

5 de marzo de 2026

NOTA DE PRENSA

Los puntos débiles en la paridad de los medios: la información deportiva, la económica y la política, los tertulianos recurrentes y las mujeres de más de 50 años

- **En el informe anual que elabora el CAC con motivo del 8M se muestran cuáles son los aspectos que impiden conseguir una presencia paritaria de las mujeres en las radios y las televisiones**
- **La vicepresidenta del CAC y responsable del ámbito de género, Laura Pinyol, dice que “estamos lejos de la paridad en los informativos donde el esfuerzo por la representación de las mujeres parece haber pisado el freno”**
- **La presencia de las mujeres se mantiene como minoritaria en el conjunto de la programación de todos los medios analizados, con la excepción del SX3, con un 57,9% de mujeres**

En el informe anual del Consejo del Audiovisual de Cataluña (CAC) sobre la presencia de las mujeres en las radios y televisiones principales se muestra que hay un cierto estancamiento en cuanto a su presencia en la programación e identifica cuáles son los puntos concretos que frenan la igualdad hombre-mujer: la información deportiva, la económica y la política, los tertulianos masculinos recurrentes y la invisibilización de las mujeres de más de 50 años en los equipos de programas informativos.

Se trata del informe *Les dones en els mitjans lineals: presència i discurs. Any 2025*, que fue aprobado ayer, 4 de marzo, en el Pleno del Consejo. Aunque el Consejo elabora desde hace 20 años informes sobre la presencia de la mujer, en este caso se trata de la segunda entrega de un nuevo formato, con periodicidad anual, que se presenta con motivo del Día Internacional de las Mujeres (8 de marzo).

En el informe se analizan los siguientes medios: TV3, 33, SX3, Esport3, TVE Catalunya, La2Cat, betevé, Catalunya Ràdio y RAC1. El Consejo ha analizado

la totalidad de la programación del año 2025 (información y programas, pero no la publicidad).

La vicepresidenta y responsable del ámbito de género del CAC, **Laura Pinyol**, ha dicho: “Además de felicitar las direcciones de programas por haber asumido la paridad técnica en las tertulias, donde la decisión de repartir representación entre hombres y mujeres tiene un efecto directo e inmediato, no podemos dar por buenos unos resultados que en la información general deja la paridad muy lejos de la deseada con el estancamiento en torno a un 35% cuando se recogen voces autorizadas o profesionales”.

“Seguimos viendo que en la mayoría de medios las mujeres siguen siendo muy mayoritarias cuando sólo son voces ocasionales, es decir, testigos o víctimas que refuerzan el papel pasivo y circunstancial en las noticias de carácter general. Parece que el interés y la exigencia por las mujeres haya pisado el freno”, ha añadido.

La principal conclusión del estudio del CAC es que la presencia global de las mujeres sigue siendo minoritaria en la programación de dichos medios, con la excepción del canal infantil y juvenil SX3, donde se registró un 57,9% de presencia de mujeres. Para el resto de medios, la presencia de las mujeres estuvo en torno al 40%. En TV3, el canal con más audiencia, se situó en el 36,9%. La cifra más baja para un canal generalista correspondió a RAC1, con un 28,0% de mujeres en el conjunto de la programación, mientras que la cifra absoluta más baja (de medios generalistas y especializados) la presentó el canal Esport3, con el 21,5%.

La visibilidad de las mujeres no fue homogénea en el conjunto de la programación: hubo una brecha en los informativos y en los deportes, mientras que las cifras de presencia de las mujeres mejoraron relativamente en los formatos de entretenimiento.

Así, pues, se constata que uno de los puntos débiles para la paridad fue la información. En todos los medios se observa un retroceso de las cifras concretas de la información en relación con el conjunto de la programación. La presencia de las mujeres en la información se situó entre el 26,4% de RAC1 y el 37,7% de TVE Catalunya.

La programación deportiva se mantuvo, pese a los avances de los últimos años, como el polo principal de desigualdad.

En las tertulias de actualidad política y social se alcanzaron márgenes paritarios, donde destacó positivamente betevé, con el 49% de mujeres. Pero, al mismo

tiempo, en el informe se identificó un sesgo con el núcleo recurrente de las personas que participan en ellas, que estaba, en general, masculinizado. Es decir, un análisis más detallado de las 10 personas tertulianas más reclamadas a lo largo del año por cada medio permite ver que las mujeres únicamente representaron en torno al 30% de las personas tertulianas consolidadas y, por lo tanto, los hombres aparecieron con una imagen de mayor solvencia. La excepción fue Catalunya Ràdio, donde las mujeres y los hombres del núcleo recurrente de las tertulias tuvieron el mismo peso.

En cuanto a los equipos de programas —la distribución entre hombres y mujeres que aparecen en pantalla con respecto a la televisión o en antena con respecto a la radio—, los resultados son diversos: un grupo principal de medios (TV3, SX3, TVE Catalunya, La2Cat y betevé) apostó por configurar sus equipos profesionales que se muestran públicamente de forma paritaria o incluso superior en favor de las mujeres, como es el caso de TVE Catalunya, donde el 70,4% de los profesionales fueron mujeres.

En cambio, el resto de medios hicieron una selección de personal menos ambiciosa en cuanto a la paridad. Catalunya Ràdio tuvo un 33,6% de mujeres profesionales que salen por antena, el 33 tuvo un 20,8% de mujeres en pantalla, RAC1 registró un 20,6% y, por último, Esport3 contó con el 15,5%.

Papel de las mujeres: se mantiene el estereotipo de la salud y la educación

En el informe se analiza también en función de qué perfil intervienen los hombres y las mujeres en el conjunto de la programación, con el fin de comprobar si existe una desigualdad estructural. Veámoslo, de forma separada para los informativos y para el resto de la programación.

En primer lugar, en cuanto a los informativos, se constata que las mujeres fueron mayoritarias en la salud y la educación, que son ámbitos que tradicionalmente se han abordado desde una óptica feminizada y que refuerzan el estereotipo de las mujeres como personas destinadas a ocuparse de la atención a las personas.

La brecha de género se evidencia especialmente cuando se mide la presencia de las mujeres en la información referida al deporte, a la economía y a la política. En cuanto a la información deportiva, las mujeres deportistas supusieron el 16,3% de las intervenciones en el caso de betevé, que es el mejor de los casos. La menor cifra correspondió a RAC1, donde solo el 7% de las intervenciones de deportistas fue de mujeres. En general, la prevalencia de los hombres triplicó, como mínimo, la de las mujeres en todos los casos.

En el ámbito económico y empresarial, el relato que ofrecieron los medios también fue insuficiente en cuanto a la paridad, dado que las mujeres supusieron entre el 11% y el 27% de las intervenciones en los informativos. El informe también destaca el ámbito político como punto destacable, dada su especial trascendencia y que las informaciones políticas fueron las principales en volumen durante 2025. En concreto, las mujeres protagonizaron en torno al 34% de las intervenciones relativas a la política en los informativos.

En cambio, las mujeres tuvieron una presencia mayoritaria en casi todos los medios cuando eran presentadas como voces ocasionales, con valores que van desde el 44% hasta el 57%. Se trata de un dato desfavorable para la paridad, ya que presenta a mujeres que intervienen sin ser expertas en nada.

En segundo lugar, en cuanto al resto de la programación, en el informe se presentan unos resultados más positivos, relativamente, que en la información sobre el modo y los perfiles profesionales con los que aparecen las mujeres.

En concreto, las mujeres que hablan como representantes de los medios de comunicación, la economía y el trabajo, la política o los deportes tuvieron más visibilidad en los programas que en relación con los informativos. Sin embargo, las intervenciones de mujeres con estos perfiles siguen siendo minoría respecto a las de los hombres. Destacaron los perfiles profesionales relacionados con la salud, así como con la ciencia y la tecnología, donde las mujeres fueron mayoritarias en casi todos los medios.

Las presentadoras de más de 50 años, invisibles

El último punto donde los medios aún disponen de terreno para avanzar es el referido a la edad de las personas que aparecen en pantalla o por antena. El informe ha detectado un sesgo generacional que condiciona la imagen que se transmite de las mujeres.

En cuanto a los informativos diarios, la composición de los equipos que presentan los espacios muestra una disminución progresiva de la presencia de las mujeres a partir de los 50 años. En cambio, este patrón de selección según la edad no se reproduce en el caso de los hombres que presentan los espacios.

En cuanto al resto de la programación, las mujeres se concentraron en las franjas de edad entre los 40 y los 59 años, y la invisibilidad comenzó a partir de los 60 años, una práctica que no se produjo en los hombres. La excepción se registró en Catalunya Ràdio y en el 33, que fueron los únicos medios que contaban con la participación de mujeres de más de 65 años en los equipos de programa. En el caso de las tertulias, la edad no tuvo un papel tan determinante y se constató

la presencia de mujeres a partir de los 60 años en una mayor proporción que en el resto de formatos.

Finalmente, en el informe se analiza también quién protagoniza las cuestiones de género, tanto en los informativos como en el resto de la programación. El resultado es que las mujeres llevaron el peso del relato de las cuestiones de género. En estos casos, además de obtener más visibilidad, se dio la circunstancia de que las mujeres intervinieron sobre todo con perfiles profesionales o de experiencia. Y a la inversa, en el caso de las voces ocasionales referidas a las cuestiones de género, el peso de las mujeres disminuyó.

Acord 16/2026 d'aprovació de l'Informe 4/2026, de 27 de febrer, de l'Àrea de Continguts, Les dones en els mitjans lineals: presència i discurs. Any 2025

Más información: **Comunicación del CAC** • C/ Vergós, 36-42 • 08017 Barcelona

Tel.: 93 557 50 00 y 627 480 483

Correo electrónico: comunicacio.cac@gencat.cat

Web: www.cac.cat