

GÉNERO Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN



¿QUÉ VEMOS EN LOS MEDIOS?



PRENSA



PUBLICIDAD

PERFILES FEMENINOS

La buena:
madre - esposa - linda
luchadora - artista



La intelectual - política
líder de opinión



La mala

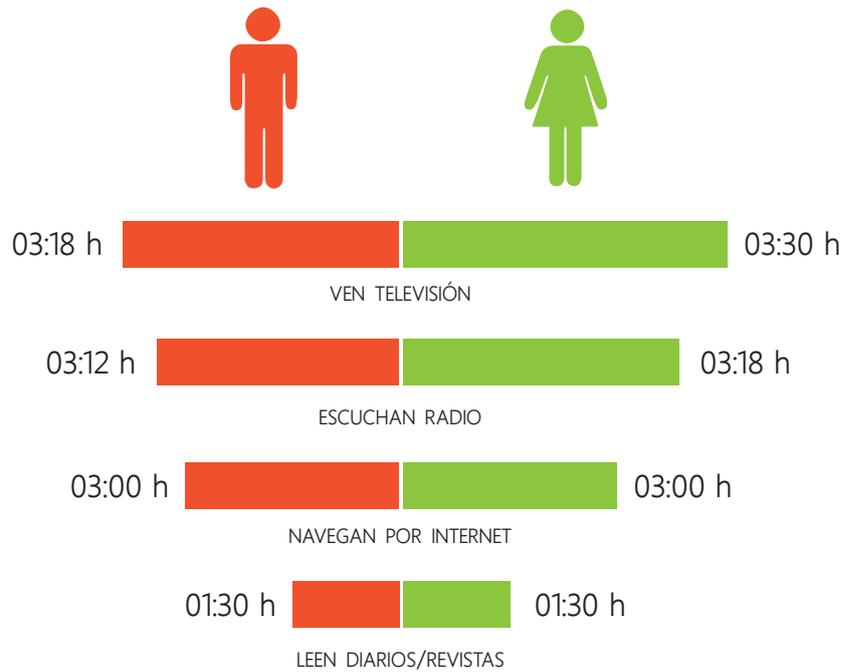


Estereotipos:
Las sexys - "calabacitas"
"bataclanas" - las no regias

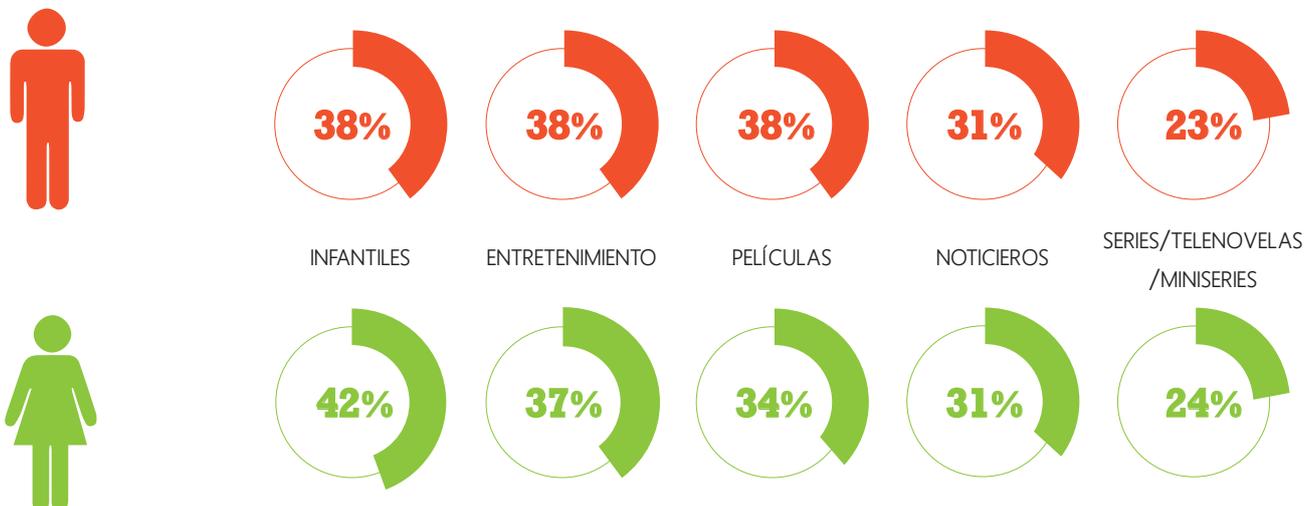
ESTADÍSTICAS

Fuente: Estudio sobre consumo radial y televisivo 2015 - CONCORTV

HORAS PROMEDIO DEDICADAS A CADA MEDIO (L - V)

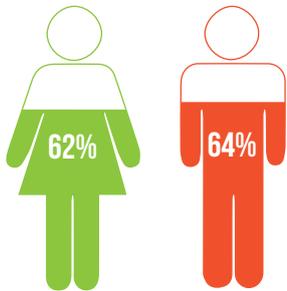


TIPOS DE PROGRAMAS DE TV VISTOS EN FAMILIA



EVALUACIÓN

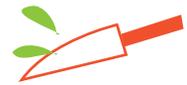
Fuente: Estudio sobre consumo radial y televisivo 2015 - CONCORTV



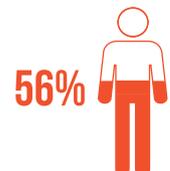
El **62%** de mujeres y el **64%** de hombres opinan que la TV es el medio más **sensacionalista**

El **72%** de mujeres y hombres opina que la televisión muestra una **imagen negativa de la mujer**

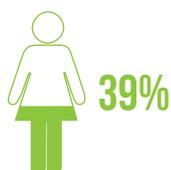
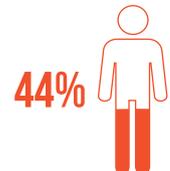
El **78%** de mujeres y hombres señala la presencia de **contenido violento** en la radio y TV



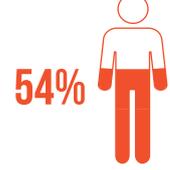
Señala la presencia de **escenas de sexo/desnudos muy sugerentes**



Considera que las **escenas sexuales nunca** deberían mostrarse en la TV



Opina que las escenas sexuales sólo podrían mostrarse **después de las 10 p.m.** y con advertencia



PAUTAS PARA EL TRATAMIENTO INFORMATIVO ADECUADO DE LA VIOLENCIA
CONTRA LA MUJER EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN



1

Valorar la información de la violencia en su real dimensión y contextualizar la noticia

2

Acudir a las opiniones de los expertos

3

Respetar la dignidad de la víctima, su dolor y el de sus familiares

4

Preservar la imagen de la víctima en la TV

5

Difundir casos de mujeres que salen en una situación de violencia y lograr rehacer su vida

6

Realizar el seguimiento de casos

7

Facilitar información útil

8

Identificar la figura del agresor y no justificarlo

9

Plantear enfoques novedosos

10

Recurrir a las herramientas disponibles en la Web como protocolos, pautas y manuales