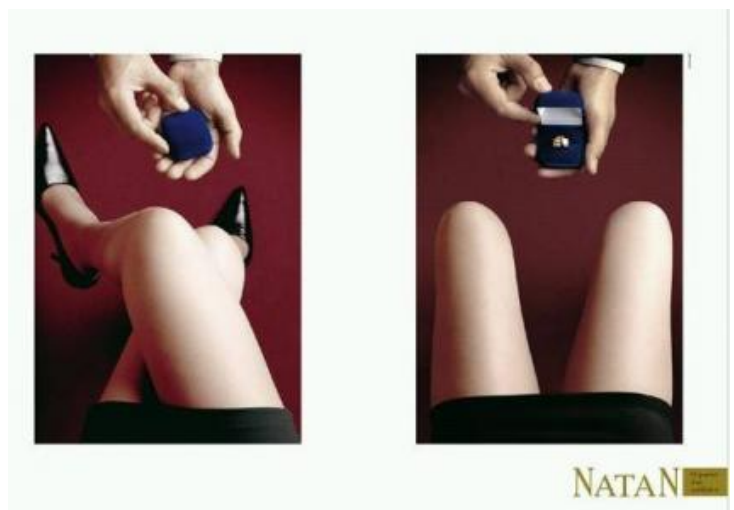
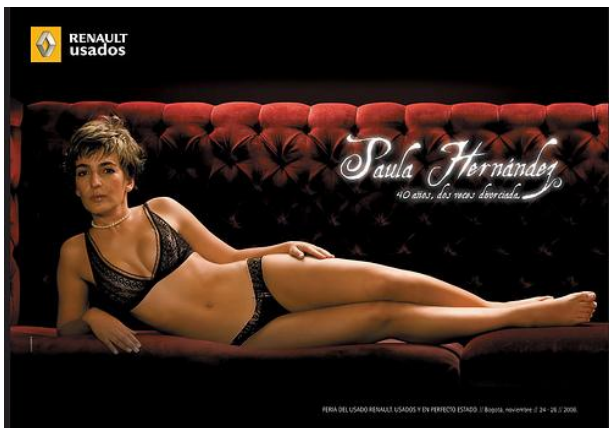


TALLER

GÉNERO Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Taller organizado por el CONCORTV en coordinación con el Centro Cultural de España, dirigido a comunicadores y estudiantes de último ciclo de la carrera de Comunicaciones, cuyo objetivo es promover mensajes e imágenes positivas y a favor de la igualdad de oportunidades para las mujeres y hombres en los medios de comunicación.

¿QUÉ VEMOS EN LOS MEDIOS?



PERFILES FEMENINOS

La buena:
madre - esposa - linda
luchadora - artista



La intelectual – política
líder de opinión



La mala

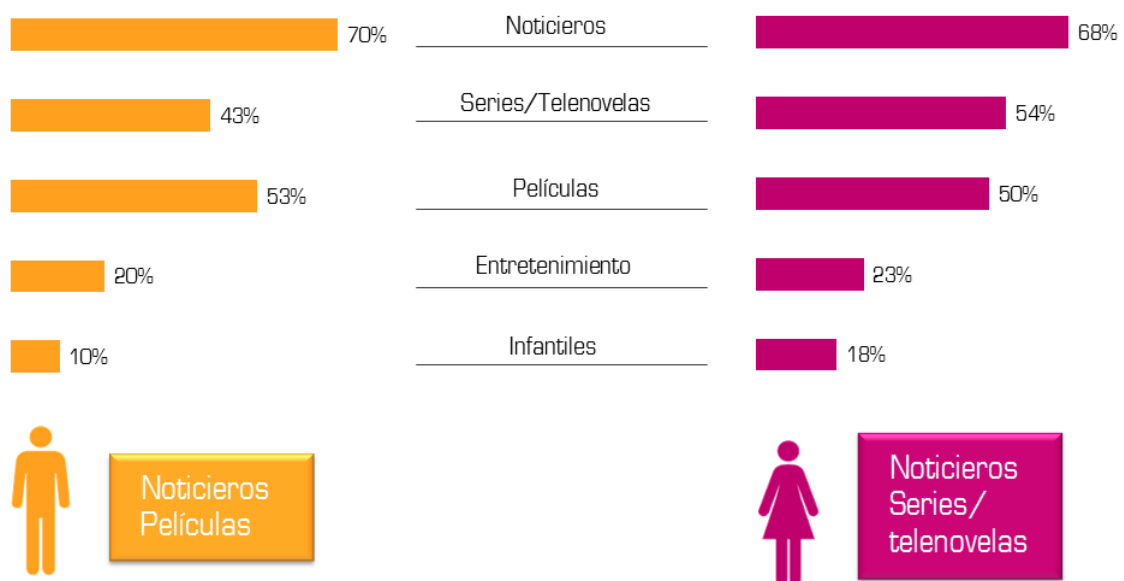


Estereotipos:
Las sexys - «calabacitas»
«bataclanas» - las no regias

ESTADÍSTICAS

Datos extraídos del Estudio de actitudes, hábitos y opinión sobre la radio y televisión. CONCORTV (2011)

Tipos de programas de TV vistos en familia



Evaluación



El **65%** de hombres y mujeres opina que la televisión es el medio más **sensacionalista**.

El **43%** opina que la TV es el medio más **entretenido**, seguido por la radio (30%)



La TV es considerada el medio más **informativo** (45%)

El **42%** del opina que la TV es el medio más **veraz**



El **37%** considera a la TV como un medio **educativo**, seguido por la radio (18%)

Contenido inadecuado en TV y radio



El **75%** señala la presencia de **escenas de sexo/desnudos muy sugerentes**.



El **88%** señala la presencia de **contenido violento** en la TV y radio.



50%

Las **escenas sexuales** nunca deberían mostrarse en la TV.

37%



34%

Se podrían mostrar escenas sexuales sólo después de las 10 p.m. y con advertencia.

44%



El **61%** de  y  opinan que la televisión muestra una **imagen negativa de la mujer**

PERIODISTAS POR LA EQUIDAD DE GÉNERO

Violencia de género prioritaria sólo desde el escándalo.

Centrado en política y acontecimientos policiales.

La mujer como atracción sexual mediática

Pocas periodistas con cargos importantes en los medios de comunicación.

El debate tiene un papel secundario

Desempeño actual de los medios



¿Cómo podrían aportar?

Convertir la violencia de género en un tema de agenda.

Instalar el diálogo. Conocer a sus audiencias y fomentar el debate.

Las mujeres no como víctimas sino como protagonistas de la equidad de género.

Aumentar las investigaciones

Periodistas mujeres con mejores ubicaciones en los medios.

Programación que reivindica la imagen y rol de la mujer

Incorporar a varones comprometidos con la igualdad de género

Red de periodistas por la equidad de género

Equidad de género como compromiso de su propia autorregulación



Periodistas expertos de ambos géneros



Población más reflexiva