

8 más 3: hoy también es #ochodemarzo

- Tras 15 años consecutivos analizando la presencia de las mujeres en los informativos de las tv públicas andaluzas, los informes del Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA) evidencian la persistencia aún de una brecha de género significativa
- Aunque se destaca una progresiva mejoría de la representación femenina en los informativos andaluces, la representación sigue siendo desigual en la mayoría de los temas y roles.

Andalucía, 11 de marzo de 2025. El Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA) celebra en 2025 sus **20 años de funcionamiento** y por ello se centra en el valor diacrónico de uno de sus informes más destacados, que viene realizándose desde el año 2009: el ***Informe sobre el Tiempo de Palabra Hombre-Mujer en los Informativos de las Televisiones Públicas Andaluzas.***

La comunicación oficial del Consejo Audiovisual de Andalucía este martes 11 de marzo como celebración del 8-M es absolutamente intencionada. A sabiendas de que los porcentajes de presencia de la mujer en los medios se producen en torno al 8-M y, sobre todo, dolorosamente en torno al día 25 de noviembre contra la Violencia de género, el CAA hace suya la petición de muchas mujeres de no circunscribir sólo a los días señalados las informaciones sobre la Igualdad de género. Más allá de la celebración del 8-M, Día Internacional de la Mujer, el CAA tiene recogida en la Ley 1/2004 de creación del Consejo Audiovisual de Andalucía, en el artículo 3.2, *que impulsará los valores de tolerancia, igualdad, solidaridad y respeto a la dignidad humana*. Es por esto que este órgano vela por promover la igualdad en materia audiovisual.

Este informe tiene como objetivo el análisis estadístico de la distribución del tiempo de palabra entre hombres y mujeres en los informativos de las cadenas públicas andaluzas, y los resultados de su elaboración anual cubren ya el periodo 2009-2023. Se basa en el estudio de **más de 2 millones de intervenciones** con una duración total de **11.300 horas**, incluyendo los informativos de La 1 (desconexión Andalucía), Canal Sur TV, Canal Sur 2 y Andalucía TV, así como de una veintena de televisiones locales. Además, se estudia tanto el número de intervenciones como la duración de las mismas, considerando diferentes roles asumidos y en qué ámbitos y temas.

Intervenciones femeninas al alza

En el período 2009-2023, los hombres han protagonizado 2 de cada 3 tiempos de palabra en los informativos, 67,5% frente al 32,5% en que han sido protagonistas las mujeres. Sin embargo, cuando analizamos lo ocurrido en uno de los últimos años de la serie, el año 2023, el porcentaje de intervenciones femeninas es ya del 40,6%, lo que supone una cifra récord, convirtiéndose en la cifra más alta en todo el periodo estudiado, además de mantenerse la tendencia al alza iniciada en los años anteriores, donde comprobamos un crecimiento interanual del 2% aproximadamente.

En cuanto a la duración de los tiempos de palabra, en 2023 los hombres ocupan el 60,3% (63,2% en 2022) y las mujeres el 39,7% (36,8% en 2022), lo que significa también el mayor porcentaje femenino de toda la serie histórica y un **incremento de 3 puntos respecto al año anterior**, que era hasta ahora también el máximo histórico. Este aumento se ha dado en los prestadores autonómicos y locales, mientras que en las desconexiones provinciales se ha producido un leve descenso.

Respecto a todo el periodo 2009 -2023, los hombres han ocupado el 68,5% de la duración de sus intervenciones, frente al 31,5% de las mujeres.

Crece la presencia de la mujer en campos muy masculinizados

En toda la serie 2009 - 2023 se aprecia que los tiempos femeninos tienen un mayor porcentaje en las noticias de educación (48%), sociedad (39,7%) y sanidad (38,6%). Conflictos sociales (35,2%), crónica política (32,3%), arte y cultura (31,7%), o sucesos (31,7%) son otras secciones donde el tiempo de palabra femenino supera el promedio general del 31,5%.

Por contra, son temáticas con tiempos de palabra marcadamente masculinas la información deportiva (91,8%), meteorológica (78,7%), de política internacional (75,6%), o de ciencia y tecnología (75%).

Sin embargo, cuando nos fijamos en el año 2023 encontramos algunas variaciones importantes, como una amplia mayor presencia femenina en temas como tráfico y transportes (40,5% frente al 26,7% anterior), trabajo y mercado laboral (40% frente a 29,2%), economía y negocios (43,1% frente a 30,9%), o la propia información deportiva, donde el todavía exiguo 17,7% femenino de 2023 es, no obstante, más del doble ya del promedio para toda la serie histórica. En los últimos años se aprecia un cambio interesante: una presencia femenina considerablemente más amplia en campos hasta ahora muy masculinizados.

Roles ocupados

En el ámbito político institucional las mujeres alcanzaron un 39,9% del tiempo de palabra, mientras que en los roles no políticos el predominio masculino sigue siendo abrumador (73,6%). Destaca, por último, la creciente presencia femenina en ámbitos tradicionalmente dominados por hombres, como el judicial y el bélico.

Para más información:

Ana Millán Muñoz
Responsable de Comunicación
Tfno. 600 955 880
ana.millan.munoz@juntadeandalucia.com
<https://consejoaudiovisualdeandalucia.es/>
@CaudiovisualAnd