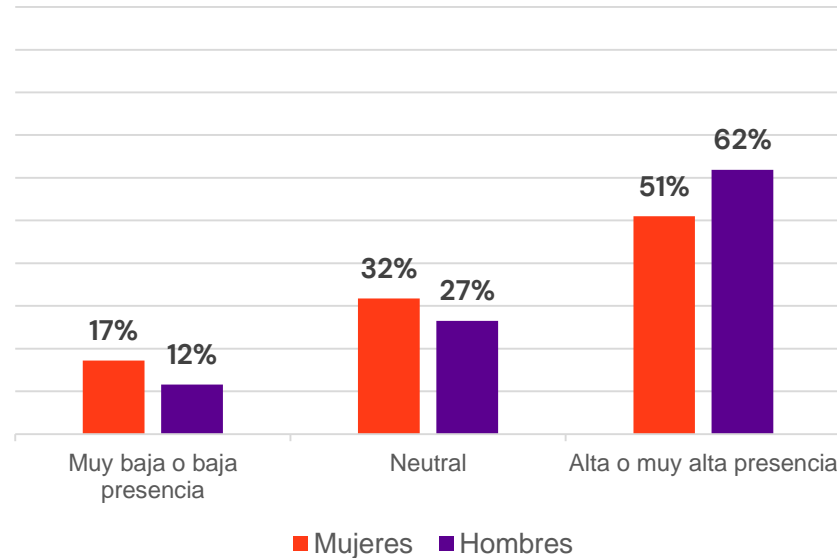
MUJERES EN PROGRAMAS DE TV

POR SEXO

TELESERIES CHILENAS



TELESERIES EXTRANJERAS

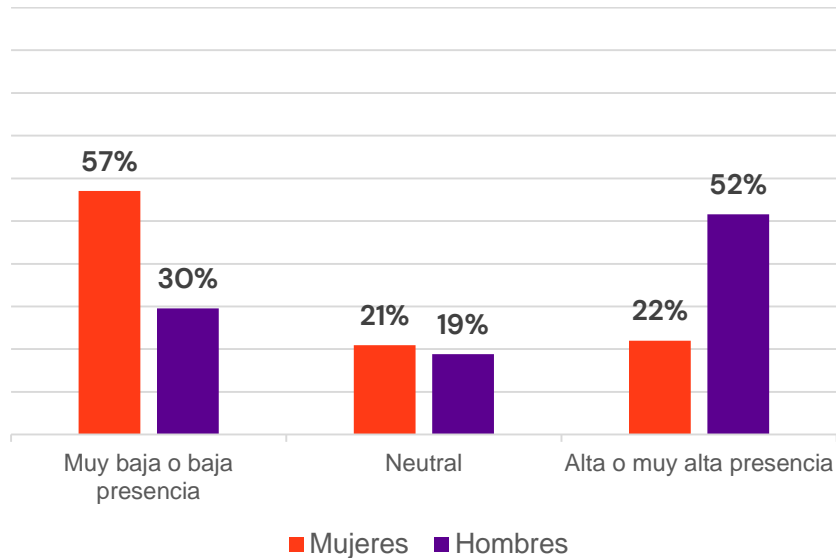


Las diferencias de percepción se acortan levemente cuando se trata de teleseries, tanto chilenas como extranjeras.

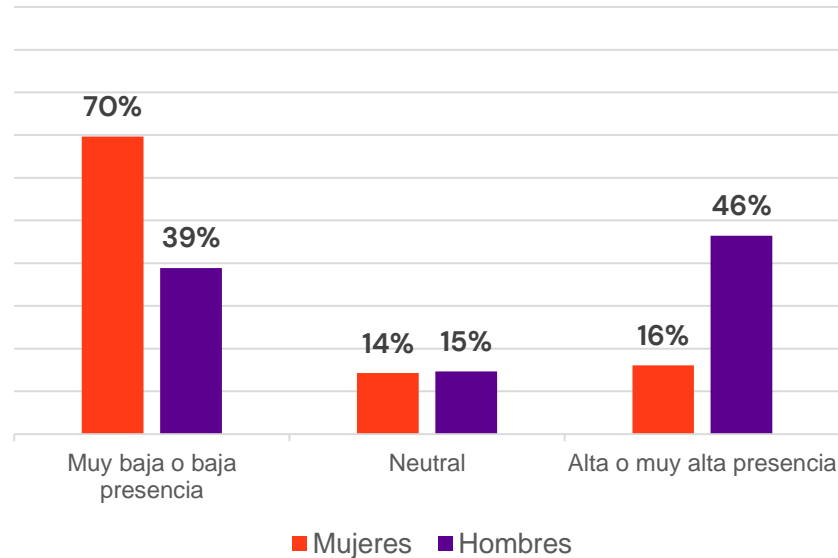
MUJERES EN PROGRAMAS DE TV

POR SEXO

PROGRAMAS DE CONVERSACIÓN MISCELÁNEA



PROGRAMAS DE CONVERSACIÓN POLÍTICA



Una hipótesis de lectura de estos datos es considerarlos como demandas: En este caso, por ejemplo, se puede identificar una alta demanda de mujeres por más presencia en programas de discusión política, pero también miscelánea.

EL ROL DE LAS MUJER EN LAS NOTICIAS

“A continuación encontrarás algunos roles. Para cada uno de ellos, indica si piensas que son ocupados por mujeres ‘casi nunca’ o ‘casi siempre’”.

ROLES DE MUJERES EN LAS NOTICIAS

SÓLO RESPUESTAS "CASI SIEMPRE"



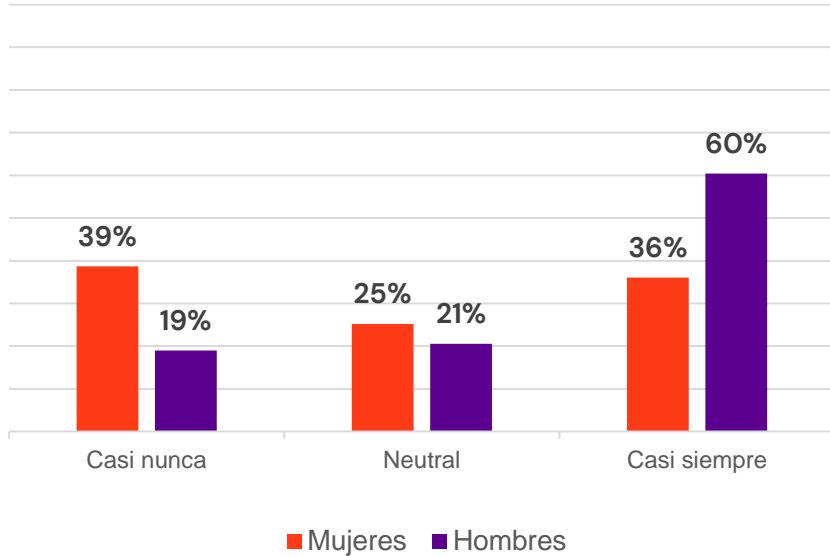
La primera respuesta sobre los roles en que se representa a las mujeres en las noticias sigue siendo "víctima", aunque a la baja respecto del año anterior.

Se eleva notablemente la percepción de participación femenina en roles como periodista en el set, presentadora principal, reportera en terreno, entrevistada y analista experta.

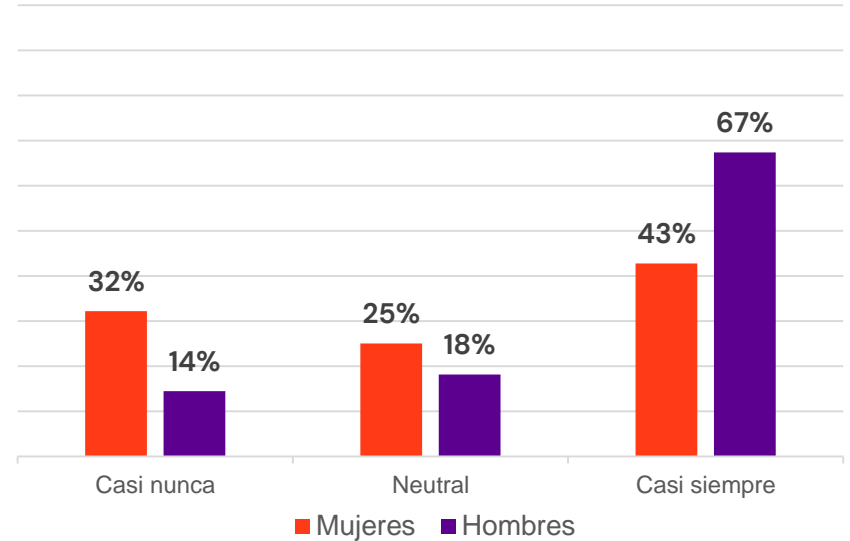
ROLES DE MUJERES EN LOS NOTICIARIOS

POR SEXO

PRESENTADORA PRINCIPAL



PERIODISTA EN SET DE TV

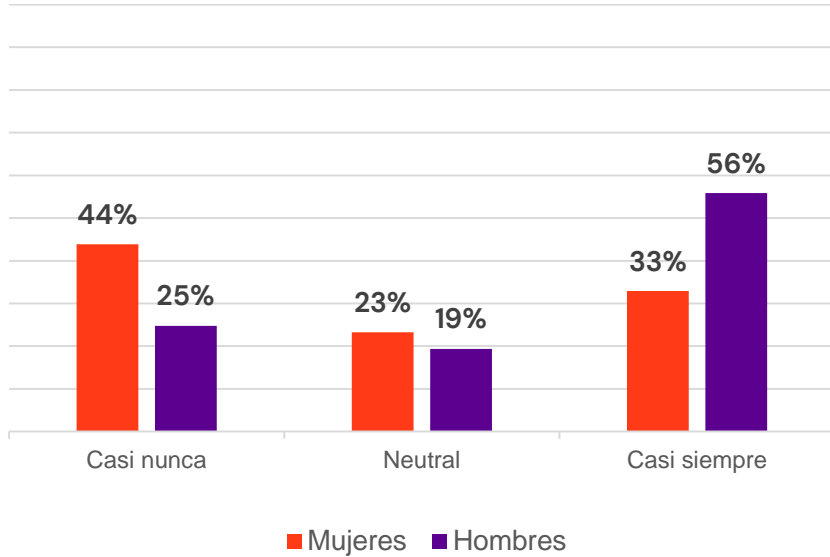


Nuevamente, diferencias por sexo: los hombres en un 60% consideran que las presentadoras principales son “casi siempre” mujeres. Muy similar respecto de las periodistas en el set de televisión.

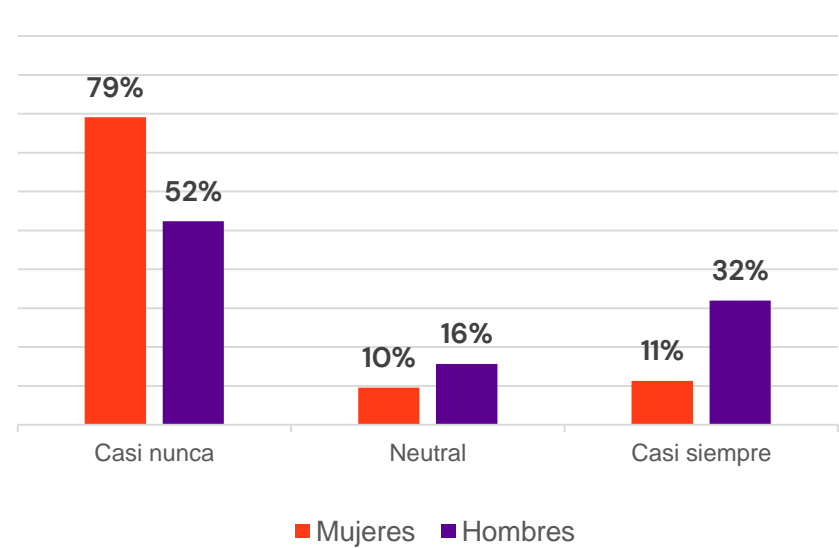
ROLES DE MUJERES EN LOS NOTICIARIOS

POR SEXO

REPORTERA EN TERRENO



ANALISTA EXPERTA

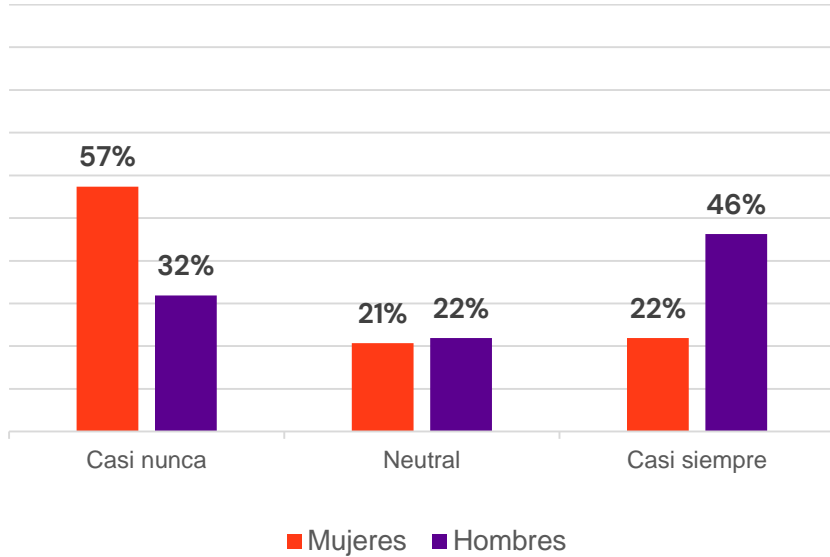


Opiniones femeninas casi unánimes se ven en la aparición de analistas expertas en pantalla. Las mujeres perciben que, cuando se trata de explicar y contextualizar las noticias, el rol lo asumen casi siempre hombres, no mujeres.

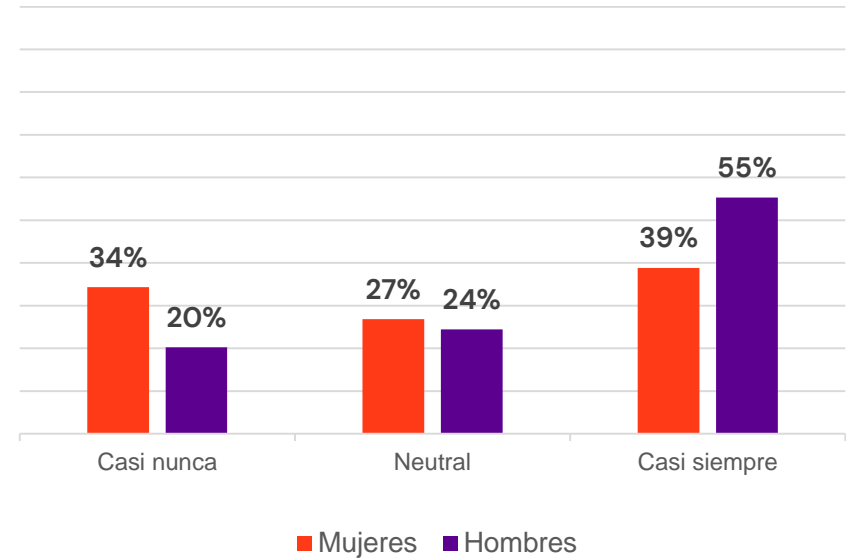
ROLES DE MUJERES EN LOS NOTICIARIOS

POR SEXO

ENTREVISTADA EN ESTUDIO



TESTIGO EN TERRENO

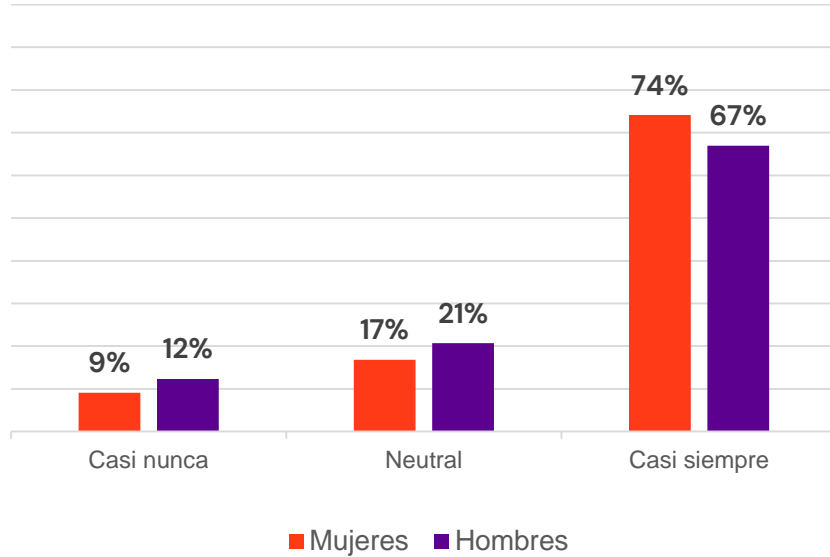


Aunque menos drásticas, la opinión es parecida a la lámina anterior respecto de entrevistadas en estudio.

ROLES DE MUJERES EN LOS NOTICIARIOS

POR SEXO

VÍCTIMA



Finalmente, la mayoría del público encuestado percibe que las mujeres figuran en las noticias, principalmente, en roles de víctimas.

LOS TEMAS “FEMENINOS” EN NOTICIARIOS

“En los noticiarios, ¿en qué temas aparecen más
frecuentemente las mujeres?”

TEMAS “FEMENINOS” EN NOTICIARIOS

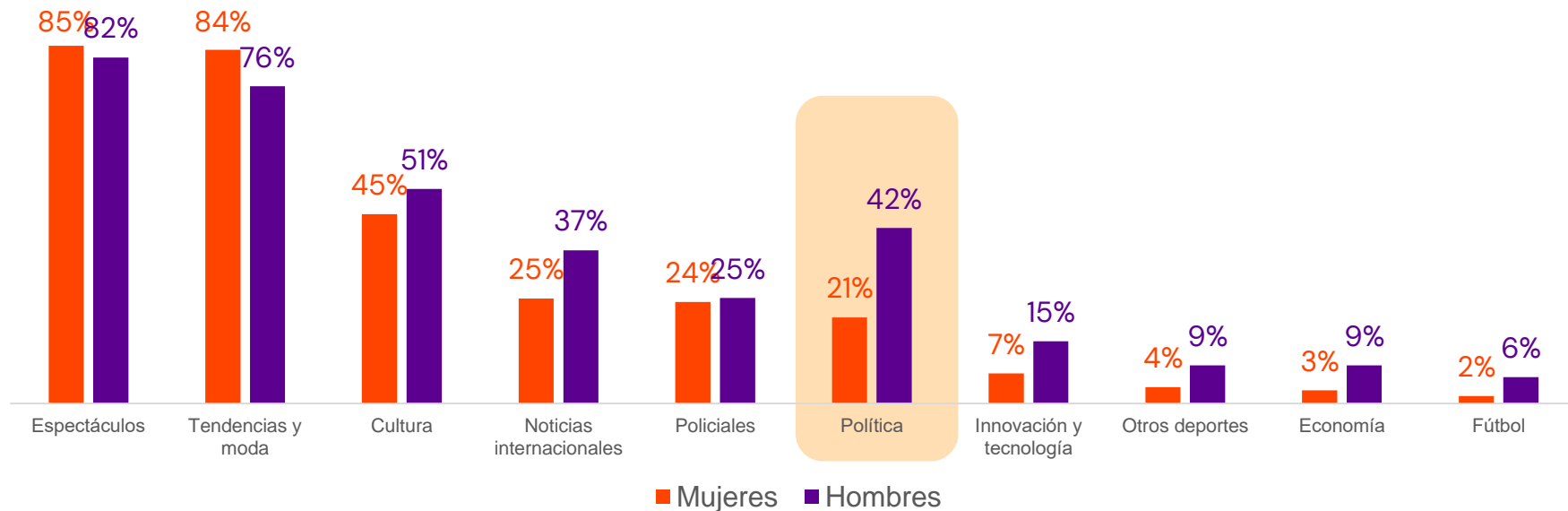


Los temas “femeninos” en los noticiarios siguen siendo casi los mismos que se mencionaron en 2021.

Hay, sin embargo, una percepción de incremento en la participación de mujeres en política, en innovación y tecnología, en economía e incluso en fútbol, aunque sea una mención más bien marginal.

Cabe hacer notar que la versión 2021 del estudio solo encuestó a mujeres.

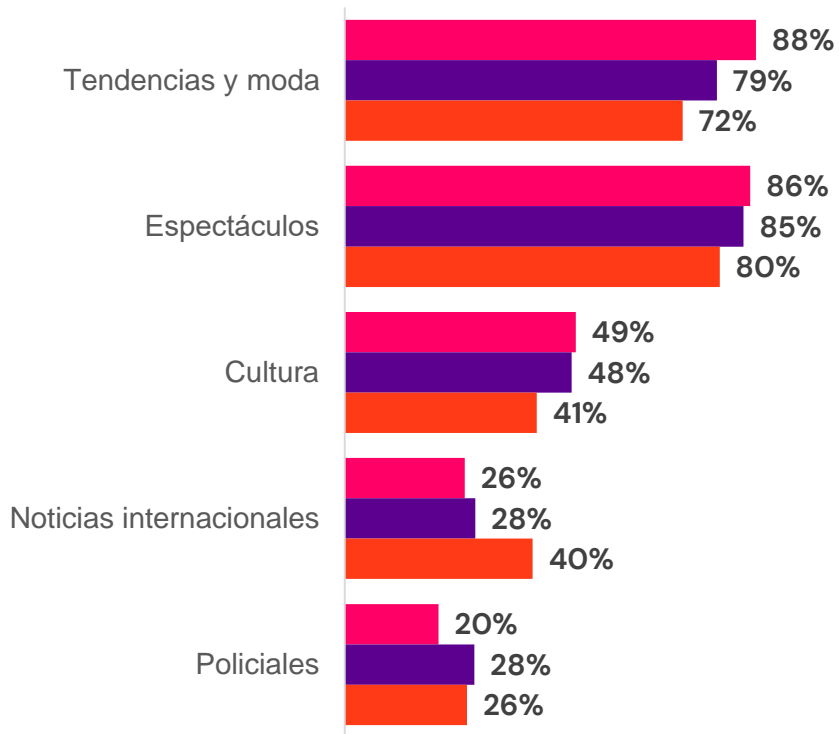
TEMAS “FEMENINOS” EN NOTICIARIOS POR SEXO



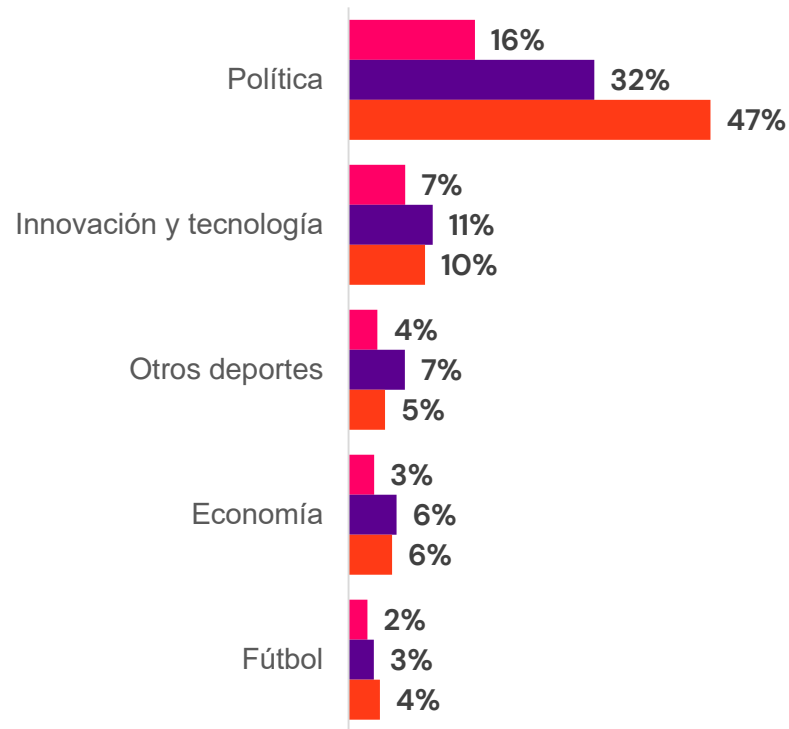
La creciente “feminización” de los temas políticos en televisión que se encontró este año, parece estar motivada por las respuestas masculinas de la encuesta. Las mujeres no son tan optimistas al respecto.

TEMAS “FEMENINOS” EN NOTICIARIOS

POR EDAD



■ 16 - 34 ■ 35 - 54 ■ 55+



■ 16 - 34 ■ 35 - 54 ■ 55+

ÁREAS DE DESEMPEÑO DE LA MUJER EN TELEVISIÓN E IDENTIFICACIÓN CON LA PANTALLA

“A continuación encontrarás una lista de actividades. Para cada una de ellas, indica si piensas que la televisión tiende a mostrar en mayor medida a hombres o a mujeres realizándolas”.

ÁREAS DE DESEMPEÑO MASCULINO

Investigación en ciencias y matemática ●

Economía ●

Ingeniería ●

Dirección de grandes empresas ●

Candidaturas políticas ●

● Derecho

● Activismo político, social
o ambiental

● Cargos ministeriales o subsecretarías

ÁREAS DE DESEMPEÑO FEMENINO

● Investigación en ciencias sociales y humanidades

● Salud

● Dirección de pequeñas empresas /
emprendimientos

● Labores domésticas



El gráfico anterior muestra con qué sexo identifica el público a las ocupaciones o trabajos que se muestran en pantalla. Aparecen, de forma marcada, áreas de desempeño masculinas y femeninas.

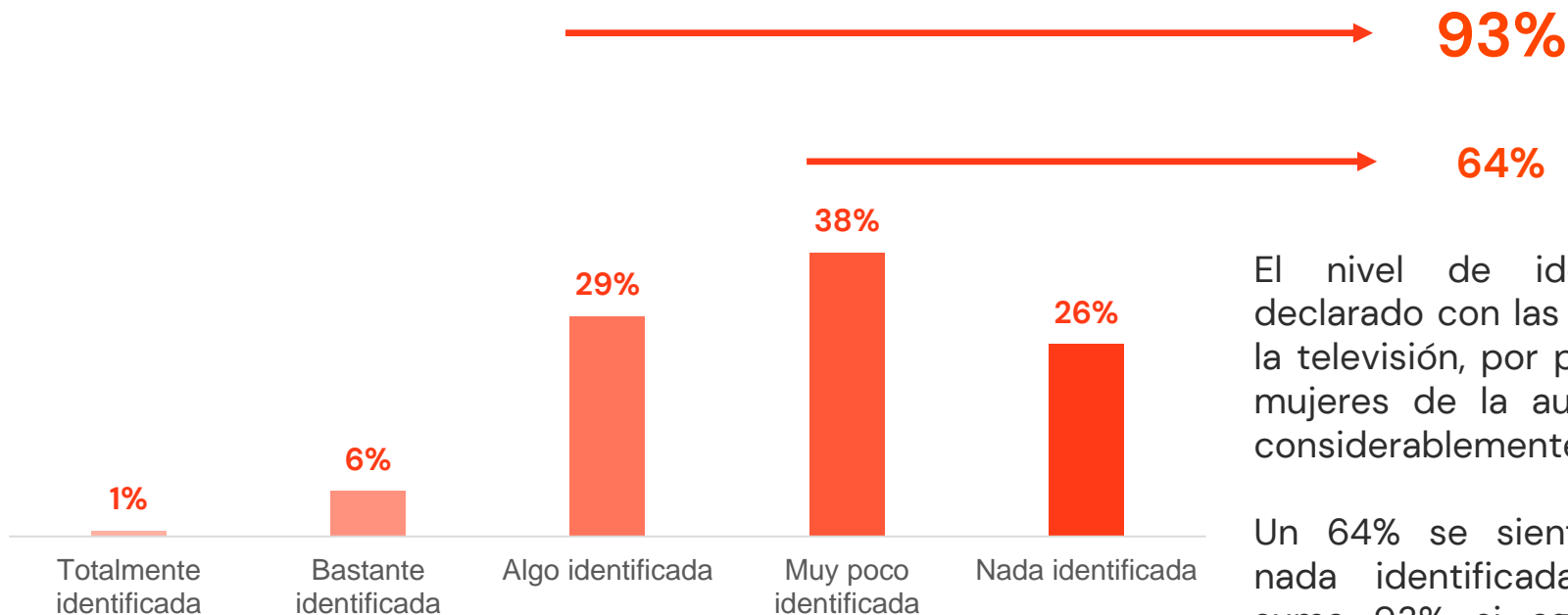
Los **hombres en las ciencias, la matemática, la economía, la ingeniería y la dirección de grandes empresas.**

Las **mujeres, en la salud, las tareas domésticas, los emprendimientos pequeños y el activismo.**

La política (candidaturas y cargos), en la percepción de los encuestados, aparece como un área de desempeño más equitativa.

IDENTIFICACIÓN CON LA REPRESENTACIÓN FEMENINA EN TV

SÓLO MUJERES



El nivel de identificación declarado con las mujeres de la televisión, por parte de las mujeres de la audiencia, es considerablemente bajo.

Un 64% se siente poco o nada identificada; la cifra suma 93% si agregamos a quienes se identifican "algo".

CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

Resulta evidente, como primera observación, la diferencia entre las percepciones masculinas y femeninas sobre la representación en pantalla.

Es posible sostener que los hombres tienen una visión más optimista sobre la representación femenina en pantalla. Los datos parecen indicar que ellos identifican menos situaciones problemáticas.

La pregunta sobre el nivel de identificación femenina con las mujeres de la pantalla parece confirmar este juicio: casi ninguna se declara identificada. Esta pregunta la respondieron solamente mujeres.

En todas las preguntas la opinión femenina es notoriamente más crítica de la televisión. Esto resulta esperable, dado que cualquier persona será más sensible a los temas que lo afectan de forma más directa.

CONCLUSIONES

Por otro lado, también puede explicarse –en parte– por ciertas características de la muestra: personas que en su mayoría tienen educación superior o más. Otros estudios muestran que este segmento es mucho más duro en sus opiniones sobre la televisión abierta.

Resulta interesante también la pregunta sobre áreas de desempeño. Aparecen claramente áreas femeninas y masculinas, que coinciden con los roles socialmente asignados que las ciencias sociales han ido poniendo en cuestión: hombres asociados a lo público y al poder, mujeres a lo privado y lo doméstico.

Así, aparentemente quienes responden la encuesta consideran que la televisión está contribuyendo a perpetuar estos estereotipos y no a desmantelarlos.

