

# EVOLUCIÓN DE LA SENSIBILIDAD HACIA LA VIOLENCIA CONTRA LA MUJER EN ESPAÑA (1985-2016)

Cepeda González, M<sup>a</sup> Isabel\*

## RESUMEN

Existe una amplia distancia entre, por un lado, la realidad de la violencia contra la mujer y su conocimiento social y, por otro, la sensibilidad existente hacia este problema. Los motivos son diversos, desde las raíces culturales del problema mismo, hasta la volubilidad de la sociedad en función de diferentes estímulos.

Para estimular la sensibilidad y el conocimiento de este problema por parte de la sociedad, el Gobierno realiza distintas acciones de información, educación y comunicación. Pero la sociedad tiende a invisibilizar los casos de Violencia contra la Mujer, por lo que la probabilidad de que se perciba como un problema es escasa. En las encuestas se aprecia que la Violencia contra la Mujer no empieza a ser considerada un problema grave por la sociedad española hasta 2004, año de aprobación de la Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género. Desde entonces, la percepción de la sociedad de este problema ha sido muy variable.

El objetivo de este trabajo es comprobar la evolución de la sensibilidad social frente al problema de la Violencia contra la Mujer en la sociedad española desde 1985 (momento en el que comienzan a publicarse las encuestas del CIS) hasta la actualidad.

## PALABRAS CLAVE

Violencia contra la mujer, campañas de sensibilización, percepción, concienciación.

## ABSTRACT

There is a wide gap between, on the one hand, the reality of violence against women and society's awareness of it and, secondly, the existing sensitivity to this problem. There are various reasons, from the cultural roots of the problem itself, to society's varying responses to different stimuli. To promote awareness and understanding of this problem by society, the government promotes various Information, Educational and Communication activities. But society tends to render cases of violence against women invisible, so the probability of it being seen as a problem is remote. Surveys show that violence against women did not begin to be considered a serious problem by Spanish society until 2004, with the approval of Organic Law 1/2004 of 28 December on Integrated Protection Measures Against Gender Violence. Since then, society's perception of this problem has been very variable. The aim of this paper is to check the evolution of social sensitivity to the problem of violence against women in Spanish society since 1985 (when surveys were first published by CIS) to the present.

## KEYWORDS

Violence against women, awareness campaigns, perception, awareness.

---

\* Universidad Rey Juan Carlos, Madrid, email: mariaisabel.cepeda@urjc.es

## INTRODUCCIÓN

La Violencia contra la Mujer (VcM) es un problema social grave cada vez más reconocido en las redes sociales y en la literatura académica. Sin embargo, entre la realidad de la VcM y su percepción social existe una gran divergencia. Las raíces culturales son una de las causas de esta discrepancia, pero no la única. La realidad social tiende a invisibilizar y contextualizar por medio de la justificación los casos de Violencia de Género (VG). Los medios de comunicación toleran con mucha frecuencia la VG y utilizan un lenguaje que permite a la sociedad ver este tipo de violencia como algo aceptable (Kohlman, 2014), contribuyendo a su normalización y banalización. De hecho, los medios de comunicación clasifican los casos de maltrato como "sucesos", y sólo excepcionalmente se hace un tratamiento integral con marcada voluntad de denuncia social. Los medios de comunicación juegan pues un papel fundamental en la normalización, banalización y perpetuación de la VcM y contribuyen a insensibilizar a la sociedad ante este problema, que llega a acostumbrarse a esta violencia. Sin embargo, los medios de comunicación también pueden ser un instrumento eficaz en la lucha contra la VcM.

La realidad social subyacente a la VcM se inscribe siempre en un marco de subordinación de la mujer y de desigualdad de género (Larrauri, 2007), por lo que son precisos cambios culturales, cambios en la percepción de este problema y cambios en la respuesta social que se dé al mismo. La legislación constituye una herramienta imprescindible para erradicar la violencia de género, pero no puede ser por sí sola la solución. Se requiere con urgencia un cambio en las actitudes que permiten comportamientos de explotación (Fawole, 2008). Es preciso que en la sociedad prevalezcan los valores que contribuyen a evitar la violencia, especialmente en el ámbito de la pareja (Pallarés, 2012).

La mayoría de los estudios sobre la VcM se centran en sus manifestaciones físicas, psicológicas y sexuales. Sin embargo, no se deben despreciar las consecuencias económicas, ya que la VcM se traduce en aumento de la pobreza y pone en peligro las oportunidades de desarrollo para las mujeres (Fawole, 2008).

El movimiento de visibilización social de la VG desde los años 90 (De Miguel, 2005; Ferrer y Bosch, 2006) culminó en España con la aprobación y entrada en vigor de la Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género (Ley Integral). Esta Ley, que tiene por objetivo último erradicar la violencia de género, ha desencadenado un gran debate social con resultados positivos, tal como reconoce el Informe Anual del Observatorio Estatal de Violencia sobre la Mujer, de 28 de junio de 2007.

Existe un amplio abanico de medidas para prevenir, corregir e intentar erradicar la VG y sus consecuencias previstas en el Plan nacional de sensibilización y prevención de la Violencia de Género (2007-2008), en desarrollo de la Ley Integral y promulgado por el Gobierno en diciembre de 2006. Según el Plan, la *sensibilización* consiste en dotar a la sociedad de los conocimientos suficientes para detectar el inicio o la existencia de un proceso de violencia contra la mujer. Como consecuencia, la mayor sensibilización contribuiría a generar una nueva actitud ante la violencia de género.

Los ejes de actuación del Plan son Información, Educación y Comunicación. En éste último, el Plan prevé campañas permanentes de vigilancia sobre la publicidad machista, un pacto de autorregulación con los medios de comunicación -que garantice un tratamiento de las noticias que transmita valores de igualdad y sea beligerante con esta violencia- y campañas permanentes de sensibilización para crear una cultura contraria a la VcM, en la creencia de que

la persuasión es una herramienta de comunicación útil para transformar ideas, creencias, actitudes y, en el mejor de los casos, comportamientos.

El objetivo de este trabajo es analizar la evolución de la sensibilidad social ante el problema de la VcM en la sociedad española. Existen algunos estudios que señalan esta evolución (Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, 2013; De Miguel, 2005) que incorporan algunas referencias aisladas y tomadas en valores absolutos del barómetro del CIS o que utilizan los datos del barómetro del CIS como línea argumental. La principal aportación de nuestro estudio es el análisis estadístico realizado y la explotación exhaustiva de los resultados en el periodo 1985-2016.

#### **VÍCTIMAS MORTALES EN ESPAÑA COMO CONSECUENCIA DE LA VcM (1999-2015)**

La medición de la VG ha sido una de los objetivos principales de parte de la comunidad internacional. La medición de la violencia contra la mujer es un factor de vital importancia para entender, asesorar y evaluar la eficacia de las medidas tomadas para erradicar la violencia de género. Sin embargo, ha demostrado ser un gran desafío. Esto se debe a la falta de consenso en la definición de la violencia y la falta de denuncias. Resulta muy difícil cuantificar las víctimas de la VcM en España. No existen registros completos y fiables, ya que muchas víctimas no piden ayuda, no denuncian ni solicitan medidas de protección. Las víctimas mortales sí son un hecho tristemente cuantificable y objetivo. Los datos en el periodo 1999-2015 son los siguientes:

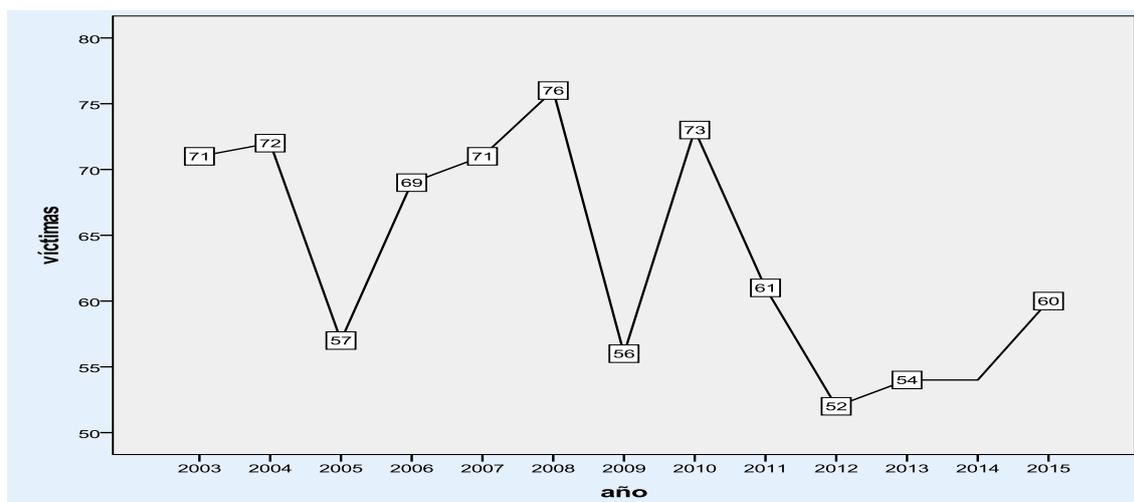
Tabla 1. Víctimas mortales de la VcM en España (1999-2015)

Año	Víctimas mortales por VcM
1999	54
2000	63
2001	50
2002	54
2003	71
2004	72
2005	57
2006	69
2007	71
2008	76
2009	56
2010	73
2011	61
2012	52
2013	54
2014	54
2015	60

Fuente: Instituto de la Mujer, IM (1999- 2005) y Deleg. Gobierno para la VG (desde 2006)

Se incluyen las víctimas mortales en las que el agresor fue el cónyuge o ex cónyuge, compañero o ex compañero sentimental y novio o ex novio. Estos datos quedan reflejados en el Gráfico 1:

Gráfico 1. Víctimas mortales de la VcM en España (2003-2015)



Fuente: Elaboración a partir de datos del INE

Se trata de una serie temporal muy errática, de tendencia, en general estable y de una fuerte componente cíclica, que presenta ciclos de periodos muy cambiantes de entre 2 y 4 años. Sus parámetros o estadísticos son:

Se trata de una serie temporal muy errática, de tendencia, en general, estable y de una fuerte componente cíclica. Los ciclos que presenta son de periodos muy cambiantes de entre 2 y 4 años. Los parámetros o estadísticos de los 17 datos de la serie son:

Tabla 2. Estadísticos relativos a las víctimas mortales de la VcM en España (1999-2015)

Suma	1047
Media	61,6
Mediana	60
Moda	54
Desviación típica	8,63
Coeficiente de variación	0,14
Asimetría	0,35
Mínimo	50
Máximo	76

Fuente: Elaboración a partir de datos del IM (1999- 2005) y Delegac. Gob. VG (desde 2006)

El aterrador número de un total de 1047 víctimas mortales en los últimos 17 años, se ha producido con una media de más de 61 víctimas anuales; en la mitad de estos años se superaron las 60 víctimas y la moda o valor más frecuente (54) supera a una víctima por semana del año. El coeficiente de variación nos indica que se trata de una distribución bastante dispersa, la asimetría positiva indica que existe algún año con un número muy elevado de víctimas. Los valores mínimo y máximo se interpretan por sí solos.

### **LA PERCEPCIÓN DE LOS ESPAÑOLES DE LA VcM COMO UNO DE LOS PRINCIPALES PROBLEMAS EN ESPAÑA**

El Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) elabora distintos barómetros con los que intenta medir el estado de la opinión pública española sobre distintos temas. Los datos a partir de los cuales el CIS elabora los barómetros se recogen mediante una encuesta que se realiza en los hogares, en las que se entrevista en torno a 2.500 personas mayores de edad elegidas al azar dentro del territorio nacional con un cuestionario estandarizado llevado a cabo siempre con la misma metodología.

Los barómetros se realizan con una periodicidad mensual, excepto en agosto. En el barómetro "La percepción de los principales problemas de España", se pide a los encuestados que señalen los tres problemas que consideran que son los principales en España de un total de entre 30 y 42 posibles respuestas entre las que están, por ejemplo, el paro, el terrorismo internacional, el Ébola, la inseguridad ciudadana, los políticos, la inmigración o el racismo entre otros (el número de opciones varía en función de la coyuntura). Una de estas respuestas es el problema denominado la *Violencia contra las Mujeres*.

Se va a analizar la percepción de la Violencia contra la Mujer como un problema por la sociedad española utilizando los datos del CIS desde que comenzó a elaborarse este barómetro (mayo-1985) hasta enero de 2016. La VcM aparece por primera vez en el barómetro en septiembre de 2000. Las grandes dimensiones de la tabla original impiden una utilización funcional, por lo que se han seleccionado los datos correspondientes a los meses de enero excepto en el año 2000, en el que se toma el valor correspondiente al mes de septiembre.

Tabla 3. Principales problemas que percibe la sociedad española (Sep/00-Ene/16), datos anuales

	ene 16	ene 15	ene 14	ene 13	ene 12	ene 11	ene 10	ene 09	ene 08	ene 07	ene 06	ene 05	ene 04	ene 03	ene 02	ene 01	sep 00
El paro	77.9	79.4	78.5	81.1	83.3	82.4	82.7	75.3	43.8	37.6	49.8	58.2	60.4	58.8	61.9	56.0	59.8
Las drogas	0.2	0.1	0.2	0.2	0.6	0.6	1.1	1.5	2.5	3.7	5.4	8.5	10.0	9.8	14.5	12.3	14.7
Inseguridad ciud.	2.4	2.6	2.3	2.9	5.7	7.3	8.1	11.7	16.4	18.9	23.3	16.7	23.6	25.5	18.1	8.4	10.4
El terrorismo. ETA	0.1	1.1	1.5	0.3	1.2	7.4	17.6	22.2	35.1	45.3	24.9	53.3	34.8	48.7	59.5	65.9	65.5
Infraestruct.	0.3	0.2	0.1	0.4	0.4	0.6	0.6	0.8	1.3	0.6	0.7	1.2	2.5	1.0	1.0	.	.
La sanidad	11.6	10.2	11.6	12.1				4.5					5.6		4.0	4.3	3.9
				3.1	5.6	4.4	9.4	13.5	29.1	29.8	18.2	19.6	18.3	8.9			2.8
Prob. índole econo.	23.2		30.5	38.9	53.7	53.1	47.0	51.9		18.3	17.2	11.3	12.5	11.0			
Calidad del empleo	4.6	3.7	2.3	1.6	2.2	2.7	3.2	3.9	12.3	9.8	8.4	4.9	4.0	2.5	1.6		1.4
Agric. ganad. y pesca	0.2	0.1	0.2	0.4	0.2	0.2	0.8	0.3	0.3	0.4	0.4	0.8	0.4	1.1	0.5		
Corrupción y fraude		55.5		17.7	12.3	2.4	2.9	0.4	0.7	1.9			0.6		2.0	.	.
Las pensiones	2.7	2.0	2.4	2.1		4.2	2.1	2.1	3.5	2.3	3.1	3.5	4.4	3.8	4.4	2.7	2.6
Los políticos	23.4	21.8	26.9	30.3		20.6	14.9				10.1	8.3	8.4	8.2	4.8	4.8	5.4
Las guerras		.	.	.	0.0	.		0.3	0.2	0.2	0.3	1.7	2.5		0.6	.	.
Admión. Justic.	1.1	2.2		2.2				2.5		1.6		1.7	1.6			2.5	1.2
Prob. índole social		9.8	7.5				3.3	3.5	4.4		3.2		4.6	2.6	3.7	3.8	4.1
El racismo	0.1		.	.	0.1		0.2		0.3	0.7	0.3	0.5			0.8		1.8
Inmigración			2.2		7.5		16.6	19.3	23.7	34.5	32.5				14.0	16.5	
V c M	1.3	0.4	0.3	0.4	1.3		1.9	1.8	2.2	2.3	3.5	4.8	3.3	2.5	2.1		1.3
Prob. juventud	2.5					1.4				1.6	2.0	1.3					1.3
La crisis de valores	1.8	1.7	2.5	1.9	1.5	3.0		1.5	1.9		2.2					2.1	
La educación	10.2	7.1	7.4	5.8		4.0			4.4			4.3	4.1			2.4	
Prob. Medioambient.		0.1	0.1				0.6		1.3	1.5	1.0	0.6	0.8	3.0		1.6	
La salud	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	0.2	0.1		0.9	0.3

Gobierno y partidos	2.8	2.8	3.7	3.1	1.7	6.7	4.4	3.3	2.1	2.3	2.4	.	.	.	.		
Func. serv. Públic	0.5	0.3	0.9	0.7	0.2	0.6	0.3	0.1	0.4	0.2	0.2	0.4	0.8	0.1	0.2	0.5	1.2
Prob relac. mujer	0.0	.	0.1	.	.	.	.	0.0	0.3	0.2	0.2	0.4	0.4	0.5	0.3	.	.
El euro	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	0.8	1.4	0.9	1.9	.	.
Prob ocio jóven	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	0.2	0.3	0.1	.	.	.
Nacionalismos	2.6	1.2	1.7	1.8	0.8	0.7	0.8	0.6	1.1	1.1	6.6	1.4	0.2	0.2	.	0.8	1.2
Desastre Prestige	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	0.0	0.2	13.2	.	.	.
Terrorismo. Intern.	5.7	0.4	.	.	.	.	.	.	0.2	0.0	0.1	0.2	.	.	.	.	.
Preocup. personales	0.1	0.1	.	0.3	0.2	.	0.1	0.2	0.2	0.3	0.2	.	.	.	.	0.2	0.2
Crisis alimenticias	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	0.0	.	0.0	20.2	.
Subida carburant.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	0.8	13.2
La sequía	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
La reforma laboral	0.3	0.0	0.2	0.4	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
Los recortes	3.0	3.4	4.0	5.4	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
Los bancos	0.8	1.5	2.5	5.8	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
La subida del IVA	0.5	0.8	1.2	2.1	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
Los desahucios	1.0	1.8	1.2	3.5	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
El fraude fiscal	0.1	0.4	0.1	0.4	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
Las hipotecas	0.1	0.1	0.2	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
La monarquía	0.0	0.3	0.6	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
Excarcelaciones	.	.	0.5	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
La Ley del aborto	.	0.0	0.2	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
↑ tarifas energ.	0.1	0.1	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
Ébola	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
Refugiados/as	0.0	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
Otras respuestas	5.8	4.6	5.0	6.5	3.9	3.7	3.9	2.8	3.5	3.1	4.2	4.0	4.3	3.1	3.1	4.5	0.6
Ninguno	0.0	0.1	0.1	.	.	.	.	0.2	0.1	0.2	0.4	0.3	0.5	0.2	0.5	0.3	0.0
N.S.	1.2	0.8	0.4	0.3	0.9	1.2	1.0	1.6	3.2	3.5	4.5	4.7	6.4	5.3	6.2	5.6	5.6
N.C.	0.2	0.2	0.1	0.2	0.3	0.3	0.2	0.3	0.2	0.6	1.9	0.6	0.9	0.4	0.5	0.6	0.4
(N)	2496	2481	2480	2483	2480	2478	2477	2482	2477	2472	2485	2495	2489	2480	2498	2484	2498

Fuente: Elaboración a partir de datos del CIS

Como se aprecia en la Tabla 3, la primera vez que aparece con valor positivo en el barómetro es en septiembre de 2000. Ha sido necesario que transcurran quince años desde que comenzó a elaborarse este barómetro para que la sociedad española perciba como uno de los principales problemas la VcM.

### CUÁLES SON LOS TRES PRINCIPALES PROBLEMAS QUE PERCIBE LA SOCIEDAD ESPAÑOLA (ENE-16)

Utilizando los datos de la Tabla 3, se analiza los principales problemas que percibe la sociedad española en enero de 2016.

Tabla 4. Principales problemas que percibe la sociedad española (ene-16)

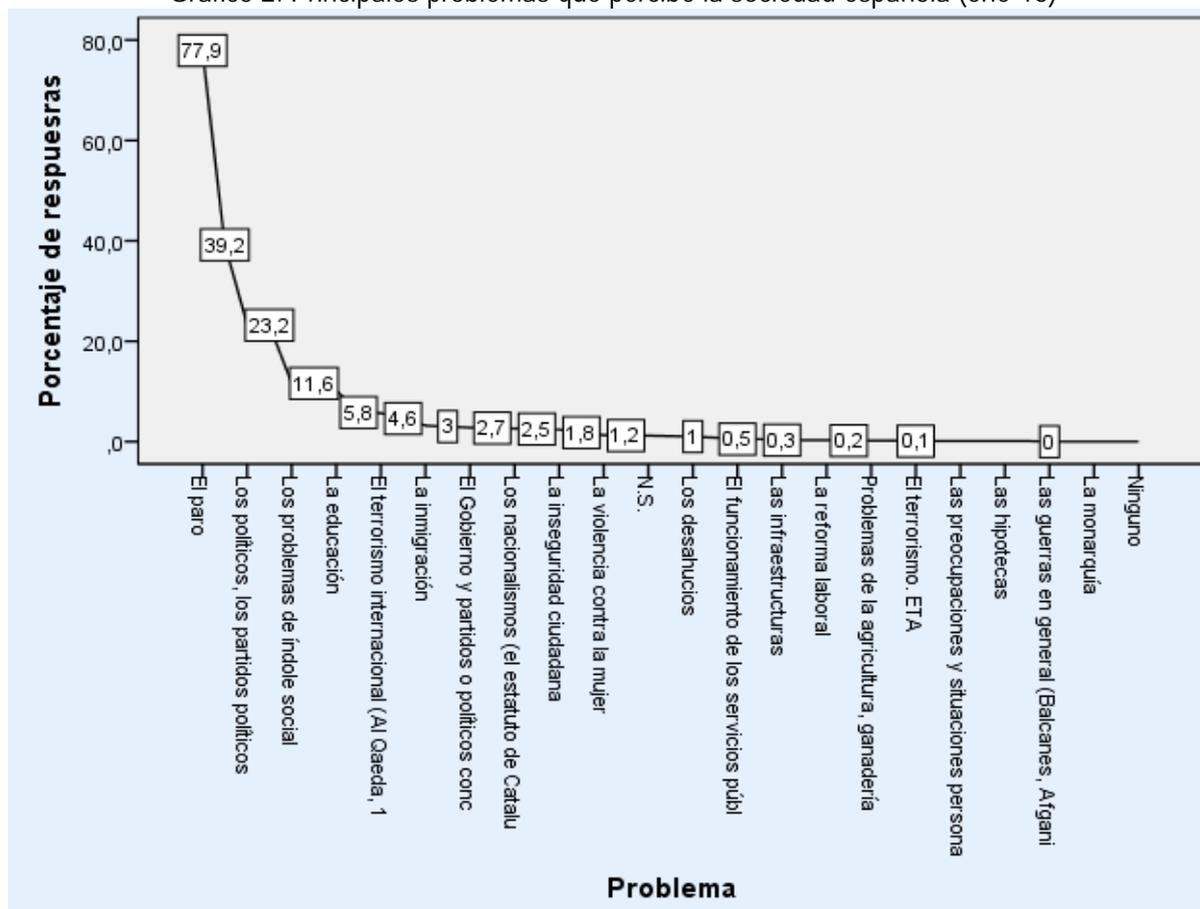
PUESTO	PROBLEMA	% Respuestas
1	El paro	77,9
2	La corrupción y el fraude	39,2
3	Los políticos, los partidos políticos y la política	23,4
4	Los problemas de índole económica	23,2
5	Los problemas de índole social	11,7
6	La sanidad	11,6
7	La educación	10,2
8	Otras respuestas	5,8
9	El terrorismo internacional (Al Qaeda, 11 S y 11 M)	5,7
10	Problemas relacionados con la calidad del empleo	4,6
11	La inmigración	3,2
12	Los recortes	3,0
13	El Gobierno y partidos o políticos concretos	2,8
14	Las pensiones	2,7
15	Los nacionalismos (el estatuto de Cataluña, ...)	2,6
16	Los problemas relacionados con la juventud	2,5
17	La inseguridad ciudadana	2,4
18	La crisis de valores	1,8
19	La violencia contra la mujer	1,3
20	La vivienda	1,2
21	N.S.	1,2
22	La administración de justicia	1,1
23	Los desahucios	1,0
24	Los bancos	0,8
25	El funcionamiento de los servicios públicos	0,5
26	La subida del IVA	0,5
27	Las infraestructuras	0,3
28	Los problemas medioambientales	0,3
29	La reforma laboral	0,3
30	Las drogas	0,2
31	Problemas de la agricultura, ganadería y pesca	0,2
32	N.C.	0,2
33	El terrorismo. ETA	0,1
34	El racismo	0,1
35	Las preocupaciones y situaciones personales	0,1
36	El fraude fiscal	0,1
37	Las hipotecas	0,1

38	Subida de tarifas energéticas	0,1
39	Guerras en general (Balcanes, Afganistan, etc.)	0,0
40	Los problemas relacionados con la mujer	0,0
41	La monarquía	0,0
42	Refugiados/as	0,0
43	Ninguno	0,0
54	(N)	2.496

Fuente: Elaboración a partir de Datos del CIS

En la Tabla 4 se clasifican en orden descendente los problemas que los encuestados consideran que son los más importantes en enero de 2016 cuando se les pide que elijan tres, ocupando *el paro* el primer lugar (77.9%), en segundo lugar *la corrupción y el fraude* (39.2%) y en tercer lugar *los políticos, los partidos y la política española* (23.4%). La *Violencia contra la Mujer* aparece en el puesto 19 con un valor muy bajo (1.3%), situándose por detrás de otros como de *la crisis de valores* (1.8%), *la seguridad ciudadana* (2.4%), *la inmigración* (3.2%) o *el terrorismo internacional* (5.7%). Es decir, sólo un 1.3% de los encuestados considera en Enero de 2016 que la VcM es uno de los tres principales problemas de la sociedad española. Gráficamente, el resultado es el siguiente:

Gráfico 2. Principales problemas que percibe la sociedad española (ene-16)



Fuente: Elaboración a partir de Datos CIS

En el gráfico 3 se puede apreciar la escasa percepción que la sociedad española tiene de la VcM como uno de los problemas más importantes doce años después de entrar en vigor la Ley Integral.

**PUESTO RELATIVO QUE OCUPA EL PROBLEMA VIOLENCIA CONTRA LA MUJER EN LA SOCIEDAD ESPAÑOLA (Sep- 00 / Ene-16)**

A partir del barómetro del CIS, en la siguiente tabla aparecen los datos ordenados por el lugar relativo que alcanza en el *ranking* el problema VcM en el periodo sep 00-ene 16. El resultado es el siguiente:

Tabla 5. Puesto relativo que ocupa el problema VcM en el barómetro (2000-2016)

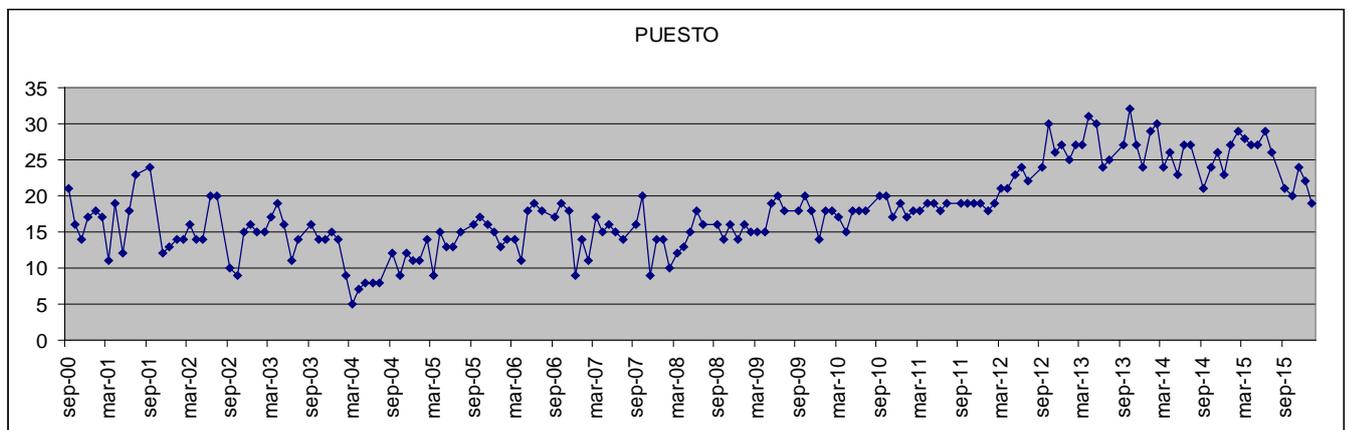
FECHA	PUESTO	FECHA	PUESTO	FECHA	PUESTO	FECHA	PUESTO
mar-04	5	ene-03	15	feb-11	18	abr-14	26
abr-04	7	feb-03	15	mar-11	18	nov-14	26
may-04	8	dic-03	15	jun-11	18	jul-15	26
jun-04	8	abr-05	15	ene-12	18	dic-12	27
jul-04	8	jul-05	15	abr-01	19	feb-13	27
oct-02	9	dic-05	15	abr-03	19	mar-13	27
feb-04	9	abr-07	15	jun-06	19	sep-13	27
oct-04	9	jun-07	15	oct-06	19	nov-13	27
mar-05	9	may-08	15	may-09	19	jun-14	27
dic-06	9	feb-09	15	dic-10	19	jul-14	27
nov-07	9	mar-09	15	abr-11	19	ene-15	27
sep-02	10	abr-09	15	may-11	19	abr-15	27
feb-08	10	abr-10	15	jul-11	19	may-15	27
mar-01	11	oct-00	16	sep-11	19	mar-15	28
jun-03	11	mar-02	16	oct-11	19	ene-14	29
dic-04	11	dic-02	16	nov-11	19	feb-15	29
ene-05	11	may-03	16	dic-11	19	jun-15	29
abr-06	11	sep-03	16	feb-12	19	oct-12	30
feb-07	11	sep-05	16	ene-16	19	may-13	30
may-01	12	nov-05	16	jun-02	20	feb-14	30
nov-01	12	may-07	16	jul-02	20	abr-13	31
sep-04	12	sep-07	16	oct-07	20	oct-13	32
nov-04	12	jul-08	16	jun-09	20		
mar-08	12	sep-08	16	oct-09	20		
dic-01	13	nov-08	16	sep-10	20		
may-05	13	ene-09	16	oct-10	20		
jun-05	13	dic-00	17	oct-15	20		
ene-06	13	feb-01	17	sep-00	21		
abr-08	13	mar-03	17	mar-12	21		
nov-00	14	oct-05	17	abr-12	21		
ene-02	14	sep-06	17	sep-14	21		
feb-02	14	mar-07	17	sep-15	21		
abr-02	14	mar-10	17	jul-12	22		
may-02	14	nov-10	17	dic-15	22		
jul-03	14	ene-11	17	jul-01	23		
oct-03	14	ene-01	18	may-12	23		
nov-03	14	jun-01	18	may-14	23		
ene-04	14	may-06	18	dic-14	23		
feb-05	14	jul-06	18	sep-01	24		

feb-06	14	nov-06	18	jun-12	24
mar-06	14	jun-08	18	sep-12	24
ene-07	14	jul-09	18	jun-13	24
jul-07	14	sep-09	18	dic-13	24
dic-07	14	nov-09	18	mar-14	24
ene-08	14	ene-10	18	oct-14	24
oct-08	14	feb-10	18	nov-15	24
dic-08	14	may-10	18	ene-13	25
dic-09	14	jun-10	18	jul-13	25
nov-02	15	jul-10	18	nov-12	26

Fuente: Elaboración a partir de datos del CIS

En la tabla 5 se observa que siete de los diez mejores resultados obtenidos en cuanto al puesto relativo que ocupa el problema VcM se obtienen en el año 2004. Conviene recordar que en diciembre de dicho año entró en vigor La Ley Integral. Además, los meses en los que el problema VcM ocupa puestos inferiores o iguales al 14 son 48 (de un total de 169). Estos resultados se registran exclusivamente entre el año 2000 y el año 2009. Este dato es muy curioso, ya que la mayor información y conciencia social deberían plasmarse en una mayor sensibilidad y percepción del problema por parte de la sociedad. Sin embargo, en el año 2009 sólo hubo un mes en el que este problema estuviera entre los 14 primeros y, desde entonces hasta la actualidad, siempre ha ocupado puestos peores. Por el contrario, las 22 ocasiones en los que los puestos ocupados han sido los peores se refieren a meses bastante recientes: siete en el año 2015, 6 en el año 2014, 7 en el año 2013 y los dos peores resultados se encuentran en el año 2012, ya que en diciembre este problema ocupaba el puesto 27, llegando a ocupar el puesto 30 en el mes de diciembre de dicho año. Se ven más claramente los anteriores resultados en el gráfico siguiente:

Gráfico 3. Puesto relativo que ocupa el problema VcM en el barómetro (2000-2016)



Fuente: Elaboración a partir de datos CIS

En el gráfico 3 se observa que los resultados del puesto que ocupa el problema VcM no son fuertemente dispares a lo largo de cada año, con alguna excepción: en marzo-2001 el puesto ocupado por VcM era el 11, mientras que en septiembre se descolgaba hasta el puesto 24. Además, se observa una tendencia creciente en el tiempo (es decir, el problema VcM ocupa puestos cada vez peores en el ranking). Es preciso llamar la atención sobre el hecho de que, en este caso, la función creciente significa menor sensibilidad social ante el problema que nos ocupa.

Mientras que en la Tabla 5 se ha analizado el puesto que mensualmente ocupa el problema VcM en el barómetro. En la Tabla siguiente se calcula el **puesto medio** que ocupa cada año VcM.

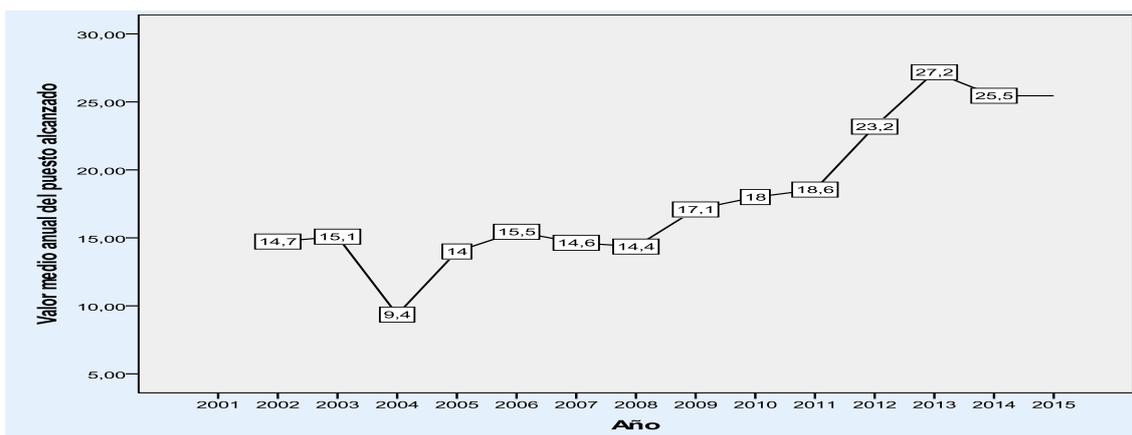
Tabla 6. Puesto anual medio que ocupa VcM en el barómetro

Año	Puesto Anual Medio
2001	15,18
2002	14,73
2003	15,09
2004	9,36
2005	14,00
2006	15,45
2007	14,64
2008	14,36
2009	17,09
2010	18,00
2011	18,55
2012	23,18
2013	27,18
2014	25,45
2015	25,45

Fuente: Elaboración a partir de datos CIS

En la tabla 6 se observa que la tendencia es claramente de creciente hasta 2013, con una leve mejoría durante 2014 y 2015 (valor medio más bajo del puesto ocupado por VcM) y con la excepción del año 2004, en el que se produce un notable aumento de la sensibilidad social hacia la VcM, lo cual se refleja en un valor medio inferior del puesto ocupado por este problema. Se puede observar claramente dicha evolución en el siguiente gráfico:

Gráfico 4. Puesto anual medio que ocupa VcM (2001-2015)



Fuente: Elaboración a partir de datos del CIS

## PORCENTAJE DE ENCUESTADOS QUE CONSIDERAN LA VcM ENTRE LOS TRES PRINCIPALES PROBLEMAS (sep 00/ene-16)

A continuación se analiza la variación experimentada en el porcentaje de encuestados que señalan que la VcM es uno de los tres principales problemas de la sociedad española en el periodo Septiembre 2000-Enero 2016. Los datos del barómetro del CIS se ordenan en función de dicho porcentaje. El resultado es el siguiente:

Tabla 7. % encuestados que consideran VcM entre los tres principales problemas (sep 00/ene-16)

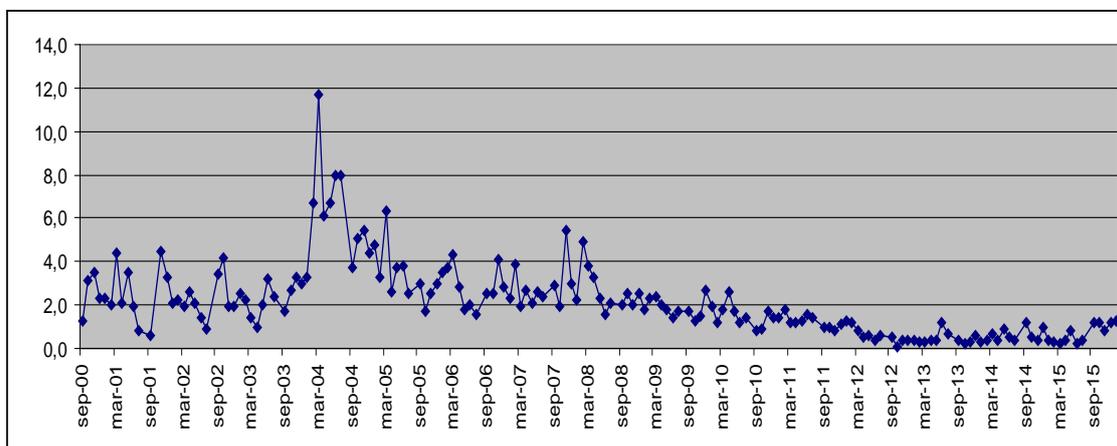
FECHA	%	FECHA	%	FECHA	%	FECHA	%	FECHA	%	FECHA	%
mar-04	11,7	nov-03	3,3	mar-09	2,4	may-09	1,8	feb-12	1,2	oct-14	0,5
jun-04	8,0	ene-04	3,3	dic-00	2,3	mar-10	1,8	jun-13	1,2	jun-12	0,4
jul-04	8,0	feb-05	3,3	ene-01	2,3	feb-11	1,8	sep-14	1,2	nov-12	0,4
feb-04	6,7	abr-08	3,3	ene-07	2,3	sep-03	1,7	sep-15	1,2	dic-12	0,4
may-04	6,7	jun-03	3,2	may-08	2,3	oct-05	1,7	oct-15	1,2	ene-13	0,4
mar-05	6,3	oct-00	3,1	feb-09	2,3	jul-09	1,7	dic-15	1,2	abr-13	0,4
abr-04	6,1	dic-03	3,0	feb-02	2,2	sep-09	1,7	dic-11	1,1	may-13	0,4
nov-04	5,4	sep-05	3,0	feb-03	2,2	may-10	1,7	abr-03	1,0	sep-13	0,4
nov-07	5,4	dic-05	3,0	ene-08	2,2	nov-10	1,7	sep-11	1,0	feb-14	0,4
oct-04	5,1	dic-07	3,0	abr-01	2,1	jul-06	1,6	oct-11	1,0	abr-14	0,4
feb-08	4,9	sep-07	2,9	ene-02	2,1	jun-08	1,6	dic-14	1,0	jul-14	0,4
ene-05	4,8	abr-06	2,8	may-02	2,1	jun-11	1,6	jul-02	0,9	nov-14	0,4
nov-01	4,5	dic-06	2,8	may-07	2,1	nov-09	1,5	oct-10	0,9	ene-15	0,4
mar-01	4,4	oct-03	2,7	jul-08	2,1	jun-02	1,4	may-14	0,9	abr-15	0,4
dic-04	4,4	abr-07	2,7	feb-01	2,0	mar-03	1,4	jul-01	0,8	jul-15	0,4
mar-06	4,3	dic-09	2,7	may-03	2,0	jun-09	1,4	sep-10	0,8	feb-13	0,3
oct-02	4,2	abr-02	2,6	jun-06	2,0	jul-10	1,4	nov-11	0,8	mar-13	0,3
nov-06	4,1	abr-05	2,6	sep-08	2,0	dic-10	1,4	mar-12	0,8	nov-13	0,3
feb-07	3,9	jun-07	2,6	nov-08	2,0	ene-11	1,4	may-15	0,8	ene-14	0,3
jun-05	3,8	abr-10	2,6	abr-09	2,0	jul-11	1,4	nov-15	0,8	feb-15	0,3
mar-08	3,8	ene-03	2,5	jun-01	1,9	sep-00	1,3	jul-13	0,7	oct-13	0,2
sep-04	3,7	jul-05	2,5	mar-02	1,9	oct-09	1,3	mar-14	0,7	mar-15	0,2
may-05	3,7	nov-05	2,5	nov-02	1,9	may-11	1,3	sep-01	0,6	jun-15	0,2
feb-06	3,7	sep-06	2,5	dic-02	1,9	ene-12	1,3	may-12	0,6	oct-12	0,1
nov-00	3,5	oct-06	2,5	mar-07	1,9	ene-16	1,3	jul-12	0,6		
may-01	3,5	oct-08	2,5	oct-07	1,9	feb-10	1,2	dic-13	0,6		
ene-06	3,5	dic-08	2,5	ene-10	1,9	jun-10	1,2	abr-12	0,5		
sep-02	3,4	jul-03	2,4	may-06	1,8	mar-11	1,2	sep-12	0,5		
dic-01	3,3	jul-07	2,4	ene-09	1,8	abr-11	1,2	jun-14	0,5		

Fuente: Elaboración a partir de Datos del CIS

Únicamente en 10 meses de los 169 analizados, **más de un 5%** de los encuestados percibe la VcM entre los tres principales problemas de la sociedad (marcados en verde en la tabla 7). Ocho de esos meses se corresponden con el año 2004, uno con 2005 y uno más, con 2007. El mes en el que mayor porcentaje de encuestados ha percibido dicho problema entre los tres principales fue en marzo de 2004, hasta un total del 11.7%.

Sin embargo, el número de meses en los que este porcentaje está **por debajo del 1%** es un total de 42 (marcados en rojo en la Tabla 7). El resultado más decepcionante se registró en octubre de 2012, donde únicamente un 0.1% de los encuestados señaló la VcM entre los tres principales problemas de la sociedad. Los resultados anteriores se representan en el siguiente gráfico:

Gráfico 5. % encuestados que consideran VcM entre los tres principales problemas (sep 00/ene-16)



Fuente: Elaboración a partir de Datos CIS

En el gráfico 5 se observa una mayor sensibilidad en el año 2004, debido al debate social generado con motivo de la elaboración de la Ley Integral, que aumentó la percepción social de la VcM. También se aprecia una tendencia anual en la respuesta, por lo que no hay fuertes disparidades excepto en el año 2012, donde el porcentaje oscila desde el 1.4% alcanzado en enero hasta el 0.1% registrado en octubre. En la tabla siguiente se muestra el **porcentaje medio anual** de encuestados que han percibido la VcM como uno de los tres principales problemas de la sociedad, así como su tasa de crecimiento.

Tabla 8. % medio anual que considera VcM entre los tres principales problemas. TC del % (2001-2015)

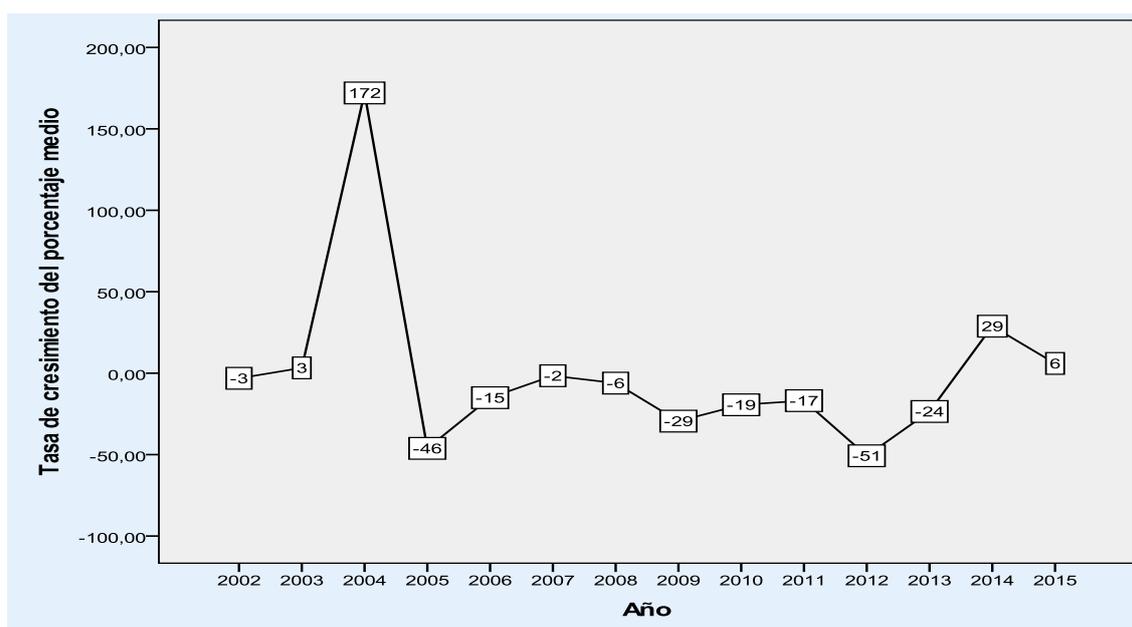
Año	% medio	TC del % medio que consideran VcM entre los 3 problemas
2001	2,31	-
2002	2,24	-3,15
2003	2,31	3,25
2004	6,28	172,05
2005	3,38	-46,16
2006	2,87	-15,05
2007	2,83	-1,58
2008	2,65	-6,11
2009	1,87	-29,45
2010	1,51	-19,42
2011	1,25	-16,87
2012	0,62	-50,72
2013	0,47	-23,53
2014	0,61	28,85
2015	0,65	5,97

Fuente: Elaboración a partir de Datos CIS

En la tabla anterior se observa que en el año 2003 el porcentaje medio de encuestados que perciben como uno de los tres principales problemas la VcM alcanza un valor de 6.28%, siendo éste el valor más alto en el periodo considerado. Mientras que en el año 2015, dicho porcentaje se reduce a un 0.47%. La evolución, paradójicamente, es inversa al mayor nivel de información, que debería corresponderse con un mayor grado de sensibilización y concienciación del problema.

En cuanto a la evolución de la tasa de crecimiento del valor medio de los encuestados que consideran la VcM como uno de los tres principales problemas se aprecian fuertes alteraciones, que quedan reflejadas en el siguiente gráfico.

Gráfico 6. TC porcentaje medio anual que considera VcM entre los tres principales problemas (01-15)



Fuente: Elaboración a partir de Datos CIS

El nivel de información debería conllevar la sensibilización y la concienciación hacia los problemas de la sociedad. Esto explica que en el año 2004, año de la elaboración y aprobación de la Ley Integral, se aprecie un espectacular crecimiento del 172% que viene explicado por la mayor información, comunicación y debate social en torno al problema. La VcM pasó de ser una cuestión prácticamente privada a tener una dimensión pública y notoria. Sin embargo, a partir de ahí, la tendencia no es estable. Si la sociedad está cada vez más informada y sensibilizada, la tasa de crecimiento de la percepción de dicho problema debería ser siempre creciente. Sin embargo, en el año siguiente al de la aprobación de la Ley Integral, 2005, la tasa de crecimiento de esta sensibilidad disminuyó en un brusco 46.16%, presentando tasas de crecimiento negativas hasta el año 2014, que vuelve a tener valores positivos y elevados (28.85%).

Finalmente, a partir de las tablas 1, 6 y 8 se elabora la siguiente Tabla-Resumen:

Tabla 9. Víctimas mortales por VcM (VMpor VcM); % medio anual que consideran VcM entre los tres principales problemas (Vmedioanual) y puesto anual medio ocupado por VcM (PorcMedio) (2001-2015)

Año	Víctimas mortales por VcM	Puesto medio anual alcanzado por la VcM en el barómetro	% medio anual de encuestados que consideran la VcM entre los tres principales problemas
2001	50	15,18	2,31
2002	54	14,73	2,24
2003	71	15,09	2,31
2004	72	9,36	6,28
2005	57	14,00	3,38
2006	69	15,45	2,87
2007	71	14,64	2,83
2008	76	14,36	2,65
2009	56	17,09	1,87
2010	73	18,00	1,51
2011	61	18,55	1,25
2012	52	23,18	0,62
2013	54	27,18	0,47
2014	54	25,45	0,61
2015	60	25,45	0,65

Fuente: Elaboración a partir de Datos del IM, Deleg. Gob. VG y del CIS

La relación entre ambas funciones, y entre cada una de ellas y los años (variable creciente), se analiza mediante el cálculo, interpretación y el correspondiente contraste de hipótesis de los correspondientes coeficientes de correlación de Pearson. La tabla que sigue muestra sus valores, el número de parejas para cada caso y los p-valores de los contrastes cuya hipótesis nula es la ausencia de correlación:

Tabla 10. Coeficientes de correlación de Pearson

Correlaciones		2001 al 2015	Víctimas mortales por VcM	Puesto Anual Medio que ocupa VcM	% medio anual que consideran VcM entre los tres problemas.
Año	r de Pearson		-0,160	<b>0,847**</b>	<b>- 0,680**</b>
	<b>p-valor</b>		0,569	0,00	0,005
Víctimas mortales por VcM	r de Pearson			-0,504	0,491
	<b>p-valor</b>			0,056	0,063
Valor Medio Anual del Puesto alcanzado por VcM en el barómetro	r de Pearson				<b>-0,877**</b>
	<b>p-valor</b>				0,000
% medio anual que considera VcM entre los tres problemas.	r de Pearson				
	<b>p-valor</b>				
** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).					

Fuente: Elaboración a partir de datos IM, Deleg. Gob. VG y del CIS

Se han encontrado las siguientes correlaciones significativas con un nivel de confianza del 99%:

- $r = 0,447 > 0$ , conforme han ido pasando los años del presente siglo, ha aumentado significativamente el Puesto Medio Anual alcanzado por VcM en el barómetro. (Recordemos que, en este caso, la función creciente significa menor sensibilidad social ante el problema que nos ocupa).
- $r = -0,680 < 0$ , con el mismo nivel de confianza, ha ido disminuyendo significativamente el porcentaje medio anual de encuestados que consideran la VcM entre los tres principales problemas.
- $r = -0,877 < 0$ , En este mismo periodo de tiempo, 15 años, conforme ha ido aumentando el Valor Medio Anual del Puesto alcanzado por la VcM en el barómetro, ha disminuido significativamente el porcentaje medio anual

Del análisis anterior se deduce que la sensibilidad social frente a la VcM es escasa, inconstante y muy sujeta por el momento a factores coyunturales.

## CONCLUSIONES

Existe una gran divergencia entre la magnitud del problema *la Violencia contra la Mujer* y su percepción en la sociedad española. Aunque la sensibilización social hacia este problema ha aumentado, está lejos de alcanzar unos niveles aceptables. Pese a que la sociedad está cada vez más sensibilizada contra el sexismo y sus estereotipos, el porcentaje de población que percibe la Violencia contra la Mujer como uno de los tres principales problemas sigue siendo muy pobre, aún en los meses donde las estadísticas alcanzan los mejores resultados.

La mayor sensibilización y concienciación coincide con los meses de mayor información y debate social. Cuando el debate social aumenta, existe un reflejo automático en la percepción de los españoles de la Violencia contra la Mujer como problema, mientras que cuando dicho debate se mitiga, se manifiesta en un nuevo descenso de la sensibilidad social. Aunque el paso del tiempo debería materializarse en un poso cultural que mostrara una mayor sensibilización hacia el problema VcM, los 22 peores puestos ocupados en el Barómetro del CIS por este problema han sido bastante recientes: siete veces en el año 2015, 6 veces en el año 2014, 7 veces en el año 2013 y los dos peores resultados en el año 2012.

En los últimos 15 años, conforme ha ido aumentando el Puesto Medio Anual alcanzado por VcM en el barómetro (es decir, puestos cada vez peores en el ranking), ha disminuido significativamente el porcentaje medio anual de encuestados que consideran VcM entre los tres principales problemas. Del análisis anterior se deduce que la sensibilidad social en España frente a la Violencia contra la Mujer es escasa, inconstante y muy sujeta de momento a factores coyunturales.

Si, tal como prevé el Plan nacional de sensibilización y prevención de la Violencia de Género, una mayor sensibilización debería contribuir a generar una nueva actitud ante la VcM, ese objetivo está lejos de conseguirse. De donde se desprende que las actuales acciones de Información, Educación y Comunicación no son suficientes. Es preciso mejorar alguna o varias de las acciones y técnicas que hacen que el mensaje sea eficaz, para conseguir que penetre en la conciencia de la sociedad y que llegue a cambiar las creencias sociales.

## BIBLIOGRAFÍA

- Aizer, A. (2007): "Wages, Violence and Health in the Household", *NBER Working Paper*, nº 13494, Issued in October (1-55)
- Banchs, M. (1996): "Violencia de género", *Revista venezolana de análisis de coyuntura*, vol II, nº 2, Caracas (1-23)
- Beerli, A. y Martín, J.D. (1999): *Técnicas de medición de la eficacia publicitaria*, Ariel Economía, Barcelona.
- Bennett, P., Kendall, A. and Mcdougall, J. (2011): *After the Media: Culture and Identity in the 21st Century*, Routledge, London and New York.
- Bosch-Fiol, E. y Ferrer-Pérez, A. (2012): "Nuevo mapa de los mitos sobre la violencia de género en el siglo XXI", *Psicothema*, Vol. 24, nº 4. Oviedo, (548-554)
- Calandria, C. y Ramos, M. (2012): "Campañas en televisión contra la violencia de género del Ministerio de Sanidad, Política social e Igualdad (2008-2011). Análisis de Contenidos previo al estudio de Recepción", *Revista de Comunicación Vivat Academia*, Dic, (17-30)
- Carey, H. F. (2001): "Women and Peace and Security: the Politics of Implementing Gender Sensitivity norms in Peacekeeping", *International Peacekeeping* 8(2) (49-61)
- Comisión De Publicidad Y Comunicación Institucional Del Ministerio De La Presidencia (2015):
- o *Plan 2007 de Publicidad y Comunicación Institucional.*
  - o *Plan 2008 de Publicidad y Comunicación Institucional.*
  - o *Plan 2009 de Publicidad y Comunicación Institucional.*
  - o *Plan 2010 de Publicidad y Comunicación Institucional.*
  - o *Plan 2011 de Publicidad y Comunicación Institucional.*
  - o *Plan 2012 de Publicidad y Comunicación Institucional.*
  - o *Plan 2013 de Publicidad y Comunicación Institucional.*
  - o *Plan 2014 de Publicidad y Comunicación Institucional.*
  - o *Plan 2015 de Publicidad y Comunicación Institucional.*
- Consejo Asesor Del Observatorio Regional De La Violencia De Género De La Comunidad De Madrid (2007): *Informe al primer Informe Anual del Observatorio Estatal de Violencia sobre la Mujer adscrito al Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales*, Madrid.
- De Miguel, A. (2005): "La construcción de un marco feminista de interpretación: la violencia de género", *Cuadernos de Trabajo Social*, vol 18, Universidad Complutense, Madrid, pp. 231-248.
- Ebbinghaus, H. (1985): *Extended logics: The general framework*, en Barwise-Feferman, J. (1985): *Model Theoretic-Logics*, Springer-Verlag (25-76)
- Expósito, F. y Moya, M. (2011): "Violencia de género", *Mente y cerebro*, nº 48 (20-25)
- Garcés, M. P. (2004): "La repetición: formas y funciones en el discurso oral", *Español actual*, nº 66 (53-62)
- Fawole, O. I. (2008): "Economic Violence To Women and Girls, is it receiving the necessary attention?", *Trauma, Violence, & Abuse*, 07/2008, Nº 9, pp. 167-177.
- Gauntlett, D. (2008): *Media, Gender and Identity: An Introduction*, Routledge, London and New York.
- Gelles, R. J.:
- o (1980): "Violence in the family: a review of research in the seventies", *Journal of marriage and the family*, 42 (873-885)
  - o (1993): "Family violence", en R. L. Hampton, y T.P. Gullota (eds) *Family violence. Prevention and treatment*, Londres, Newbury Park: Sage Publications, pp. 1-24.
  - o (1997) *Intimate Violence in Families*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Instituto de la Mujer (2002): *La violencia contra las mujeres*, Madrid.
- Kohlman, S. et al (2014): "Contribution of Media to the Normalization and Perpetuation of Domestic Violence", *Journal of Psychiatry and Behavioral Sciences*, Austin, EEUU (01-05)
- Kotler, P. (1973): *Dirección de mercadotecnia: análisis, planeación y control*, ed. Diana, México.
- León, J.L. (2009): *Persuasión Pública*. Universidad del País Vasco, Bilbao.

Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de *Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género*.

Larrauri, E. (2007): *Criminología crítica y violencia de género*, Trotta, Madrid.

MINISTERIO DE SANIDAD, SERVICIOS SOCIALES E IGUALDAD:

- o (2007): *Plan nacional de sensibilización y prevención de la Violencia de Género*, Centro de Publicaciones, Madrid.
- o (2013): *Estrategia Nacional para la Erradicación de la Violencia contra la Mujer (2013-2016)*, Centro de Publicaciones, Madrid.

Naredo, M. (2009): *Aproximación al Gasto Público en medidas contra la violencia de género en el ámbito de las relaciones de pareja o expareja*, IEF, Serie Documentos, DOC nº 10/09, Madrid.

Pallarés, M. (2012): *Reflexiones sobre la relación de pareja y la violencia contra las mujeres*, Marge Books, Barcelona.

Papí-Galvez, N. y Cambroner-Sáiz, B. (2001): "Acciones públicas de sensibilización de género. El esfuerzo de la administración regional y local en comunicación publicitaria (1999-2007)", *Pensar en la publicidad*, vol 5, nº 2 (181-203)

Paz, C.; Vázquez, R. y Santos, L. (2000): *Publicidad y eficacia publicitaria: influencia de la posición, repetición y estilos publicitarios en la eficacia de los anuncios publicitarios entre los jóvenes*, Universidad de Oviedo.

Peters & Basow, S.A. (2008): *Gender: Stereotypes and roles*, Thomson Brooks/Cole Publishing Co Gender: Stereotypes and roles (3rd ed.), Belmont, CA, US.

Potter, A. (2008): *Gender Sensitivity: nicety or necessity in peace-process management?*, The Oslo Forum Network of Mediators.

Zajonc, R. (1968): "Attitudinal effects of mere exposure", *Journal of Personality and Social Psychology*, Monograph Supplement, 9, (1-27)