



Dossier Género 2025

A 30 AÑOS DE BEIJING 95

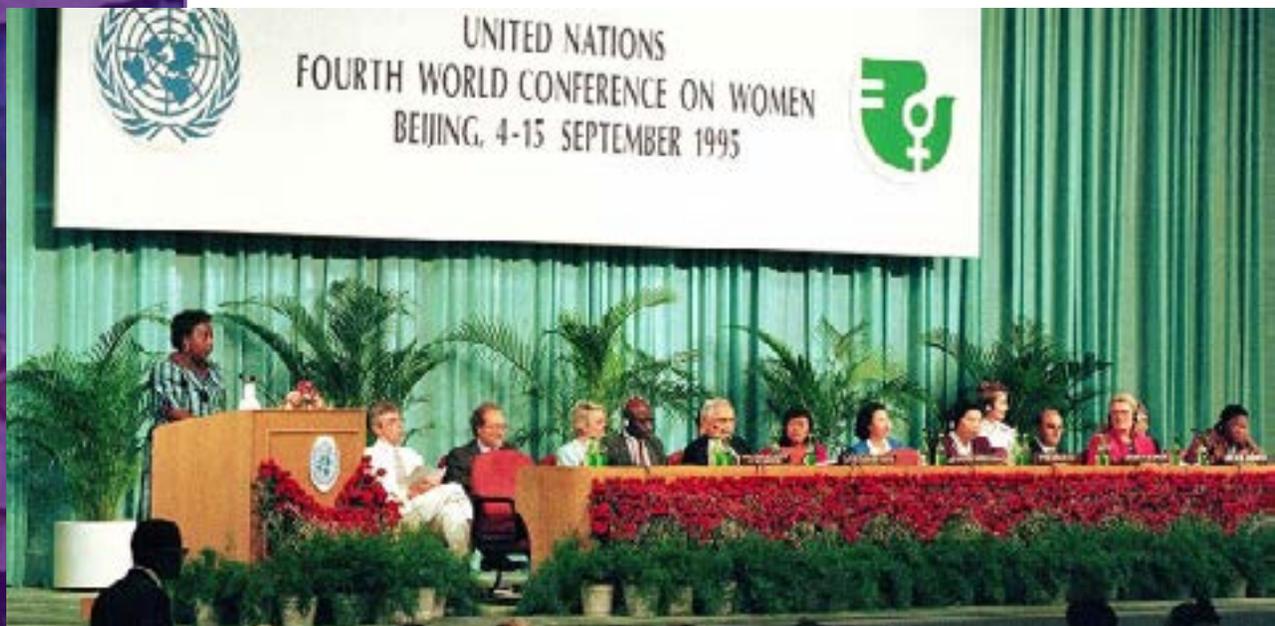
LA PRESENCIA DE LAS MUJERES EN TV

Un recorrido iniciado en la Declaración de Beijing en 1995, que recoge avances de la igualdad de género en la esfera pública, en especial, en los medios de comunicación, profundizando la mirada sobre la actual representación de las mujeres en la TV.

Marzo 2025

PRÓLOGO

A 30 AÑOS DE BEIJING 95: LA PRESENCIA DE LAS MUJERES EN TV



Entre las Conferencias Mundiales sobre la Mujer a cargo de la Organización de Naciones Unidas, la celebrada en Beijing en 1995 marca un punto de inflexión para la agenda mundial de igualdad de género. La Declaración y Plataforma de Acción de Beijing, adoptada de forma unánime por 189 países, consolida cinco decenios de avances jurídicos dirigidos a garantizar la igualdad de las mujeres y los hombres. Entre las doce esferas cruciales que contemplan las conclusiones de la Cumbre de Beijing 95, se incluye por primera vez, a los medios de comunicación, señalando dos ámbitos claves en los que se observan prácticas discriminatorias: **el desarrollo de la carrera profesional en el sector de las comunicaciones y la representación de las mujeres en los medios, marcadas por la persistencia de estereotipos de género**. La Declaración incluye medidas para la eliminación de formas discriminatorias, y para una representación más completa e igualitaria de las mujeres.



Transcurridos treinta años de Beijing 95, ¿qué sucedió en términos de igualdad de género en el ámbito de los medios de comunicación?

La gran atención y preocupación puesta en los medios se explica por su incidencia en la construcción social de valores y principios comunes, al validar o rechazar conductas y modos de relación. Sin embargo, junto con los contenidos en sí, existen otras dimensiones en los procesos comunicacionales atravesadas por relaciones de género, que van desde el desarrollo de carreras profesionales y el acceso a cargos directivos en la industria de los medios, hasta el acceso o modos de consumo de información y contenidos. En ese sentido, no hay neutralidad desde el punto de vista del género.

Desde los años 90, en diversos países del mundo y de la región –Chile incluido–, se desarrollan innumerables iniciativas dirigidas a mejorar el tratamiento de contenidos y la representación de las mujeres en los medios de comunicación desde una perspectiva de género. Estas acciones suelen ser impulsadas desde organizaciones de la sociedad civil vinculadas al feminismo, ámbitos académicos especializados en estudios de género y/o redes de comunicadoras; abarcan estudios, publicaciones especializadas, acciones colectivas y medidas destinadas a incidir en contenidos y prácticas discriminatorias, campañas de sensibilización e información, en especial, frente a la violencia de género. En Chile, las acciones desarrolladas van desde acuerdos entre organismos públicos y los propios medios, hasta acciones de denuncia

por contenidos discriminatorios, acciones organizadas desde el Colegio de Periodistas, en particular sus Comisiones de Género a nivel nacional y regional; protestas públicas frente a coberturas consideradas estigmatizantes, denuncias desde organizaciones de la sociedad civil por publicidad sexista o validadora de prácticas violentas, etc. En general, el énfasis ha estado puesto en la denuncia.

En todo caso, un recorrido de imágenes femeninas en múltiples publicidades y de escenas en diversos medios audiovisuales, revela un abismo entre el tratamiento considerado “normal” desde fines de los años 90 hasta la actualidad: el umbral de lo aceptable se ha desplazado hacia tratos más respetuosos en lo que respecta a sexismo y discriminación de género.

AGENDA DE GÉNERO EN CHILE Y LA REGIÓN

La agenda de género en los medios y, en general, el avance hacia la superación de abordajes discriminatorios, se ven potenciados por la relevancia adquirida por los temas sobre igualdad de género en la agenda pública en años recientes a nivel internacional, con formas y manifestaciones propias de cada país. En el caso de Chile, a partir del año 2011, nuevas oleadas del movimiento feminista avanzan en la escena política y el debate público, integrando trayectorias del movimiento de mujeres en Chile y en el mundo.



En 2018, el “Mayo Feminista” en Chile marca un hito histórico en este sentido. No obstante, las transformaciones en la agenda de género son producto de la acumulación de múltiples procesos que se plasman en avances en políticas públicas. En los últimos años se registran progresos sustantivos en el ámbito legislativo orientados a enfrentar diversas expresiones de discriminación y violencia contra las mujeres, entre los más destacados se cuentan:

- **Ley N° 20.005:** Tipifica y sanciona el acoso sexual (2005).
- **Ley N° 20.480:** Modifica el Código Penal y la **Ley N° 20.066** sobre violencia intrafamiliar, estableciendo el “femicidio”.
- **Ley N° 20.609:** Establece medidas contra la discriminación (2012).
- **Ley N° 20.607:** Modifica el código del trabajo, sancionando las prácticas de acoso laboral (2012).
- **Ley N° 20.840:** Sustituye el sistema electoral binominal por uno de carácter proporcional inclusivo y fortalece la representatividad del Congreso Nacional (2015).
- **Ley N° 21.030:** Regula la despenalización de la interrupción voluntaria del embarazo en tres causales (2017).
- **Ley N° 21.153:** Modifica el Código Penal para tipificar el delito de acoso sexual en espacios públicos (2019).
- **Ley N° 21.212:** Modifica el Código Penal, el Código Procesal Penal y la **Ley N° 18.216** en materia de tipificación del femicidio conocida como “Ley Gabriela” (2020).
- **Ley N° 21.155:** Establece medidas de protección a la lactancia materna y su ejercicio (2019).
- **Ley N° 21.120:** Reconoce y da protección al derecho a la identidad de género (2018).
- **Ley N° 21.643:** Modifica el Código del Trabajo y otros cuerpos legales, en materia de prevención, investigación y sanción del acoso laboral, sexual o de violencia en el trabajo, más conocida como “Ley Karin” (2024).

Y, aunque la cresta de la ola se hace evidente en Chile en 2018, ya en octubre de 2016, la convocatoria de la marcha #NiUnaMenos supera todas las expectativas de las organizadoras congregando multitudes en la Alameda. En el mismo mes, miles de mujeres marchaban bajo la misma consigna en la Ciudad de Buenos Aires, Lima, La Paz, y tantas otras de la región, probando los rasgos más visibles de la actual ola feminista: su masividad y articulación supranacional.

Estos procesos se vinculan, a su vez, con los de otras latitudes: en todo el mundo y en los más diversos ámbitos, se destapan casos de abuso sexual con efecto dominó, como lo refleja el mismo nombre del movimiento que surge desde actrices estadounidenses al año siguiente (2017) #MeToo.

Toda mención a colectivos feministas tiene, inevitablemente, alguna cuota de injusta omisión, ya que es imposible relevar a todos los que surgen en Chile en los últimos años. Aquí se mencionan algunos de los que actúan en los más diversos campos: las artes, el deporte, la lucha contra la violencia de género en sus distintas manifestaciones, la educación, el derecho como:

*Femcine (2011);
Vaginas ilustradas (2011);
Hay Mujeres (2013);
Observatorio del Acoso Callejero (2013);
La rebelión del cuerpo (2016);
Mujeres Bacanas (2016);
Coordinadora Feminista Universitaria-COFEU (2016);
Ruidosas Fest (2016);
Con las Amigas y en la Casa (2016);
Coordinadora Feminista 8 M (2016);
Feministas Autoconvocadas (2016);
Coordinadora de fútbol feminista (2018);
Las Tesis (2019);
Coordinadora Ni Una Menos Chile (2017);
Red de Investigadoras (2015);
Matronas Feministas (Matrofem Chile) (2019);
Asociación de Abogadas Feministas (ABOFEM) (2018);
Red Feminista de Estudiantes y Trabajadoras de la Psicología de la Región Metropolitana (PSIFEM) (2019);
Red Muchacha (2018);
Red Docente Feminista (REDOFEM);
Asamblea Feminista Plurinacional (2019);
Constituyentes Paritarias (2019);
Mesa de Género: Agenda de Género covid-19, Senado (2020).*



En 2018, a partir de denuncias por acoso sexual en el ámbito universitario, estalla un proceso de manifestaciones y protestas masivas conocido como “Mayo Feminista”, de alto impacto público. Las exigencias centrales de las jóvenes pasan por la creación de protocolos contra el acoso y la violencia de género y sexual, a la vez que se demanda paridad de género en espacios administrativos y diseños curriculares con perspectiva de género en las distintas carreras. Las protestas incluyen “tomas” y ocupación de establecimientos claves, y coronan un proceso que pone en jaque la hegemonía cultural: si hasta los primeros años del siglo XXI, las reivindicaciones feministas parecían tema de grupos específicos, los feminismos recientes logran correr el umbral de lo políticamente correcto en el discurso público¹.

DISCURSO PÚBLICO: EL PAPEL DE LOS MEDIOS Y LA TV

¿De qué manera se reflejan estas transformaciones en las agendas de los medios? ¿Cuál es su relevancia actual de medios masivos, en escenarios de convergencia mediática, con públicos y ofertas cada vez más segmentadas?

Los discursos circulantes en los medios de comunicación, se articulan también en estos procesos de transformación que conllevan, como se ha señalado, un desplazamiento del umbral de lo aceptable en términos de trato hacia las mujeres: así, se objetan y rechazan imágenes o alocuciones de carácter sexista o discriminatorio que, hasta hace pocos años, estaban naturalizadas. También se configura un círculo virtuoso desde la producción de contenidos, que va integrando nuevos estándares en sus procesos de elaboración. Ahora bien, aunque hay ciertos consensos en cuanto a cambios en el tratamiento de imágenes y el abordaje discursivo en general, persisten interrogantes en lo que se refiere a la representación de las mujeres.

En la era actual, el cruce entre medios de comunicación e igualdad de género está especialmente atravesado por cambios profundos: por una parte, avances tecnológicos que implican otras formas de comunicarse, informarse y vincularse. Por la otra, cambios sociales inéditos en términos de relaciones de género, que implican a toda la humanidad. En este contexto, y ante el avance de las



redes sociales y las plataformas digitales como medio de información y comunicación ¿qué papel les cabe a los medios masivos, y en particular a la TV?

RELEVANCIA DE LA TELEVISIÓN Y ROL DEL CNTV

A 30 años de Beijing, y en un escenario de avance exponencial de las plataformas digitales y las redes sociales, ¿por qué insistir en el análisis de la relación entre las mujeres y TV?

En primer lugar, porque la TV sigue jugando un papel central a la hora de informarse, pese al crecimiento de las redes sociales. Según datos de la última Encuesta Nacional de Televisión –elaborada por el Consejo Nacional de Televisión– publicada en 2024, si bien 70% de las personas recurre a las redes sociales para informarse, los noticieros de la TV abierta se encuentran en la segunda preferencia y con cifras muy similares (68%). En cuarto lugar, se encuentran los matinales de TV abierta, con 31%.

A su vez, más de 6,8 millones de personas vieron al menos un minuto de noticieros y/o de matinales en 2024, lo que demuestra el nivel de masividad de la TV en Chile, considerando además que estos dos programas concentran casi 40% de la oferta de TV abierta de lunes a viernes², distribuida en cuatro canales: TVN, Mega, CHV y Canal 13³. Estas mediciones muestran que 60% de la audiencia de TV abierta son mujeres –proporción que se replica en noticieros y matinales–, y que las mujeres

¹ Gerber E. y Guzmán V. *Feminismos en Chile a la luz de la historia, en Mujeres en tiempos de esperanza, crisis y pandemia*. Biblioteca del Congreso Nacional de Chile (2021).

² Anuario Estadístico de Oferta y Consumo de TV, CNTV (2024).

³ Estudio People Meter, Kantar Ibope Media (2024).



presentan más tiempo de consumo diario que los hombres (de noticieros, las mujeres tienen 8,7% más tiempo de consumo diario que los hombres, y de matinales, 14% más que los hombres).

Por su parte, y de acuerdo con el artículo 14 de la Ley de Televisión Digital Terrestre (Ley N° 20.750), al Consejo Nacional de Televisión –único ente regulador de medios en Chile–, le compete velar por el correcto funcionamiento de la TV, que implica, entre otras materias, el permanente respeto, a través de su programación, del pluralismo. Esto se define como *el respeto a la diversidad social, cultural, étnica, política, religiosa, de género, de orientación sexual e identidad de género. Es deber de los concesionarios y permisionarios de servicios de televisión respetar estos principios.*

En más de diez años, el CNTV ha elaborado cartillas de recomendaciones para el tratamiento mediático de temáticas sensibles desde el punto de vista del género, de la igualdad entre hombres y mujeres, junto a medidas que incentivan la difusión de una diversidad de roles de género (CNTV, 2020); recomendaciones para buenas prácticas por la igualdad de género contra la violencia de género, (CNTV, 2023); buenas prácticas por la igualdad de género y la no discriminación (CNTV, 2024); entre otras.

Por otro lado, y de manera complementaria, todos los trabajos e investigaciones que desarrolla el Departamento de Estudios del CNTV buscan integrar la perspectiva de género. Entre los más recientes se destacan la Encuesta Nacional de Televisión⁴, el Mapa de la TV y Consumo de Medios⁵, y el Monitor de la TV⁶, publicado por primera vez en 2023, y que brinda los principales insumos también para elaborar Mujeres en Pantalla; entre otros estudios.

A su vez, por su papel como fiscalizador, el CNTV recoge denuncias y –cuando corresponda– aplica sanciones relativas a contenidos discriminatorios y/o violentos que puedan dañar la dignidad de las personas. No obstante, antes que la vía de la sanción, se busca la posibilidad de aportar a la industria perspectivas que le permitan observar su producción desde puntos de vista constructivos, apostando a la generación de estándares que contribuyan a mejorar la calidad que se espera y demanda de medios masivos, cuya relevancia social sigue siendo significativa.

⁴ Única encuesta pública nacional que monitorea la percepción sobre la TV, e incluye una mirada al género desde el consumo, uso y percepción que se tiene de la TV y de los medios en Chile.

⁵ Estudio periódico, publicado por primera vez en 2023, el que considera un mapeo de la industria mediática de Chile, incluyendo a su vez datos sobre consumo considerando variables sociodemográficas.

⁶ Estudio periódico que monitorea noticieros centrales y matinales respecto de los temas que se tratan y las voces que los abordan, desde una medición clave: el tiempo en pantalla.

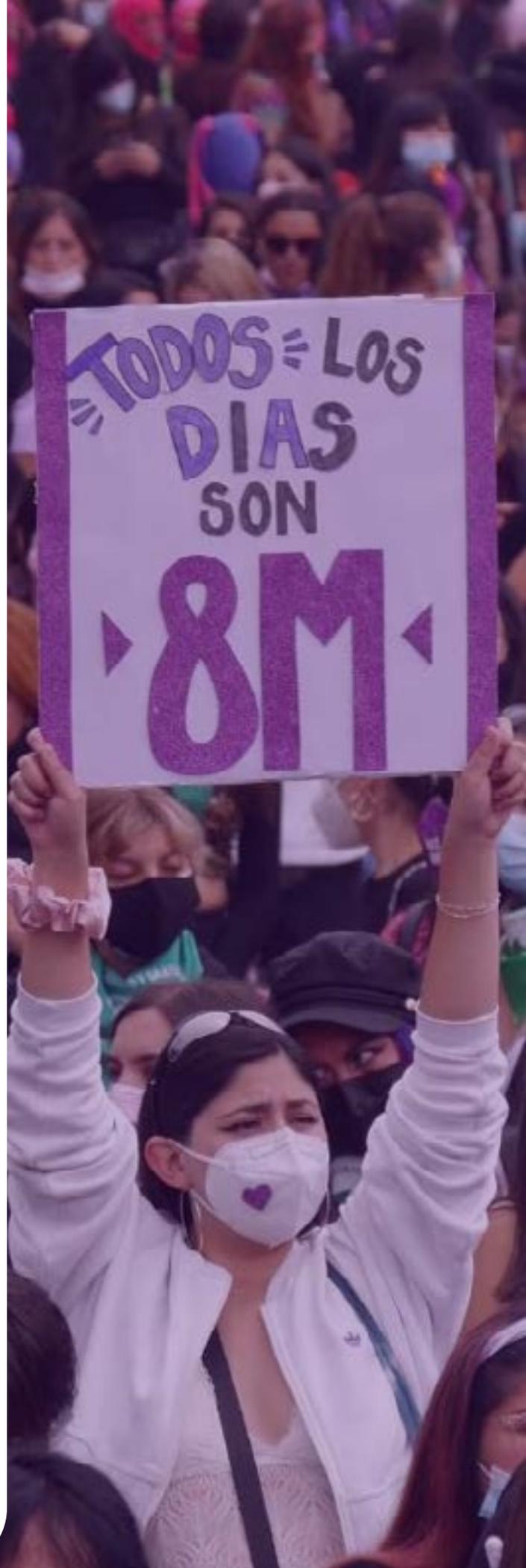
Mujeres en TV: ¿la igualdad llega a la pantalla?

El hecho de asumir que existan avances en el tratamiento desde los medios de ciertos temas desde una perspectiva de género, no implica que no existan excepciones alarmantes y, más aun, prácticas que parecen tendencias instaladas y requieren revisión periódica. En este contexto, el Departamento de Estudios del CNTV revisa la relación entre las mujeres y la televisión, tanto desde sus formas de consumo y percepción de la TV como, sobre todo, desde su presencia en pantalla.

El Monitor de la TV, estudio que se presenta a continuación, tiene como objetivo medir el tiempo de los temas y las voces que aparecen en noticieros y matinales, los dos formatos de programas que marcan audiencias significativas en la TV abierta chilena, y visibilizar el espacio real que ocupan en pantalla. Esta versión del Monitor pone el foco en distinguir la cantidad de tiempo destinada a hombres y mujeres según temas, tipos de fuentes y canales.

Cuando en 2024 se analizan por primera vez los datos del Monitor desde una perspectiva de género, se parte de una hipótesis “optimista”: la presencia en pantalla de hombres y mujeres no sería tan marcada en términos de tiempo. Los datos de la primera versión del Monitor asombran al mostrar lo contrario, a la vez que abren nuevas interrogantes que esta segunda versión busca despejar: ¿en qué tipo de fuente externa al programa se observan las mayores diferencias de distribución de tiempo entre mujeres y hombres? ¿Se registran cambios de un año a otro o, por el contrario, se corroboran resultados? ¿Existen diferencias por canal?

Elisabet Gerber
Directora Departamento
de Estudios, CNTV



MONITOR DE LA TV: MUJERES EN PANTALLA

El Monitor de TV, elaborado por el departamento de Estudios del CNTV, es una investigación periódica que registra el tiempo dedicado a los distintos temas, voces y fuentes en noticieros centrales y matinales de los cuatro canales de señal abierta con mayor audiencia de la TV chilena: TVN, Mega, CHV, Canal 13. La opción de enfocarse en noticieros y matinales se fundamenta en que este tipo de programas concentra el 94% de la audiencia de la TV en Chile.

Monitor de la TV: Mujeres en Pantalla se enfoca en la distribución del tiempo según sexo de las fuentes externas consultadas en los noticieros y matinales mencionados. Para esta versión, que considera como periodo de análisis agosto–noviembre de 2024, se incorpora a la medición de noticieros centrales el programa CNN Prime del canal de cable operador CNN Chile.

El tiempo total analizado para esta versión del Monitor es de 89.711 minutos entre noticieros centrales y matinales de los canales mencionados. Esto considera 44.195 minutos totales de noticieros y 45.515 minutos de matinales (considerando que los noticieros centrales se emiten de lunes a domingo y los matinales, solamente de lunes a viernes).

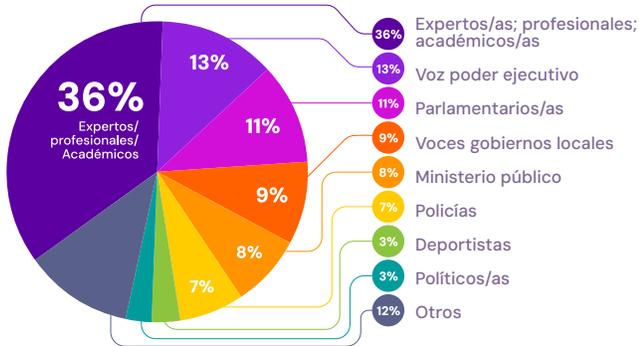
A partir de los resultados de la primera versión del Monitor se puede concluir que, en cuanto a voces de los propios programas, no hay grandes diferencias según sexo (es decir, conductoras/es, periodistas, noteras/os, etc). Las diferencias más marcadas se aprecian cuando se observa el tiempo destinado a fuentes externas (o voces secundarias) que en ninguno de los programas analizados supera el 20% del tiempo total.

Las fuentes externas de ambos programas se distribuyen de la siguiente manera:



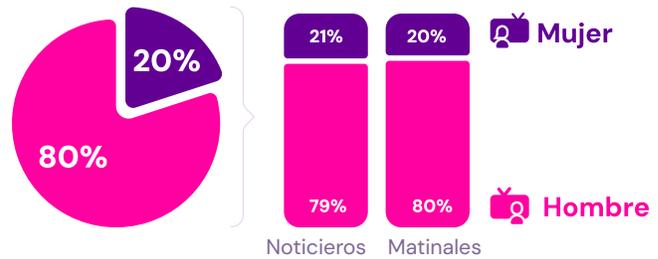
NOTICIEROS CENTRALES Y MATINALES

Distribución de tiempo de fuentes secundarias
(agosto-noviembre 2024)



En los noticieros centrales, las fuentes externas que ocupan mayor parte del tiempo en pantalla, son las de expertas/os, profesionales y académicas/os (28%); Poder Ejecutivo (16%) y parlamentarias/os (15%); mientras que, en matinales, son las de expertas/os, profesionales y académicas/os (46%); gobiernos locales y Poder Ejecutivo (10% y 11% respectivamente).

Total fuentes expertas, según sexo y por programa
(agosto-noviembre 2024)

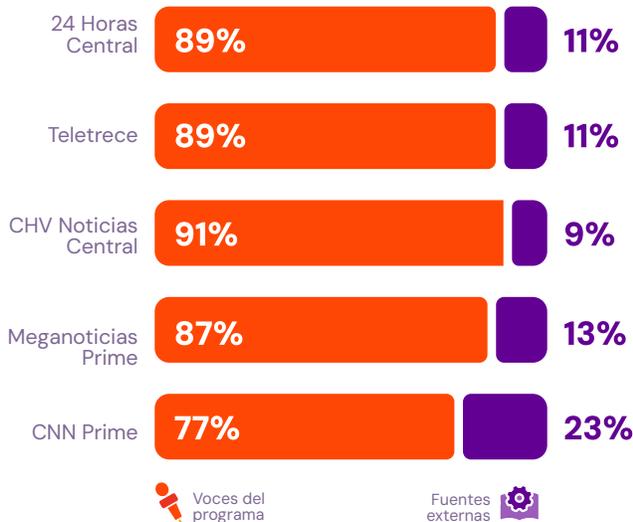


Respecto de las fuentes expertas, y al igual que los datos 2023, se mantiene la distribución 80/20 a favor de los hombres (en noticieros, 21% expertas y en matinales, 20%).

NOTICIEROS CENTRALES

Los conductores y periodistas ocupan 85% del tiempo total destinado a voces; y las fuentes externas, el 16%. Al analizar cada canal, CNN Prime marca una diferencia respecto de los demás noticieros medidos al dedicar 23% del tiempo a fuentes externas.

Distribución de tiempo según tipos de voces
(agosto-noviembre 2024)



Al integrar la variable sexo, se constata marcada diferencia en la distribución del tiempo según se trate de voces del programa, o de fuentes externas. Las voces del programa muestran una distribución relativamente pareja: 54% hombres/46% mujeres. En el caso de las fuentes externas, 73% del tiempo se destina a voces de hombres y solo 27% de mujeres, porcentaje que aumenta en 6 puntos respecto de la medición anterior (Estudio Mujeres en pantalla 2023).

Al ahondar en los tipos de fuentes externas, las que más tiempo ocupan en estos programas informativos son: expertas/os, profesionales y/o académicas/os (28%); el Poder Ejecutivo (16%); parlamentarias/os (15%); Ministerio Público (8%); gobiernos locales (7%); policías (5%); políticos (4%).

Sobre el total del tiempo dedicado a consultar fuentes externas, la diferencia entre los minutos que ocupan voces de hombres y de mujeres es abrumadora en casi todos los casos: si se trata de voces expertas, solo 21% del tiempo se dedica a mujeres; en fuentes policiales, 10% del tiempo, y en el caso de voces del Ministerio Público, el 26% del total del tiempo lo ocupan mujeres.

Tanto en voces del Poder Ejecutivo, de parlamentarias/os y de gobiernos locales, las mujeres ocupan menos del 40% del tiempo. La única excepción a la regla es el tiempo de voces de políticas/os, donde 58% es destinado a mujeres, versus 43% a hombres.

VOCES DEL CONGRESO

Sobre el tiempo total en pantalla dedicado a voces de la Cámara de Diputadas/os, más del 60% se destina a diputados y 36% a diputadas, cifra que representa un aumento de 13 puntos respecto de la medición anterior (2023). Además, se reconoce la correspondencia de las cifras con la distribución según sexo en la Cámara, la que hoy se compone con un 63% de diputados y 37% de diputadas.

Distribución de tiempo según sexo de voces del Congreso

(septiembre-diciembre 2023 y agosto-noviembre 2024)



En cuanto al tiempo ocupado por fuentes del Senado, el 70% se destina a senadores, y 30% a senadoras, lo que también representa un aumento (6 puntos porcentuales) en el tiempo de mujeres del Senado respecto de los datos obtenidos en 2023. De igual manera, se corresponde con la actual composición de este organismo: 74% hombres y 26% mujeres.

Distribución de tiempo según sexo de voces del Senado

(septiembre-diciembre 2023 y agosto-noviembre 2024)



Teniendo en cuenta la composición según sexo de ambas Cámaras, la medición correspondiente a 2024 no pone en evidencia una distribución desproporcionada del tiempo.

VOCES DEL PODER EJECUTIVO

Sobre el tiempo total destinado a ministras/os, las mujeres ocupan el 61%, lo que representa un leve aumento respecto de 2023, que registró 58%. Si bien la distribución del gabinete es 50/50, el mayor tiempo destinado a ministras en comparación al de ministros en noticieros, puede también estar relacionado con temas de contingencia. Como se muestra en la siguiente tabla, Camila Vallejos, Carolina Tohá y Antonia Orellana acaparan gran parte de los minutos destinados a ministras/os:

Minutos destinados a Ministras/os

(agosto-noviembre 2024)

Tabla 1

MUJERES	MIN.	HOMBRES	MIN.
Camila Vallejo	208	Diego Pardow	49
Carolina Tohá	193	Nicolás Cataldo	44
Antonia Orellana	144	Luis Cordero	32
Janette Jara	26	Mario Marcel	31
Carolina Arredondo	25	Álvaro Elizalde	25

Entre subsecretarias/os, la diferencia sigue siendo abismal: 8% del tiempo se destina a subsecretarias y 92% a subsecretarios, lo que demuestra una leve variación según las cifras de la medición anterior.

Distribución de tiempo según sexo de voces de Subsecretarias/os

(septiembre-diciembre 2023 y agosto-noviembre 2024)



Estas cifras de distribución tampoco se corresponden a la composición de este gabinete según sexo, el que se compone de 59% mujeres y 41% hombres.

Al especificar la cantidad de minutos (Tabla 2), ninguna de las subsecretarias logra superar los 5 minutos de tiempo en pantalla, a diferencia de algunos subsecretarios que logran cifras por sobre los 50 minutos.

Minutos destinados a Subsecretarias/os

(agosto-noviembre 2024)

Tabla 2

MUJERES	MIN.	HOMBRES	MIN.
Alejandra Arratia	4	Luis Cordero	52
Carolina Leitao	4	Manuel Monsalve	42
Verónica Pardo	4	Eduardo Vergara	18
Ignacia Fernández	2	Oswaldo Salgado	5
Claudia Lagos	1	Jaime Gajardo	3

DISTRIBUCIÓN DE TIEMPO POR PROGRAMA

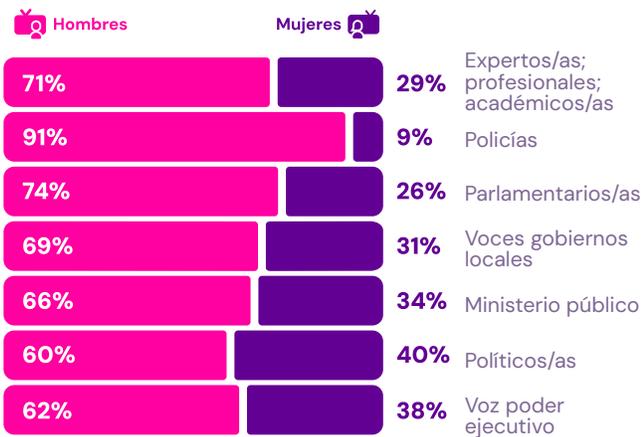
Este estudio recoge datos de los cuatro principales canales de la televisión, incluyendo este año a CNN Prime, noticiero central del canal CNN por cable.

24 HORAS CENTRAL (TVN)

En base al tiempo total de presencia de voces en este programa (1.512 minutos) en el periodo medido, la proporción que presenta en distribución del tiempo entre fuentes según sexo, es de 73/27 a favor de los hombres. Las mayores diferencias se muestran en las fuentes policiales (solo 9% mujeres) y de parlamentarias/os (26% mujeres).

Distribución de tiempo por sexo según tipo de fuente

(agosto-noviembre 2024)



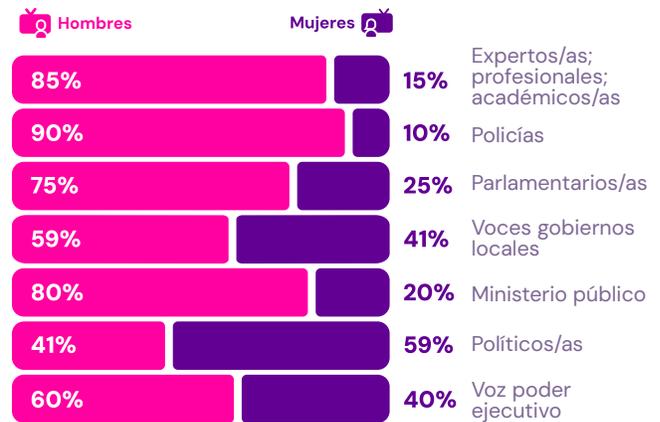
TELETRECE CENTRAL (CANAL 13)

La proporción en la distribución del tiempo entre fuentes según sexo en el noticiero central de Teletrece es de 76/24 a favor de los hombres, al igual que Meganoticias Prime. Ambos programas presentan las cifras más bajas de representación de mujeres en fuentes en pantalla.

Las diferencias más marcadas se dan en las fuentes policiales (10% mujeres) y expertas/os, profesionales y académicas/os (15% mujeres).

Distribución de tiempo por sexo según tipo de fuente

(agosto-noviembre 2024)

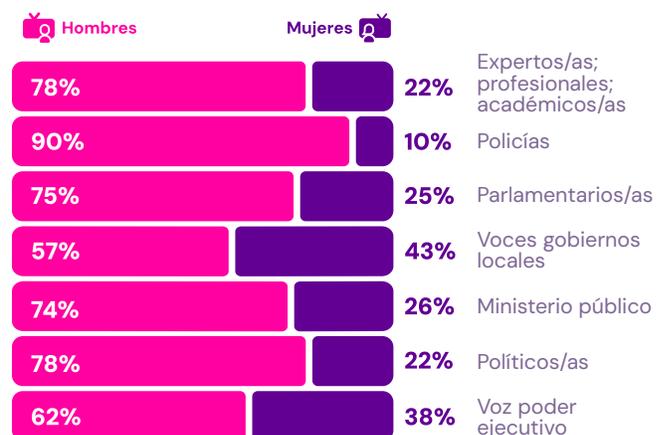


CHV NOTICIAS CENTRAL (CHV)

Este programa presenta una distribución del tiempo entre fuentes según sexo de 73/27 a favor de los hombres, al igual que 24 Horas Central (en base a 1.440 minutos totales destinados a voces). Las mayores diferencias se muestran en las fuentes policiales (10% mujeres) y expertas/os, profesionales y académicas/os (22% mujeres).

Distribución de tiempo por sexo según tipo de fuente

(agosto-noviembre 2024)

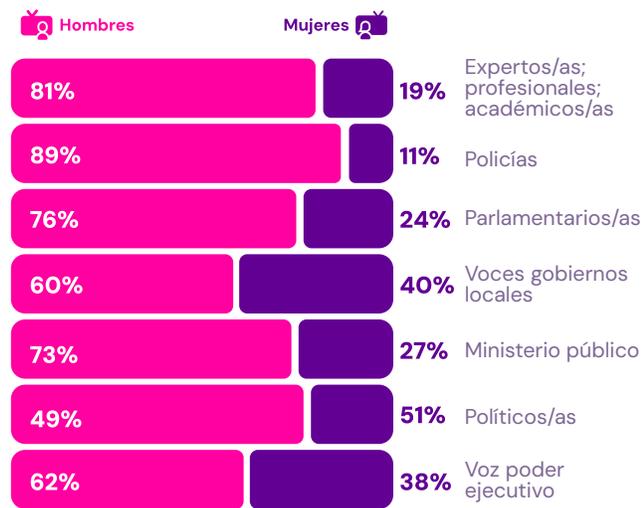


MEGANOTICIAS PRIME (MEGA)

Por su parte, el noticiero de Mega, presenta una proporción en la distribución del tiempo entre fuentes según sexo de 76/24 a favor de los hombres, en base al tiempo total de presencia de voces (1.661 minutos). Las diferencias más marcadas se dan en las fuentes policiales (11% mujeres) y expertas/os, profesionales y académicas/os (19% mujeres).

Distribución de tiempo por sexo según tipo de fuente

(agosto-noviembre 2024)



CNN PRIME (CNN)

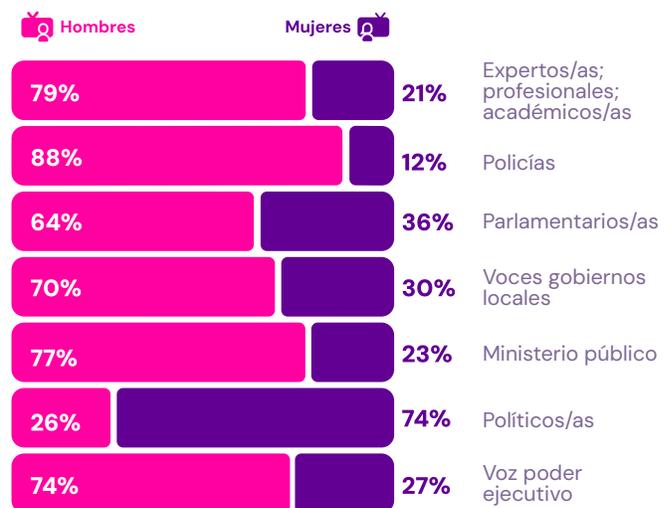
La proporción entre fuentes según sexo en CNN Prime es de 70/30 a favor de los hombres. Esto, en base a un total de 3.315 minutos destinados a voces.

El porcentaje de mujeres como fuentes del programa, y la cantidad de minutos destinados a fuentes del programa, superan a los 4 canales de la TV abierta.

Aun así, se encuentran grandes diferencias según sexo en fuentes como: policiales (12% mujeres) y expertas/os, profesionales y académicas/os (21% mujeres).

Distribución de tiempo por sexo según tipo de fuente

(agosto-noviembre 2024)



En CNN Prime se observa una distribución de tiempo dispar entre hombres y mujeres en todas las principales fuentes, incluso en voces de gobiernos locales y voces del Poder Ejecutivo, donde hay una distribución más pareja en otros noticieros.

La gran excepción está en el tiempo dedicado a políticas/os: las mujeres ocupan 74% del tiempo, y los hombres 26%.



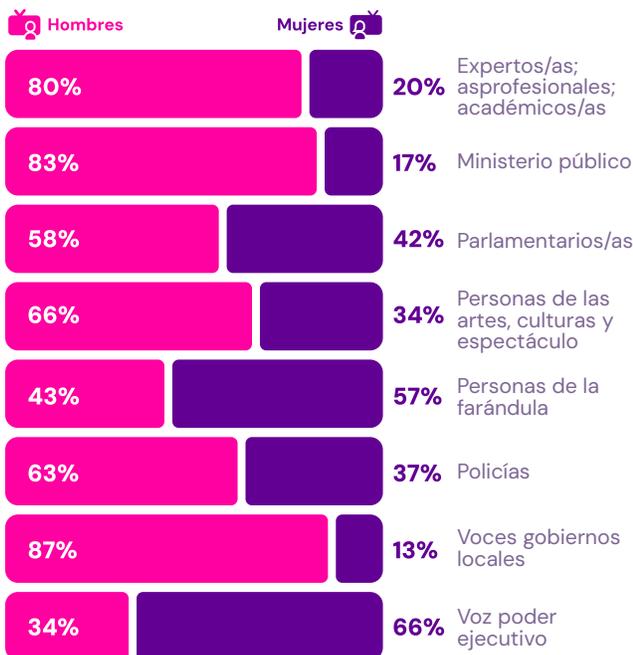
MATINALES

Sobre el tiempo total destinado a fuentes externas en matinales, gran parte se concentra en expertas/os, profesionales y/o académicas/os (46%). En segundo lugar, aparecen las voces de gobiernos locales (como alcaldes, gobernadores, funcionarios municipales o concejales) con 11% del tiempo. Las fuentes del Poder Ejecutivo ocupan 10% del tiempo en pantalla, y las policías, 8%.

Sobre el total del tiempo dedicado a consultar fuentes externas, la mayor brecha en el tiempo destinado a voces de hombres o mujeres se registra en el caso de fuentes de expertas/os, profesionales y/o académicas/os: las mujeres solo ocupan 20% del tiempo. En el caso de personas de las artes, culturas y del espectáculo, solo 13% del tiempo se destina a voces de mujeres, y entre las voces de gobiernos locales, 17% corresponde a mujeres. Se observa una distribución más equilibrada del tiempo en pantalla de fuentes del Poder Ejecutivo y del Ministerio Público.

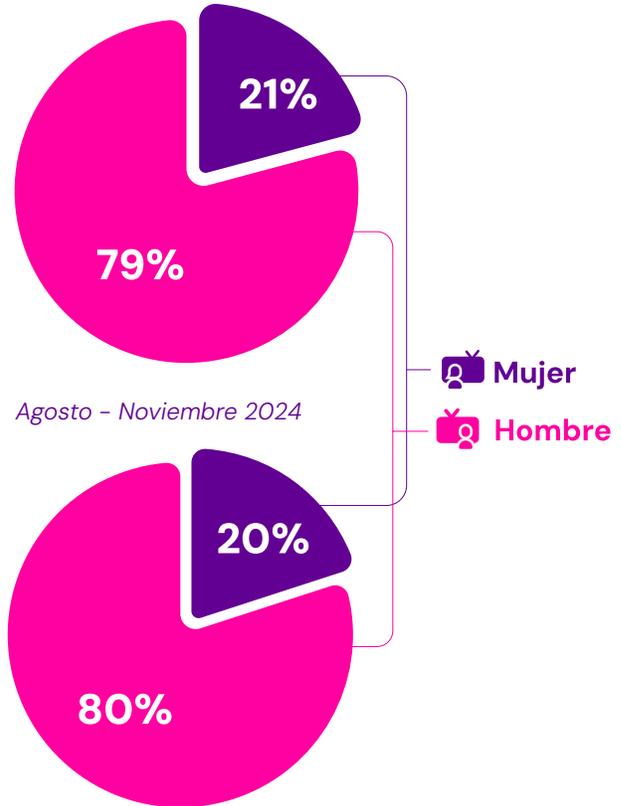
El único ámbito en el que se observa una marcada mayoría es en el de "personas de la farándula", con un 66% del tiempo dedicado a mujeres.

Distribución de tiempo por sexo según tipo de fuente (agosto-noviembre 2024)



Distribución de tiempo por sexo de fuentes expertas

Septiembre - Diciembre 2023



Considerando los datos de la medición anterior, la proporción en el tiempo de pantalla entre hombres y mujeres de fuentes expertas se mantiene en 80/20.

DISTRIBUCIÓN DE TIEMPO POR PROGRAMA

Este estudio recoge datos de los cuatro principales canales de la televisión abierta, por lo tanto, los resultados se refieren a los correspondientes matinales: Buenos Días a Todos (TVN), Tu Día (Canal 13), Contigo en la Mañana (CHV) y Mucho Gusto (Mega).

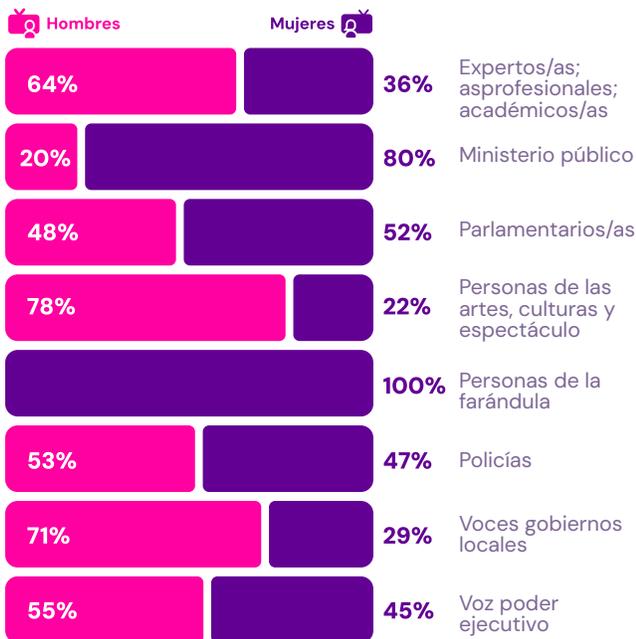
BUENOS DÍAS A TODOS (TVN)

Sobre el total del tiempo dedicado a voces externas (3.551 minutos) la proporción entre hombres y mujeres es 57/43 a favor de los hombres. Este matinal es el que muestra el mayor porcentaje de uso de tiempo de mujeres en voces externas, en comparación a los otros de su competencia.

Las mayores diferencias se muestran en el tiempo dedicado a personas de las artes, culturas y espectáculos (22% mujeres), voces de gobiernos locales (29% mujeres) y de expertas/os, profesionales y/o académicas/os (36% mujeres). Hay más presencia de mujeres en fuentes de la farándula (100%) y del Ministerio Público (80% mujeres). Parlamentarias/os, policías y fuentes del Poder Ejecutivo muestran una distribución más pareja en este programa.

Distribución de tiempo por sexo según tipo de fuente

(agosto-noviembre 2024)

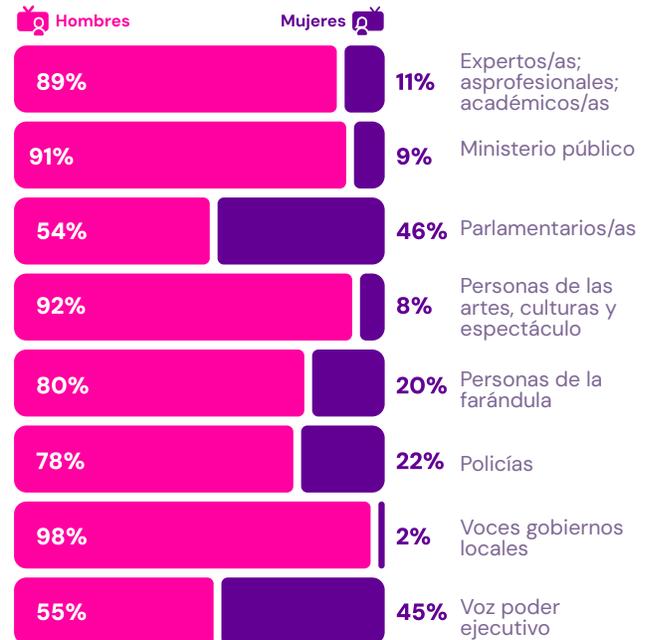


TU DÍA (CANAL 13)

En el matinal de Canal 13 la proporción en la distribución del tiempo entre fuentes según sexo es de 82/18 a favor de los hombres. En el caso del tiempo dedicado a parlamentarios/as y del Poder Ejecutivo, la distribución es más pareja (46% y 45% dedicado a mujeres respectivamente), las diferencias más marcadas de este programa se dan en las voces de gobiernos locales (solo 2% de mujeres); personas de las artes y la cultura (8% mujeres); fuentes del Ministerio Público (9% mujeres); y voces expertas/os, profesionales y/o académicas/os, que solo alcanzan 11% de mujeres.

Distribución de tiempo por sexo según tipo de fuente

(agosto-noviembre 2024)



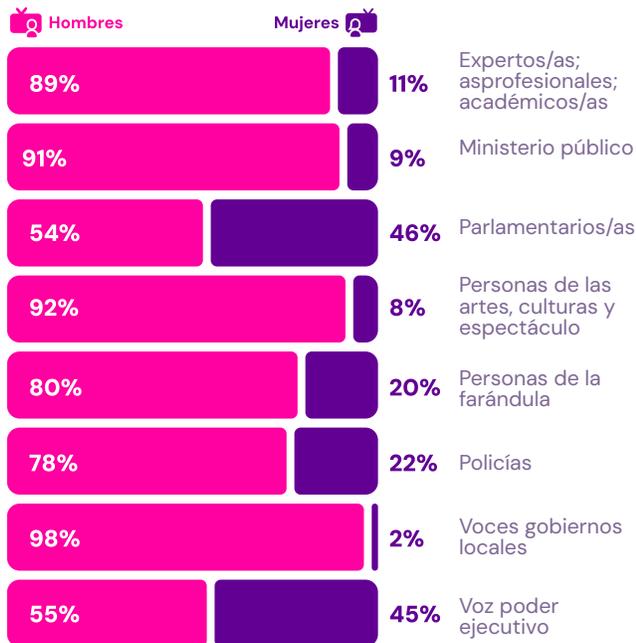
CONTIGO EN LA MAÑANA (CHV)

En base al tiempo total de presencia de voces en este programa (con 1.205 minutos, es el matinal que menos tiempo destina a fuentes externas) en el periodo medido, la proporción que presenta en distribución del tiempo entre fuentes según sexo, es de 82/18 a favor de los hombres, al igual que la mayoría de los matinales.

Las voces del Poder Ejecutivo muestran cierto equilibrio entre hombres y mujeres (48% mujeres), aunque en la mayoría de las fuentes se aprecia más tiempo destinado a hombres. Las diferencias más marcadas según sexo se dan en voces del Ministerio Público (2% mujeres); policías (8% mujeres), voces de gobiernos locales (12% mujeres) y de expertas/os, profesionales y/o académicas/os (16% mujeres). Para las fuentes de personas de las artes y la cultura, se aprecia un 100% de mujeres.

Distribución de tiempo por sexo según tipo de fuente

(agosto-noviembre 2024)



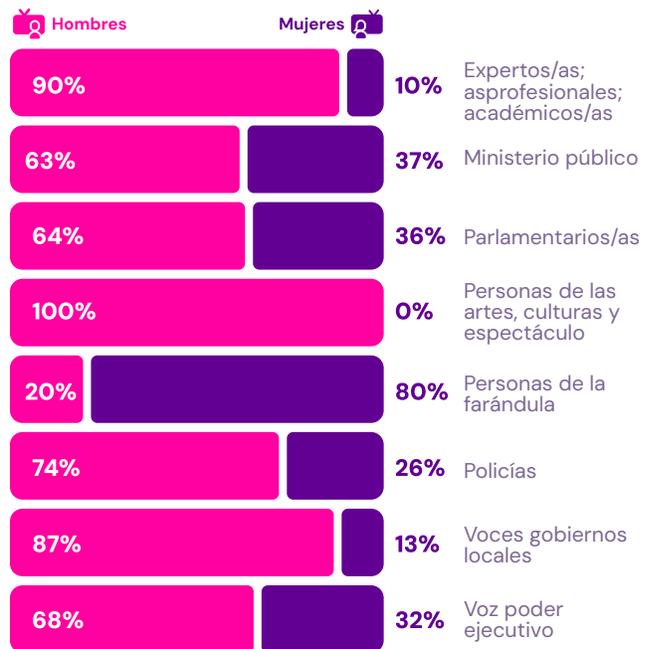
MUCHO GUSTO (MEGA)

Sobre la base del tiempo total de presencia de voces en este programa (2.258 minutos) en el periodo medido, la proporción que presenta en distribución del tiempo entre fuentes según sexo, es de 82/18 a favor de los hombres, al igual que otros matinales.

En la mayoría de las fuentes se aprecia una gran diferencia en la distribución del tiempo según sexo. Las mujeres superan el tiempo destinado a hombres solamente en fuentes de la farándula (proporción 80/20). Respecto de fuentes de las artes y la cultura, el 100% del tiempo es destinado a hombres, como también con mayoría de tiempo en: expertas/os, profesionales y/o académicas/os (10% mujeres), voces de gobiernos locales (13% mujeres) y policías (26% mujeres).

Distribución de tiempo por sexo según tipo de fuente

(agosto-noviembre 2024)



REFLEXIONES FINALES

La hipótesis subyacente a este estudio apuntaba a que, tras décadas de investigaciones, denuncias y acciones contra la discriminación de las mujeres en los medios, ya se registraría relativamente poca o ninguna diferencia en la presencia en la pantalla de TV entre hombres y mujeres. Los resultados de las dos versiones de este estudio, realizadas en 2023 y 2024, refutan la hipótesis y, más aun, dejan en evidencia que persisten diferencias abismales en los tiempos dedicados a hombres y mujeres en noticieros y matinales cuando aparecen como fuentes externas, especialmente cuando son expertas. Contar con un segundo estudio, sobre la base de datos recabados en 2024, permite corroborar en qué ámbitos se registran mayores desproporciones; si es que estas diferencias se condicen con desigualdades persistentes en tales espacios; y si se observa alguna tendencia de cambio de un año a otro entre los distintos canales.

Al analizar la distribución del tiempo entre hombres y mujeres según fuentes, en casi todos los casos se dedica más tiempo a hombres que a mujeres (el promedio entre noticieros y matinales es 70/30 a favor de los hombres) excepto en el caso de políticas/os y voces del Poder Ejecutivo. Si es que estas diferencias se condicen con desigualdades persistentes en tales espacios, remite a preguntas siempre vigentes sobre el papel de los medios en la construcción de imaginarios sociales: ¿reflejan lo existente o construyen realidades?

En términos generales, la diferencia en la cobertura de figuras del poder legislativo, gobiernos locales y policías, se corresponde con la composición por sexo de esos espacios de poder. En ese sentido, la TV refleja diferencias existentes en esos ámbitos, con fuerte prevalencia de autoridades o representantes hombres. Al mismo tiempo, la cobertura de noticias (tanto en noticieros como en matinales) y la selección de entrevistadas/os relacionados con información política, está cruzada por factores coyunturales y de contingencia que condicionan un fuerte protagonismo de determinadas figuras según sea el caso noticioso –los ejemplos más evidentes se observan entre ministras/os o subsecretarias/os, donde autoridades específicas deben abordar temas que les son atingentes–. Más allá de cuestiones de género, pasa a ser una selección de fuentes por cargo y/o expertise e involucramiento en el caso noticioso.

El abismo más significativo en la distribución del tiempo entre fuentes hombres o mujeres se observa en la categoría expertas/os, académicas/os y profesionales, que ocupan casi un tercio del tiempo total destinado a fuentes externas medido para este estudio. Si bien en algunos canales se aprecia un alza en el porcentaje de las mujeres consideradas como fuentes expertas entre los datos obtenidos en 2023, sigue habiendo en los datos de 2024 una gran diferencia con el porcentaje de hombres en ese ítem.

Las razones del desfase entre la existencia de expertas, especialistas y académicas en diversas áreas y su representación en la pantalla, apuntan, más bien, al proceso de producción de noticias. La selección de fuentes a consultar no necesariamente se vincula con criterios editoriales definidos y puede estar condicionada por cuestiones como la urgencia por resolver alguna cobertura noticiosa del modo más expeditivo posible y/o con personas reconocidas, entre otras razones que podrían estar afectando en las cifras que entrega este estudio. Integrar una perspectiva de género respecto de las voces en pantalla requiere revisar, finalmente, qué pasa en los equipos de producción, y si se trata de decisiones editoriales deliberadas, o sencillamente responde a la necesidad de resolver rápidamente las agendas.

Más allá de los criterios o condiciones que lleven a la omisión de especialistas y profesionales mujeres, es fundamental reconocer el impacto de esta brecha en la representación mediática de la sociedad. La persistencia de estas desigualdades en la pantalla no solo disminuye la participación de las mujeres en el debate público, sino que también podría fomentar la perpetuidad de estereotipos y/o limitar la diversidad de perspectivas en la construcción de conocimiento y opinión. Frente a este escenario, urge evaluar los mecanismos de selección de fuentes y, de ser necesario, fomentar prácticas editoriales más equitativas, que garanticen una representación más plural y acorde con la realidad social. El trigésimo aniversario de la Declaración de Beijing no solo lo amerita, sino que llama a mirar los desafíos pendientes en materia de igualdad de género en los medios de comunicación.

MONITOR DE LA TV FICHA TÉCNICA

Programas analizados emitidos:

Principales noticieros centrales y matinales

NOTICIEROS CENTRALES:

- 24 Horas Central
- Teletrece Central
- CHV Noticias Central
- Meganoticias Prime
- CNN Prime

MATINALES:

- Buenos Días a Todos
- Mucho Gusto
- Contigo en la Mañana
- Tu Día

Programas analizados emitidos:

Agosto – noviembre de 2024

Unidad de análisis:

Voces identificadas en toda la cobertura de estos programas durante el periodo analizado.

Unidad de medida:

Minutos en pantalla de voces insertas en el tratamiento de temática analizadas.

El levantamiento de la información fue realizado por Conecta Media.

Dossier Género 2025

A 30 AÑOS DE BEIJING 95

LA PRESENCIA DE LAS MUJERES EN TV

Marzo 2025

DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS