

El Consejo Audiovisual de Andalucía constata el máximo histórico de presencia femenina en los informativos, aunque persisten desequilibrios en los tiempos de palabra

- Así lo recoge el último informe sobre ‘La distribución de hombres y mujeres en los tiempos de palabra en los informativos de las televisiones públicas andaluzas’.
- Han sido analizados más de 2,2 millones de intervenciones, con una duración acumulada cercana a las 13.000 horas correspondientes a los informativos emitidos entre 2015 y 2025

Andalucía. 31 de julio de 2026. El Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA) ha constatado que la presencia de las mujeres en los informativos de las televisiones públicas andaluzas alcanzó en 2025 su nivel más alto desde que el organismo comenzó a realizar este estudio en 2009. Las intervenciones femeninas representaron el 41% del total, frente al 40,2% registrado el año anterior, consolidando la tendencia de crecimiento de la última década, si bien los hombres continúan siendo mayoritarios en el conjunto de los tiempos de palabra.

El informe anual sobre ‘La distribución entre hombres y mujeres de los tiempos de palabra’ analiza más de 2,2 millones de intervenciones, con una duración acumulada cercana a las 13.000 horas, correspondientes a los informativos emitidos entre 2015 y 2025 por RTVA, RTVE Andalucía y las televisiones locales públicas andaluzas.

Pese al avance registrado en 2025, el estudio refleja que la representación continúa siendo desigual. En el conjunto del periodo analizado (2015-2025), los hombres protagonizan el 63,9% de las intervenciones frente al 36,1% de las mujeres. En cuanto al tiempo efectivo de palabra, la presencia femenina alcanza el 40% en 2025, mientras que la masculina representa el 59,9%.

El análisis también pone de manifiesto importantes diferencias según los operadores. Fuengirola TV (52,1%), Onda Jerez (48,5%) y Écija Comarca TV (48,3%) son las cadenas con mayor porcentaje de tiempo de palabra femenino durante 2025. En el extremo contrario se sitúan las desconexiones provinciales de Canal Sur y Canal Málaga, que presentan los porcentajes más bajos de presencia femenina.

Sigue siendo insuficiente la presencia de voces femeninas expertas

Por áreas temáticas, la representación de mujeres sigue concentrándose principalmente en noticias relacionadas con educación, sanidad, sociedad y otras

informaciones, mientras que la presencia masculina continúa siendo claramente predominante en deportes, política internacional o información meteorológica. El informe destaca asimismo que únicamente diez de los cien principales asuntos de actualidad presentan un predominio del tiempo de palabra femenino.

Respecto a los roles desempeñados por las personas que intervienen en las noticias, el mayor equilibrio se registra en los cargos políticos institucionales, mientras que la presencia femenina continúa siendo reducida entre las personas expertas: solo el 31,5% de quienes intervienen como especialistas son mujeres.

Decisiones del Pleno

Tanto el estudio como la decisión fueron aprobadas por mayoría en el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía. El acuerdo contó con varios votos particulares formulados por consejeros que, si bien compartían el interés y la relevancia del informe, expresaron discrepancias sobre el contenido y el alcance de la resolución aprobada por el Consejo.

En cuanto a las conclusiones, el Pleno aprobó por mayoría cuatro acuerdos. En primer lugar, valoró los avances registrados por los prestadores públicos andaluces, al considerar que el porcentaje de intervenciones femeninas alcanzado en 2025 constituye el más elevado de toda la serie histórica. Asimismo, recordó a los medios de comunicación su responsabilidad como agentes de cambio social y los animó a seguir impulsando una representación más equilibrada entre mujeres y hombres. El Consejo también instó a los operadores audiovisuales a adoptar medidas que contribuyan a romper la masculinización y feminización de determinadas temáticas informativas y a incrementar la presencia de mujeres expertas, con el objetivo de evitar la perpetuación de estereotipos de género. Finalmente, acordó remitir tanto la decisión como el informe a los grupos políticos del Parlamento de Andalucía y a todos los prestadores audiovisuales analizados para que puedan incorporar las medidas correctoras que estimen oportunas.

Para más información:

Ana Millán Muñoz

Responsable de Comunicación

📞 600 955 880

💻 www.consejoaudiovisualdeandalucia.es

✉️ ana.millan.munoz@juntadeandalucia.es

👉 @CaudiovisualAnd