

RESULTAT I VALORACIONS DELS RECOMPTES D'ONSÓNLESDONES DE NOVEMBRE DE 2016

Paritat només a la TV pública, un terç de dones a les ràdios i percentatges vergonyosos de presència de les dones als diaris

Hi ha pocs motius per ser optimistes en aquest recompte d'OnSónLesDones del mes de novembre. Al marge del fet que TV3, la televisió pública catalana, consolida la paritat "tècnica" del 40%, els mitjans catalans mantenen uns percentatges inacceptables de representació de l'opinió de les dones.

Als programes radiofònics més escoltats, les dones amb prou feines arriben a un terç en debats i tertúlies: la tertúlia d'*El Món a RAC1*, el programa més escoltat de Catalunya, no arriba al 30%, i la tertúlia d'*El Matí de Catalunya Ràdio* frena la incorporació de dones, perd la paritat que havia aconseguit el mes d'octubre i queda en un 39%. El *Catalunya Vespre*, també de Catalunya Ràdio, baixa 8 punts d'una tacada i queda en un 29%, i el *Catalunya Migdia* assoleix el 37% de dones a la seva tertúlia. Tornant a RAC1, la principal ràdio privada, el magazín de cap de setmana, *Via Lliure*, es manté a frec d'un terç de tertulianes, amb el 31%.

La dada que podríem destacar dels mitjans radiofònics analitzats aquest mes és que RAC1 i Catalunya Ràdio –privada i pública, respectivament– escurcen distàncies pel que fa a la representació de les dones. Però no es tracta pas d'una dada positiva, perquè es deu a un descens d'opinatores a la ràdio pública. En conjunt, als seus principals espais d'opinió, aquest mes de novembre hi han participat un 35% de dones. A les tertúlies de RAC1, amb una tímida tendència d'ascens, ja en són el 30%.

Les dades dels diaris en paper, d'altra banda, no podrien pas ser més tràgiques: el mitjà que publica més articles d'opinió de dones, l'*Ara*, amb prou feines arriba al 22%. A la cua hi ha *La Vanguardia*, el diari més llegit de Catalunya, que aquest mes només ha publicat un 15% d'opinions firmades per dones. *El Periódico* i *El Punt Avui* queden a l'entorn d'un 20%, estancats en uns percentatges igualment lamentables.

Pel que fa als diaris digitals, només *Catalunya Plural*, que aquest mes hem incorporat al recompte, presenta una dada que podem considerar paritària, amb un 41%. *Nació Digital* s'allunya definitivament de la paritat que havia aconseguit l'agost passat i queda en un trist 30%, per sota del terç. VilaWeb es manté en un encara més trist percentatge del 22%, i *El Nacional* aconsegueix la xifra més baixa i penosa del conjunt, amb un 7% de dones als espais d'opinió.

Durant aquests últims mesos de recompte, la davallada de *La Vanguardia* i *El Nacional* és tan continuada i sostinguda que, fent una projecció dels resultats, es podria pronosticar que l'opinió de les dones no trigarà a extingir-se a les seves pàgines, com mostrarem més avall amb gràfics. Si es confirma la tendència actual, a *La Vanguardia* desapareixerien les dones el mes de setembre de 2017, i a *El Nacional* ja no hi escriuria cap dona el mes de maig que ve.

A la televisió, veiem que els principals espais d'opinió de TV3, la televisió pública, consoliden per segon mes consecutiu dades pròximes o superiors al 40%, considerat paritari. *Els Matins* arriba al 42%, *Divendres* es manté en un 37% i el *Més_324* és el debat més paritari de tots els dels mitjans audiovisuals, amb un 46%, seguint la tendència a l'alça cap a la paritat plena del 50%.

De l'altra televisió pública que emet a Catalunya, TVE, n'hem analitzat per primera vegada l'únic debat en català, *El Debat de la 1*, i ha resultat ser la prova que mostra que no n'hi ha prou essent una televisió pública per comprometre's amb la igualtat. Els resultats d'aquest debat no podrien ser pitjors... o sí: un 13% que fa feredat. De les televisions privades, 8TV i El Punt Avui TV, n'hem recomptat dos programes: *8 al Dia* i *L'illa de Robinson*, respectivament. Hi trobem un 23% i un 21%, en aquest ordre, estancats per sota del quart de representació de dones. En conjunt, la major part dels mitjans audiovisuals catalans de titularitat privada no mostren cap tendència clara que ens indiqui que es mouen per assolir la paritat. I això, malgrat el fet de tenir una llei, la Llei d'igualtat efectiva de dones i homes, de juliol de 2015, que en el seu article 25 obliga els mitjans, tant públics com privats gestionats o subvencionats per les administracions públiques, a

garantir una participació activa de les dones, la presència paritària de dones i homes i una imatge plural de tots dos sexes en tots els àmbits, amb una atenció especial als espais de coneixement i generació d'opinió.

Mitjans privats *subvencionats* per les administracions públiques? I tant! La pràctica totalitat dels mitjans privats analitzats reben cada any recursos públics abundants, com deixen ben clar les dades que reproduïx aquest informe, procedents de dos exhaustius reportatges d'investigació de la revista *Crític**. Aquests recursos públics són o publicitat institucional –el Grup Godó, propietari de *La Vanguardia*, RAC1 i 8TV, és el que més diners rep– o bé ajuts a la publicació en català i subscripcions. També l'Ajuntament de Barcelona aporta anualment importants quantitats de diners en publicitat institucional a molts d'aquests mitjans. Des d'#OnSónLesDones considerem inacceptable que recursos públics procedents de tots i totes, les persones contribuents del país, vagin a parar a mitjans que no respecten la llei d'igualtat en absolut.

El proppassat mes de novembre, el director del programa més escoltat de la ràdio catalana, *El Món a RAC1*, Jordi Basté, deia en antena que les dones s'aniran incorporant a les seves tertúlies "a mesura que arribi el moment", i considerava que "algunes pressions poden ser contraproductives". Nosaltres considerem que NO es pot demanar a les dones que esperem més. Quan al primer ministre canadenc, Justin Trudeau, li van preguntar l'any passat el motiu per haver confegit un govern paritari, la seva resposta va ser: "Perquè som al 2015." Doncs això, el 2016 qui va tard són els mitjans poc proclius a representar en els seus programes o pàgines a més del 50% de la població. Si el sentit comú, l'ètica professional o el respecte a la llei no són prou motius per deixar d'infrarepresentar l'opinió de les dones, potser ha arribat el moment que qui distribueix els recursos públics determini les mesures corresponents.

Les dades que presenten els informes mensuals d'#OnSónLesDones, que es poden consultar diàriament al blog onsonlesdones.blogspot.com, haurien de ser tingudes en compte també per les entitats i empreses que anuncien els seus productes i serveis als mitjans catalans. Des d'#OnSónLesDones els farem arribar aquesta informació perquè valorin, a l'hora de triar els mitjans on s'anuncien, quina és l'actitud de cada mitjà pel que fa a la igualtat entre homes i dones, ja que les dones constituïm la meitat del mercat.

*Articles referenciats:

<http://www.elcritic.cat/investigacio/els-grups-godo-i-zeta-concentren-la-meitat-de-la-publicitat-de-ajuntament-de-barcelona-amb-69-milions-11314>

<http://www.elcritic.cat/investigacio/el-grup-godo-va-acaparar-el-20-de-la-publicitat-institucional-de-la-generalitat-el-2015-mes-de-62-milions-10727>

http://portaljuridic.gencat.cat/ca/pjur_ocults/pjur_resultats_fitxa?action=fitxa&documentId=698967

PREMSA EN PAPER

Entre l'estancament i l'extinció

ARA: juliol 21% agost 19% setembre 20% octubre 19% novembre 22%

EL PERIÓDICO DE CATALUNYA: juliol 15% agost 14% setembre 18% octubre 17% novembre 19%

EL PUNT AVUI: juliol 12% agost 15% setembre 22% octubre 21% novembre 20%

LA VANGUARDIA: juliol 20% agost 19% setembre 17% octubre 16% novembre 15%

NOVEMBRE

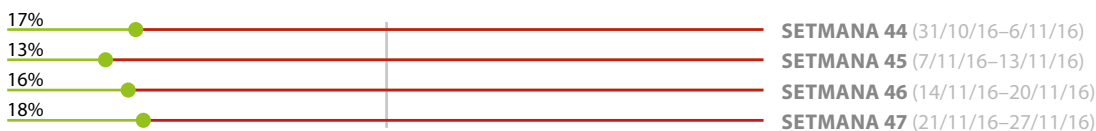


Total d'articles d'opinió firmats per dones respecte del total publicat:
19% (que són 428 de 2.258).

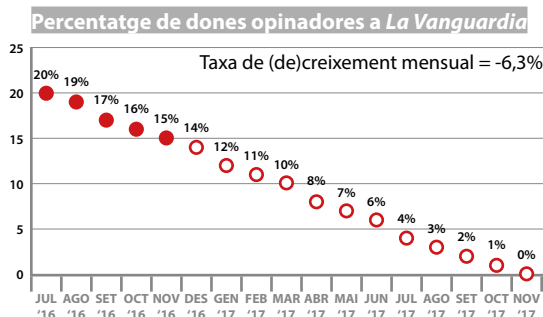
Tot i el petit increment que hi ha hagut en alguns mitjans, els diaris catalans d'abast nacional continuen publicant molt pocs articles d'opinió firmats per dones. Ara mateix, i en els últims cinc mesos, només una de cada cinc opinions que publiquen cada dia és escrita per una dona. Una mica menys, de fet: només un 19% del total.

Es tracta d'un percentatge vergonyós, si bé amb diferències entre mitjans, que van del 15% de *La Vanguardia*, al 22% de *l'Ara. El Periódico*, amb un 19%, i *El Punt Avui*, amb un 20%, queden emmig dels dos extrems. Són percentatges que des del setembre han fet pujades i baixades minúscules, que tècnicament reflecteixen una tendència a l'estancament: poques intencions de canvi.

LA VANGUARDIA



De totes les dades, la més preocupant és la relativa al diari més llegit i més antic de tots quatre: *La Vanguardia*. Des del mes de juliol, en què tenia un 20% d'opinadores, el percentatge de dones s'ha anat reduint de manera continuada fins al 15% que presenta aquest novembre. Una reducció constant que, si continua així, ens abocaria a l'extinció de les opinadores a *La Vanguardia* en poc temps. Un temps que, des d'#OnSónLesDones, ens hem permès de calcular:



Si aquest descens continués al mateix ritme (una taxa de decreixement mensual del -6,3%), a les dones només ens quedaria un any d'opinar a *La Vanguardia*: el novembre de 2017 ja no n'hi hauria CAP. L'opinió de les dones s'hi hauria extingit. Òbviament, això és un pronòstic basat en la projecció que hem fet a partir d'un model de creixement lineal, calculat a partir de la tendència que mostra el diari en els cinc mesos que ha estat recomptat. Una projecció que no volem veure complerta, per descomptat!

Tornant a aquest novembre de 2016, en què a *La Vanguardia* encara hi ha un 15% d'opinatores, vegem com han anat les coses: s'han publicat als espais d'opinió del diari 612 articles, dels quals només 96 han estat firmats per dones. Observeu que en tots els casos el màxim de dones queda molt per sota del mínim d'homes, i que el màxim d'homes sempre duplica, com a mínim, el de dones.

LA VANGUARDIA, NOVENBRE

Mínim nombre d'articles d'opinió de dones	1	Mínim nombre d'articles d'opinió d'homes	13
Màxim nombre d'articles d'opinió de dones	9	Màxim nombre d'articles d'opinió d'homes	23
Mitjana diària d'articles d'opinió de dones	3	Mitjana diària d'articles d'opinió	21

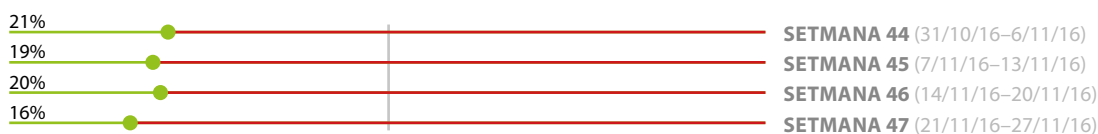
A #OnSónLesDones hem fet recompte també de les entrevistes publicades diàriament a La Contra, una de les seccions més llegides del diari i que es dedica cada dia a una personalitat destacada d'actualitat. Com en mesos anteriors, també aquest novembre el percentatge d'entrevistes a dones a La Contra de *La Vanguardia* és superior al d'articles d'opinió firmats per dones a les pàgines interiors del diari: un 27%. Sembla que és evident que el mateix diari reconeix a les dones, quan són entrevistades, un interès noticable superior al que està disposat a atorgar a la seva opinió, si bé encara molt inferior al que reconeix als homes, ja siguin entrevistats o articulistes.

El fet que *La Vanguardia* sigui el diari més venut i més llegit de Catalunya fa que aquestes dades siguin molt greus. Segons els controls de l'Oficina de Justificació de la Difusió (OJD), l'any 2015 *La Vanguardia* tenia una difusió a Catalunya de 129.000 exemplars al dia; segons els controls de l'Estudi General de Mitjans (EGM), aquests exemplars eren llegits per una mitjana diària de 657.000 lectors. Una bona part dels exemplars, per cert, són llegits gratuïtament perquè *La Vanguardia* es reparteix cada dia massivament en trens, biblioteques, sales d'espera i tota mena de locals públics gràcies a les subscripcions institucionals pagades amb els diners de tots... i de totes.

I ara arribem al fet més escandalós, i és que *La Vanguardia*, que és el diari que menys opinions de dones publica, i el menys paritari, va rebre l'any 2015 gairebé 6 milions d'euros en concepte de publicitat institucional, entre la Generalitat de Catalunya i l'Ajuntament de Barcelona. Com publicava *Crític* fa pocs mesos, 3,5 milions d'euros per part de l'Ajuntament de Barcelona i 2,31 milions d'euros per part de la Generalitat. En aquesta quantitat, cal afegir-hi gairebé un milió d'euros més de la Generalitat en concepte de subvencions estructurals per a l'edició en català i en subscripcions de diverses conselleries i organismes públics catalans.

Aquestes dades, publicades a la revista digital *Crític* els mesos de juliol i setembre passats, confirmen que el Grup Godó, al qual pertanyen *La Vanguardia*, RAC1 i 8TV, entre d'altres mitjans, és el hòlding mediàtic que va rebre l'any passat més diners de la Generalitat: un total de 6,2 milions d'euros, comptant els ajuts a les seves ràdio i televisió privades i al diari *Sport*. Per descomptat, *La Vanguardia* no és pas l'únic mitjà que rep diners públics en publicitat institucional, ajuts estructurals per publicar en català i subscripcions.

EL PERIÓDICO



També rep ajudes *El Periódico*, evidentment, com veurem després, i no pas poques. Aquest mes de novembre només un 19% dels articles d'opinió publicats per *El Periódico* estaven escrits per dones: 105 articles d'un total de 546.

EL PERIÓDICO, NOVENBRE

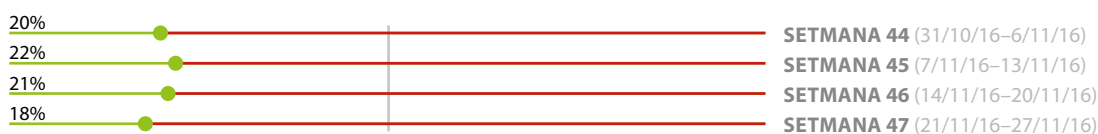
Mínim nombre d'articles d'opinió de dones	2	Mínim nombre d'articles d'opinió d'homes	11
Màxim nombre d'articles d'opinió de dones	7	Màxim nombre d'articles d'opinió d'homes	18
Mitjana diària d'articles d'opinió de dones	3,5	Mitjana diària d'articles d'opinió	18

#OnSónLesDones ha recomptat també les entrevistes de contraportada d'*El Periódico*, una de les seccions més llegides i que recull, en forma d'entrevista, les opinions d'una personalitat destacada d'actualitat. Tal com passa a *La*

Vanguardia, hi ha un fort contrast entre el percentatge d'entrevistades a la contraportada i el percentatge de dones autores d'articles d'opinió en pàgines interiors del diari, que, en el cas d'*El Periódico*, és del 50% aquest mes de novembre. També aquí hi ha una contradicció entre l'interès reconegut pel diari a les dones destacades per la seva relació amb temes d'actualitat i el desinterès per la seva opinió escrita, contradicció tan difícil de justificar amb arguments periodístics o de qualsevol altra mena.

El Periódico de Catalunya, amb una distribució que, segons els controls de l'OJD, va ser de 82.000 exemplars el 2015, i amb 513.000 lectors diaris, segons l'EGM per al mateix període, també rep ajuts institucionals copiosos. *Crític* publicava fa pocs mesos que l'Ajuntament de Barcelona havia destinat, el 2015, 2,6 milions d'euros amb publicitat institucional a *El Periódico*, i la Generalitat, 3,5 milions més, a part dels 625.000 euros concedits en concepte de subvencions estructurals per a l'edició en català i subscripcions.

EL PUNT AVUI



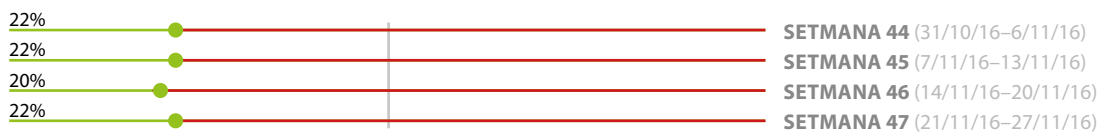
A *El Punt Avui*, el percentatge d'articles firmats per dones als espais d'opinió ha estat aquest mes de novembre del 20%. En xifres absolutes són un total de 496 articles, dels quals 95 han estat firmats per dones. Curiosament, la majoria d'articles firmats per dones no són a la secció d'opinió del diari, 'Punt de vista', on es publiquen els articles més extensos i ben situats, sinó que són a les seccions interiors i són molt més breus (sovint són articles de poques línies).

EL PUNT AVUI, NOVEMBRE

Mínim nombre d'articles d'opinió de dones	0	Mínim nombre d'articles d'opinió d'homes	10
Màxim nombre d'articles d'opinió de dones	6	Màxim nombre d'articles d'opinió d'homes	19
Mitjana diària d'articles d'opinió de dones	3	Mitjana diària d'articles d'opinió	17

El Punt Avui és el diari, seguint *Crític*, que va obtenir l'any passat més ajuts de la Generalitat en subscripcions, que, sumades als ajuts rebuts en subvencions a l'edició en català, van representar un total de 715.000 euros. En publicitat institucional de la Generalitat, *El Punt Avui* va rebre gairebé 2,5 milions, i l'Ajuntament de Barcelona hi va invertir 189.000 euros més. Segons els controls d'OJD, la difusió d'aquest diari durant el 2015 va ser de 23.306 exemplars diaris, als quals l'EGM atribueix una mitjana de 131.000 lectors.

DIARI ARA



El diari *Ara*, finalment, és el mitjà que ha publicat aquest novembre un percentatge més alt d'articles firmats per dones, un encara miserable 22% del total: 127 de 565. Les dades de l'*Ara* reflecteixen un tímid ascens, que aquest mes ha estat de 3 punts, però durant els últims cinc mesos les petites pujades i baixades han estat constants. L'*Ara* es va comprometre el mes de juliol a augmentar la presència de les dones als seus espais d'opinió. Encara estem esperant que materialitzi el seu compromís amb fets tangibles.

DIARI ARA, NOVEMBRE

Mínim nombre d'articles d'opinió de dones	1	Mínim nombre d'articles d'opinió d'homes	11
Màxim nombre d'articles d'opinió de dones	8	Màxim nombre d'articles d'opinió d'homes	23
Mitjana diària d'articles d'opinió de dones	4	Mitjana diària d'articles d'opinió	19

L'*Ara*, amb una distribució de 14.184 exemplars (OJD, per al 2015), té uns 120.000 lectors diaris (EGM, el mateix període). L'any passat va obtenir de la Generalitat contractes publicitaris per valor de 2,1 milions d'euros, i uns 440.000

euros de l'Ajuntament de Barcelona, als quals se sumarien –sempre segons publicava *Crític* aquest estiu– uns 690.000 euros de la Generalitat en subvencions per a l'edició en català i subscripcions.

Tots aquests ajuts i contractes publicitaris que els diaris nacionals en paper reben cada any, d'acord amb les normatives vigents, haurien d'anar condicionats al compliment de la Llei 17/2015, de 21 de juliol, d'igualtat efectiva de dones i homes. Aquesta llei estableix en el seu article 25, entre altres coses, que

els mitjans de comunicació escrita gestionats o subvencionats per les administracions públiques de Catalunya han de (...)

1.c) garantir una participació activa de les dones, la presència paritària de dones i homes i una imatge plural de tots dos sexes en tots els àmbits, amb una atenció especial als espais de coneixement i generació d'opinió

1.f) promoure l'autoria femenina mitjançant mecanismes d'acció positiva

1.h) reparar el dèficit de coneixement que pateixen les dones incorporant-ne en qualitat d'expertes, de protagonistes i com a persones de referència en els diferents mitjans de comunicació gestionats o subvencionats per les institucions públiques

6. Els mitjans de comunicació social de titularitat privada han de garantir el compliment de les mesures de l'apartat 1 i han de promoure les accions necessàries per a fer-les efectives.

#OnSónLesDones vol recordar a tots aquests mitjans que de manera evident menystenen i infrarepresenten l'opinió de les dones que ara mateix estan incomplint la llei. També reclamem al govern de la Generalitat de Catalunya que faci servir tots els instruments al seu abast per garantir-ne el compliment. Reclamem a les nostres institucions que no malbaratin recursos públics –pagats per totes i tots– subvencionant o contractant publicitat als mitjans que incompleixen la llei.

També cal que les empreses i entitats privades que s'anuncien en aquests mitjans –i que, per tant, els proporcionen part dels recursos econòmics per sobreviure– sàpiguen com tracta cadascun dels diaris l'opinió de les dones i fins a quin punt garanteixen o no la igualtat efectiva d'homes i dones. Els anunciants privats són conscients que les dones constitueixen un sector imprescindible dels seus consumidors i, en conseqüència, l'actitud dels mitjans en què s'anuncien pot influir tard o d'hora en la percepció dels seus productes. #OnSónLesDones començarà a fer extensius els informes mensuals a les empreses anunciants de cada mitjà. Alhora, si s'escau, els demanarà que reclamin dels respectius diaris un tractament més respectuós de l'opinió de les dones.

PREMSA DIGITAL

EL NACIONAL: juliol 11% agost 11% setembre 9% octubre 8% novembre 7%

NACIÓ DIGITAL: juliol 28% agost 41% setembre 33% octubre 32% novembre 30%

VILAWEB: juliol 29% agost 5% setembre 21% octubre 24% novembre 22%

CATALUNYA PLURAL: juliol – agost – setembre – octubre – novembre 41%

NOVEMBRE



Percentatge d'articles d'opinió firmats per dones respecte del total d'articles publicats en tots els mitjans: 19% (que són 68 de 367).

Els tres diaris digitals que #OnSónLesDones segueix des del mes de juliol han reduït durant el mes de novembre la participació de dones als seus espais d'opinió, deixant a part *Catalunya Plural*, que hem començat a recomptar aquest novembre per primera vegada. Cap d'aquests mitjans (*Vilaweb*, *Nació Digital* i *El Nacional*) no s'acosta a la paritat. Al contrari, sembla allunyar-se'n fins i tot *Nació Digital*, que durant el mes d'agost va assolir la paritat amb un 41%.

El resultat global, tenint en compte el total d'articles publicats en tots quatre mitjans durant el mes de novembre, és descoratjador: només un 19% han estat signats per dones. Les grans diferències entre els quatre mitjans recomptats fan que sigui imprescindible analitzar-los un per un.

VILAWEB



VilaWeb, amb un 22% d'articles d'opinió firmats per dones i un descens de 2 punts respecte del mes d'octubre, continua estancat i no s'hi albira cap canvi favorable. En el total del mes, 87 articles: 68 firmats per homes i 19 firmats per dones, amb 14 dies en què no hi havia cap article firmat per una dona! Amb xifres tan baixes, una oscil·lació d'un o dos punts en els percentatges és poc significativa, i confirma que la tendència és a l'estancament.

VILAWEB, NOVEMBRE

Mínim nombre d'articles d'opinió de dones	0	Mínim nombre d'articles d'opinió d'homes	0
Màxim nombre d'articles d'opinió de dones	2	Màxim nombre d'articles d'opinió d'homes	6
Mitjana diària d'articles d'opinió de dones	0,6	Mitjana diària d'articles d'opinió	3

Vilaweb és el diari digital que va tenir l'any passat més publicitat institucional de la Generalitat, amb 180.000 euros, segons publicava *Crític* el mes de juliol, xifra a la qual se sumaria una subvenció de 137.000 euros. També va rebre durant el 2015 publicitat institucional de l'Ajuntament de Barcelona per un import total de 24.000 euros, com publicava *Crític* el setembre passat. Segons les dades de l'OJD interactiva de desembre de 2015, l'audiència de *VilaWeb* era d'1,5 milions d'usuaris únics. Aquestes mateixes dades presentaven *Nació Digital* com a diari digital amb més audiència de Catalunya, amb 2,4 milions d'usuaris únics.

NACIÓ DIGITAL



Nació Digital ha assolit aquest novembre un percentatge d'articles escrits per dones del 30%, una xifra superior al 28% que havia assolit el juliol, però molt inferior al 41% del mes d'agost. Un descens decebedor, sobretot després de les noves incorporacions de col·laboradors i col·laboradores d'aquesta temporada, que s'havien anunciat com a igualitàries. Del total de 131 articles d'opinió publicats el novembre a *Nació Digital*, només 39 han estat escrits per dones.

NACIÓ DIGITAL, NOVENBRE

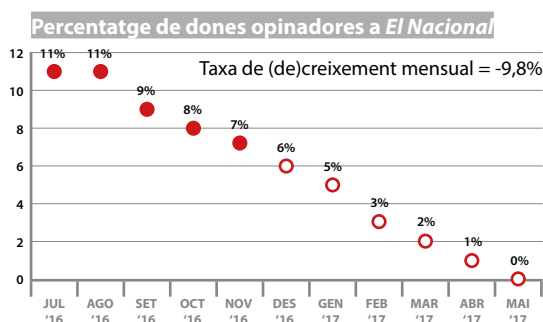
Mínim nombre d'articles d'opinió de dones	1	Mínim nombre d'articles d'opinió d'homes	2
Màxim nombre d'articles d'opinió de dones	2	Màxim nombre d'articles d'opinió d'homes	4
Mitjana diària d'articles d'opinió de dones	1	Mitjana diària d'articles d'opinió	4

Nació Digital va rebre 150.000 euros de la Generalitat en publicitat institucional durant el 2015, i 205.000 euros més en concepte de subvenció. Sempre segons *Crític*, l'Ajuntament de Barcelona hi va aportar 24.200 euros en publicitat institucional.

EL NACIONAL



La joia de la corona (masculina) és *El Nacional*. Amb un esquitit 7% d'opinatrices, aquest mitjà també ha protagonitzat un descens sostingut i vergonyós en la representació de l'opinió de les dones. Durant el novembre han publicat només 10 articles firmats per dones, i 139 firmats per homes. També en aquest mitjà les opinadores corren un risc imminent d'extinció, segons la projecció que hem fet a partir d'un model de creixement lineal, calculat a partir de la tendència que mostra el diari en els cinc mesos que ha estat recomptat per #OnSónLesDones.



EL NACIONAL, NOVENBRE

Mínim nombre d'articles d'opinió de dones	0	Mínim nombre d'articles d'opinió d'homes	2
Màxim nombre d'articles d'opinió de dones	1	Màxim nombre d'articles d'opinió d'homes	7
Mitjana diària d'articles d'opinió de dones	0,3	Mitjana diària d'articles d'opinió	5

Clarament, cada euro públic invertit a *El Nacional* contribuirà a silenciar l'opinió de les dones, encara amb més intensitat que els destinats a altres mitjans igualment no paritaris. No tenim dades sobre l'audiència d'aquest mitjà ni sobre els diners públics invertits en publicitat institucional o subvencions, tenint en compte que es tracta d'un diari aparegut el 2015.

CATALUNYA PLURAL



Finalment, aquest mes de novembre #OnSónLesDones ha començat a recomptar un altre diari digital, el *Catalunya Plural*, que debuta al recompte amb un percentatge del 41% d'articles firmats per dones, dada que el situa directa-

ment com a mitjà paritari. Recordem que, segons els paràmetres utilitzats en el nostre àmbit, la paritat s'entén com a "cap sexe per sota del 40%, cap sexe per sobre del 60%". De tota manera, a *Catalunya Plural* l'opinió no sembla que hi tingui un pes important, ja que no arriba a una mitjana de dos articles d'opinió diaris.

Catalunya Plural, editat per la Fundació Periodisme Plural, és un mitjà digital associat a eldiario.es, un diari digital d'àmbit espanyol. Durant aquest mes de novembre, *Catalunya Plural* ha publicat 32 articles d'opinió, 13 dels quals han estat firmats per dones.

CATALUNYA PLURAL, NOVENBRE

Mínim nombre d'articles d'opinió de dones en un dia	0	Mínim nombre d'articles d'opinió d'homes en un dia	0
Màxim nombre d'articles d'opinió de dones en un dia	2	Màxim nombre d'articles d'opinió d'homes en un dia	4
Mitjana diària d'articles d'opinió de dones	0,4	Mitjana diària d'articles d'opinió	1

Dies sense articles d'opinió: 8

No tenim dades d'audiència de *Catalunya Plural* ni sobre les aportacions institucionals en publicitat o subvencions que hagi pogut rebre durant el 2015.

A diferència dels diaris en paper, els percentatges assolits pels diaris digitals tenen una varietat que fa difícil fer-ne una avaluació conjunta. *Catalunya Plural*, en el seu primer mes de recompte, sembla una incorporació esperançadora, tot i tenint en compte que publica pocs articles d'opinió. Pel que fa a la resta de mitjans, tenen en comú el descens de la quantitat d'opinadores, lleu o poc significatiu aquest novembre a *VilaWeb* i *Nació Digital*, però marcant una tendència tràgica a *El Nacional*. Definitivament, la modernitat que s'associa als mitjans digitals no es correspon amb el seu tractament de l'opinió de les dones, força similar al de la premsa tradicional en paper.

Cal recordar a aquests mitjans que la modernitat tecnològica i les particularitats del seu format no els eximeixen d'haver de complir la llei, més encara en els casos en què –com es pot comprovar pel que fa a *Nació Digital* i *Vilaweb*– reben aportacions de diner públic per part de les institucions. També volem reclamar a les institucions públiques que exigeixin als mitjans catalans el respecte a les lleis pròpies de Catalunya, i volem recordar-los també que, amb les aportacions publicitàries i les subvencions, disposen d'un instrument potent per fer complir les lleis.

RÀDIO

EL MATÍ DE CATALUNYA RÀDIO: juliol 33% agost 44% setembre 38% octubre 40% novembre 39%

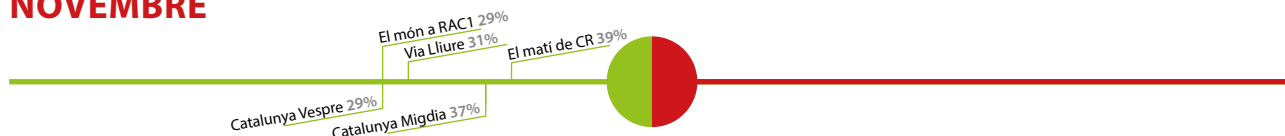
EL MÓN A RAC1: juliol 17% agost 24% setembre 21% octubre 28% novembre 29%

VIA LLIURE (RAC1): juliol 11% agost 39% setembre 22% octubre 30% novembre 31%

CATALUNYA MIGDIA: setembre 33% octubre 36% novembre 37%

CATALUNYA VESPRE: setembre 33% octubre 37% novembre 29%

NOVEMBRE



Percentatge total de dones opinadores als espais de debat i tertúlia analitzats: 33% (que són 121 dones de 368 persones).

El recompte de novembre de les principals tertúlies de la ràdio catalana mostra una variació molt petita respecte del mes d'octubre, amb pujades i baixades de només un punt... i una excepció dolorosa, que són els 8 punts que baixa d'una tacada el *Catalunya Vespre*. En conjunt, les dades de novembre confirmen la superioritat de la ràdio pública pel que fa a la representació de l'opinió de les dones. Amb tot, considerem molt negatiu el fet que es freni la tímida tendència ascendent que mostrava l'últim recompte d'#OnSónLesDones.

EL MÓN A RAC1



El Món a Rac1 és el programa de la ràdio catalana més escoltat, i aquest mes de novembre ha assolit el seu percentatge més alt fins ara, un 29%, amb 26 dones d'un total de 89 participants a la tertúlia. Encara hi ha hagut, però, dos dies sense cap dona a la taula mentre que el nombre d'homes no ha baixat mai de dos. De fet, dilluns, dijous i divendres els tertulians són fixos, sempre els mateixos: una dona i tres homes; quan una de les dones no hi pot anar, no hi queda cap dona. Dimarts i dimecres els tertulians són variables, i aquests dies de la setmana és freqüent que hi hagi dues dones, però no pas sempre.

EL MÓN A RAC1, NOVEMBRE

Nombre mínim de dones a la tertúlia/dia	0	Nombre mínim d'homes a la tertúlia/dia	2
Nombre màxim de dones a la tertúlia/dia	2	Nombre màxim d'homes a la tertúlia/dia	4
Mitjana diària de dones participants a la tertúlia	1	Mitjana diària de participants a la tertúlia	4

Al final del mes de novembre, el director i conductor del programa, Jordi Basté, anunciava que augmentaria el percentatge de dones "en el seu moment", advertint que la pressió "excessiva" pot ser "contraproductiva". Donades les xifres visibles en els recomptes, ens preguntem quan arribarà el moment adequat.

VIA LLIURE



Via Lliure és el magazín matinal dels caps de setmana a RAC1. Aquest mes de novembre han participat a la seva tertúlia d'actualitat un total de 29 persones, de les quals 9 eren dones, fet que representa un 31% del total. La variació

respecte del mes d'octubre, d'un punt a l'alça, és pràcticament imperceptible, i encara hi ha hagut un dia sense cap dona a la taula, on intervenen habitualment entre tres i quatre persones.

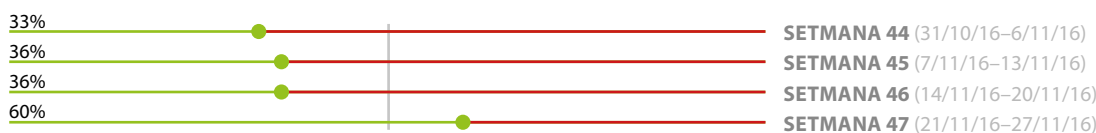
VIA LLIURE RAC1, NOVEMBRE

Nombre mínim de dones a la tertúlia/dia	0	Nombre mínim d'homes a la tertúlia/dia	2
Nombre màxim de dones a la tertúlia/dia	2	Nombre màxim d'homes a la tertúlia/dia	4
Mitjana diària de dones participants a la tertúlia	1	Mitjana diària de participants a la tertúlia	entre 3 i 4

RAC1, emissora privada del Grup Godó, és l'emissora més escoltada a Catalunya, amb 789.000 oients diaris, segons l'últim EGM, fet públic el 30 de novembre. *El Món a RAC1*, que s'emet de 6 a 12 del matí, és el programa amb més audiència de la ràdio catalana, amb 580.000 oients diaris, mentre que *Via Lliure* assoleix una audiència de 395.000 oients els dissabtes de 7 a 14 hores, i 335.000 els diumenges de 7 a 14 hores.

Segons publicava la revista digital *Crític* el passat mes de juliol, RAC1 va ingressar 485.000 euros en publicitat institucional de l'Ajuntament de Barcelona el 2015, xifra que la converteix en l'emissora amb més publicitat de l'Ajuntament. En el mateix període, i també segons un reportatge de *Crític* publicat el mes de setembre, l'aportació publicitària de la Generalitat de Catalunya va ser d'1,45 milions d'euros, als quals cal sumar 150.000 euros més en subvencions. RAC1 també és l'emissora amb més publicitat institucional de Catalunya, fet que fa especialment sagnant que no cedeixi a les dones ni un terç de representació als seus debats d'actualitat més importants. En el recompte global dels dos programes analitzats, les dones tenen una presència del 30%.

EL MATÍ DE CATALUNYA RÀDIO



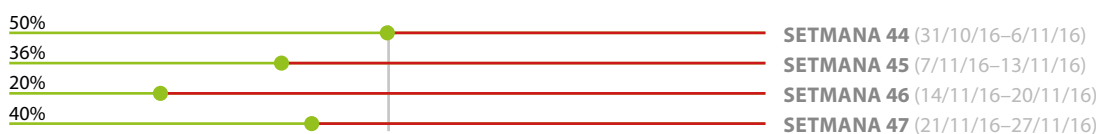
A les tertúlies d'actualitat de Catalunya Ràdio, l'emissora pública de la Generalitat de Catalunya, la situació és força diferent, si bé, tècnicament, aquest mes de novembre cap dels tres programes analitzats no ha assolit la paritat. *El Matí de Catalunya Ràdio*, que a l'octubre hi va arribar amb un 40%, ha baixat al 39%; el *Catalunya Migdia* es troba en un 37% (un punt més que a l'octubre) i el *Catalunya Vespre* ha fet un trist i significatiu descens, del 37% que tenia a l'octubre al 29% aquest novembre.

El Matí de Catalunya Ràdio, dirigit i presentat per Mònica Terribas cada matí de 6 a 13 hores, és el segon programa més escoltat a Catalunya, amb 448.000 seguidors, segons l'últim EGM. A les tertúlies d'aquest magazín d'actualitat hi han participat aquest novembre 109 persones, de les quals 42 eren dones. Aquest mes ja no hi ha hagut cap dia sense dones, i, curiosament, sí que hi ha hagut un dia en què totes les persones participants a la tertúlia, sis en total, eren dones: el 24 de novembre. Aquest dia es podria qualificar d'històric, i el celebrem, si bé és cert que també hem comptat 9 dies amb només UNA dona, mentre que de dies amb només UN home només n'hi ha hagut un.

EL MATÍ DE CATALUNYA RÀDIO, NOVEMBRE

Nombre mínim de dones a la tertúlia/dia	1	Nombre mínim d'homes a la tertúlia/dia	0
Nombre màxim de dones a la tertúlia/dia	6	Nombre màxim d'homes a la tertúlia/dia	4
Mitjana diària de dones participants a la tertúlia	2	Mitjana diària de participants a la tertúlia	5

CATALUNYA MIGDIA



El programa informatiu *Catalunya Migdia*, que s'emet de 14 a 16 hores i té una audiència, segons l'EGM, de 110.000 persones, té cada dia una tertúlia d'actualitat en què participen, a més dels presentadors, dues persones. Aquest mes, dels 43 participants, 16 han estat dones, xifra que suposa un percentatge del 37%: el més alt des que va co-

mençar a emetre's el programa, el passat mes de setembre. Aquí hi ha hagut dies sense dones i dies sense homes però no ens hem de fer gaires il·lusions: per 6 dies sense dones, només hi ha UN dia sense homes. Posats a prescindir, l'opinió de les dones sempre s'acaba considerant més prescindible.

CATALUNYA MIGDIA CATALUNYA RÀDIO, NOVEMBRE

Nombre mínim de dones a la tertúlia/dia	0	Nombre mínim d'homes a la tertúlia/dia	0
Nombre màxim de dones a la tertúlia/dia	2	Nombre màxim d'homes a la tertúlia/dia	2
Mitjana diària de dones participants a la tertúlia	entre 0 i 1	Mitjana diària de participants a la tertúlia	2

CATALUNYA VESPRE



La decepció mensual entre els programes analitzats de Catalunya Ràdio ha vingut aquest mes del *Catalunya Vespre*. La seva tertúlia diària ha baixat 8 punts d'una tacada i s'ha situat en un depriment 29% de participació de dones. De fet, només hi ha hagut 3 dones menys que el mes anterior, però és que a la seva tertúlia s'hi han incorporat 18 homes més. Si abans els homes eren majoria, ara s'amplia el biaix: 70 homes i 28 dones. Realment, ¿els homes tenen tantes més coses a explicar que les dones? Mai aquest novembre no hi ha hagut més de dues dones, però d'homes ha arribat a haver-n'hi fins a cinc i mai menys de dos. *Catalunya Vespre* té una audiència diària de 60.000 oients, segons l'últim EGM donat a conèixer el 30 de novembre.

CATALUNYA VESPRE CATALUNYA RÀDIO, NOVEMBRE

Nombre mínim de dones a la tertúlia/dia	1	Nombre mínim d'homes a la tertúlia/dia	2
Nombre màxim de dones a la tertúlia/dia	2	Nombre màxim d'homes a la tertúlia/dia	5
Mitjana diària de dones participants a la tertúlia	entre 1 i 2	Mitjana diària de participants a la tertúlia	entre 4 i 5

Catalunya Ràdio, la ràdio pública nacional de Catalunya, és la segona emissora més escoltada al país, amb 637.000 oients diaris, segons l'últim EGM. El seu pressupost està fixat pel Parlament de Catalunya, com el de tots els mitjans de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. A més de l'aportació pressupostària general, l'any 2015, segons *Crític*, Catalunya Ràdio va rebre de la Generalitat 297.000 euros en publicitat institucional, i de l'Ajuntament de Barcelona, 163.000 euros més.

El fet de ser un mitjà públic obliga Catalunya Ràdio a respectar de manera especial la Llei d'igualtat. Aquest novembre, la caiguda en picat de la xifra d'opinatores al *Catalunya Vespre* l'allunya cinc punts de la paritat "tècnica" (el 40%), que a l'octubre semblava a prop d'assolir, i marca una certa alarma d'estancament en la desigualtat. Des d'#OnSónLesDones animem l'equip de professionals de les emissores públiques a parar especial atenció a l'opinió de les dones i a avançar decididament cap a la plena paritat.

Pel que fa a RAC1, esperem que confirmi –i augmenti– la tendència cap a la millora dels seus percentatges, que queden encara per sota del terç de representació de l'opinió de les dones. No demanem hora per assolir la igualtat, ni es pot demanar tampoc a les dones que segueixin esperant pacientment no se sap què. És plenament factible assolir-la avui mateix si els mitjans assumeixen la seva responsabilitat. Ha arribat l'hora. Ja tenim una llei que obliga a fer-ho i unes aportacions econòmiques dels i les contribuents –en forma de publicitat institucional i subvencions– que fan inacceptable la infrarepresentació de la meitat de la població.

TELEVISIÓ

ELS MATINS (TV3): juliol 32% agost – setembre 43% octubre 40% novembre 42%

DIVENDRES (TV3): juliol 26% agost – setembre 25% octubre 37% novembre 37%

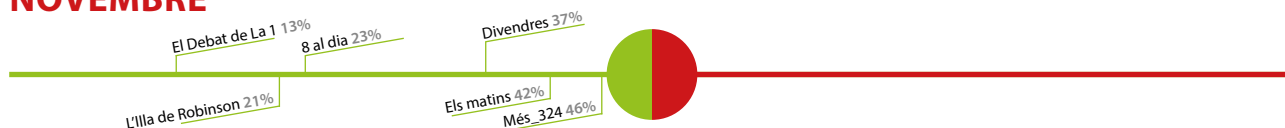
8 AL DIA (8TV): juliol 18% agost – setembre 22% octubre 24% novembre 23%

MÉS_324 (TV3): setembre 42% octubre 42% novembre 46%

L'ILLA DE ROBINSON (EL PUNT AVUI TV): juliol 12% agost – setembre 24% octubre 18% novembre 21%

EL DEBAT DE LA 1 (TVE): novembre 13%

NOVEMBRE



Percentatge de dones participants al total de les tertúlies del programes televisius recomptats: 35% (que són 188 de 539).

Un cop més, els programes de la televisió pública catalana analitzats durant el novembre ofereixen percentatges d'opinatores molt més alts, amb gran diferència, amb relació a la televisió pública espanyola i les televisions privades catalanes. TV3-Televisió de Catalunya ja té dos programes amb tertúlies paritàries: *Els Matins* i el *Més_324*, i un altre programa que supera de llarg el terç de dones tertulianes: *Divendres*, amb un 37%.

8 al Dia, de 8TV (Grup Godó), en canvi, baixa la proporció de dones opinadores fins al 23%, i *L'illa de Robinson*, del grup Hermes (El Punt Avui), puja 3 punts, tot i que no passa d'un pobre 21%. *El Debat de La 1*, un debat setmanal a TVE Catalunya, que comptabilitzem per primer cop, queda encara pitjor, amb un rònc 13%.

ELS MATINS



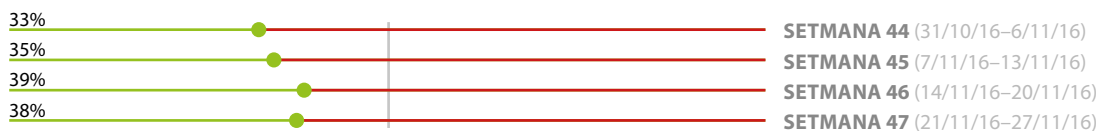
Durant aquest mes de novembre han participat a les tertúlies d'*Els Matins* de TV3 un total de 192 persones, dels quals 80 eren dones. El percentatge assolit de dones és del 42%, 2 punts més que el mes anterior.

ELS MATINS TV3, NOVEMBRE

Nombre mínim de dones opinadores/dia	2	Nombre mínim d'homes opinadors/dia	2
Nombre màxim de dones opinadores/dia	8	Nombre màxim d'homes opinadors/dia	12
Mitjana diària de dones participants a la tertúlia	4	Mitjana diària de participants a la tertúlia	9

Dies en què es va emetre el programa amb tertúlies: 21

DIVENDRES



El programa de les tardes, *Divendres*, s'ha mantingut el novembre en un 37% de participació de tertulianes, igual que el mes d'octubre. En total, 100 persones van participar a les seves tertúlies, de les quals 37 eren dones.

DIVENDRES TV3, NOVENBRE

Nombre mínim de dones opinadores/dia	1	Nombre mínim d'homes opinadors/dia	1
Nombre màxim de dones opinadores/dia	5	Nombre màxim d'homes opinadors/dia	5
Mitjana diària de dones participants a la tertúlia	2	Mitjana diària de participants a la tertúlia	6

Dies en què s'ha emès el programa amb tertúlies: 17

Cal assenyalar que la tertúlia setmanal de *Divendres* amb més participació de dones és la de cada dijous, quan es parla de temes del cor amb la tertúlia 'A cor obert'.

MÉS_324



El programa de TV3 amb més percentatge de dones a les seves tertúlies ha estat, durant tot el període recomptat, el *Més_324*, emès durant els mesos de setembre, octubre i novembre. Al llarg d'aquests tres mesos sempre ha estat un programa paritari, i ha estat aquest octubre, amb un 46%, el mes en què ha assolit el percentatge més alt. El *Més_324* ha tingut el mes de novembre un total de 78 persones a la seva tertúlia, de les quals 36 han estat dones.

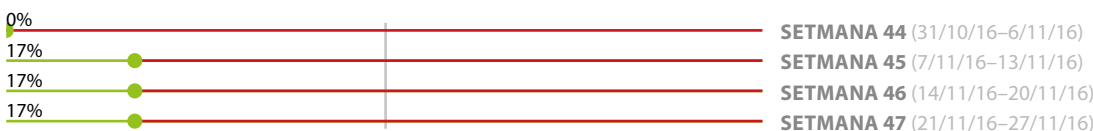
MÉS_324, NOVENBRE

Nombre mínim de dones opinadores/dia	1	Nombre mínim d'homes opinadors/dia	1
Nombre màxim de dones opinadores/dia	4	Nombre màxim d'homes opinadors/dia	4
Mitjana diària de dones participants a la tertúlia	2	Mitjana diària de participants a la tertúlia	4

Dies en què s'ha emès el programa amb tertúlies: 17

Segons *Crític*, el 2015 TV3 va ser el mitjà que va rebre més inversió publicitària per part de l'Ajuntament de Barcelona, amb gairebé 900.000 euros comptant la seva edició digital. La Generalitat hi va invertir molt més encara: 2,9 milions d'euros en anuncis. TV3 va ser, l'any 2015, el canal televisiu líder en audiència al Principat amb una quota del 12,5%.

EL DEBAT DE LA 1



TVE, en canvi, tot i ser també una televisió pública, no podria estar més lluny de la paritat. Aquest mes de novembre, #OnSónLesDones ha incorporat al recompte *El Debat de La 1*, el programa setmanal de debat polític de TVE Catalunya que s'emet els dijous a la nit. En aquest primer mes de recompte hi han entrat quatre edicions del programa, amb un total de 24 participants, dels quals només 3 eren dones. És una pèssima entrada del programa al recompte, doncs, ja que amb un 13% s'ha situat com el menys paritari dels analitzats.

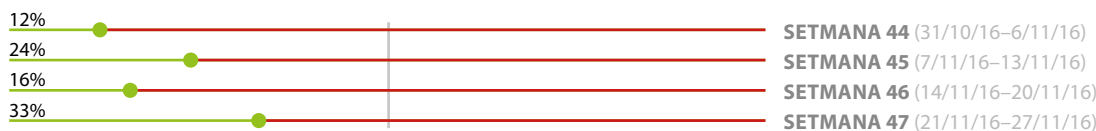
EL DEBAT DE LA 1, NOVENBRE

Nombre mínim de dones opinadores/setmana	0	Nombre mínim d'homes opinadors/setmana	5
Nombre màxim de dones opinadores/setmana	1	Nombre màxim d'homes opinadors/setmana	6
Mitjana diària de dones participants a la tertúlia	no arriba a 1	Mitjana diària de participants a la tertúlia	6

Dies en què s'ha emès el programa: 4

Els dos programes de televisions privades que ha recomptat #OnSónLesDones aquest mes de novembre són *8 al Dia*, de 8TV (Grup Godó), i *L'illa de Robinson*, d'El Punt Avui TV. *8 al Dia*, el magazín dels vespres de 8TV, continua estancat pel que fa a participació de les dones en les seves tertúlies. El programa, dirigit i presentat per Josep Cuní, amb un 23%, baixa el novembre un punt respecte a l'octubre, i amb un total de 82 participants durant aquest mes a les seves tertúlies, només s'hi han convidat 19 dones. Hi ha hagut 8 dies aquest mes sense cap dona opinant al plató. Mai no hi han faltat, com a mínim, 2 homes.

8 AL DIA



8 AL DIA, 8TV, NOVEMBRE

Nombre mínim de dones opinadores/dia	0	Nombre mínim d'homes opinadors/dia	2
Nombre màxim de dones opinadores/dia	3	Nombre màxim d'homes opinadors/dia	5
Mitjana diària de dones participants a la tertúlia	1	Mitjana diària de participants a la tertúlia	4

Dies en què s'ha emès el programa: 21

Segons les dades proporcionades per *Crític*, l'any 2015, 8TV, la televisió privada del Grup Godó, va rebre de la Generalitat prop d'1,8 milions d'euros en publicitat institucional. L'any passat 8TV tot just va assolir una quota del 3,3%. TV3, líder a Catalunya el 2015, el va tenir del 12,5%.

L'ILLA DE ROBINSON



Finalment, *L'illa de Robinson*, el debat diari d'El Punt Avui TV, cadena propietat del Grup Hermes (que també publica el diari *El Punt Avui*) continua pràcticament estancat pel que fa a la participació de dones a la seva tertúlia, amb un 21%, tot i que puja 3 punts respecte al mes d'octubre. Al llarg de novembre, van participar en aquest debat polític un total de 63 persones, de les quals 13 eren dones.

L'ILLA DE ROBINSON, EL PUNT AVUI TV, NOVEMBRE

Nombre mínim de dones opinadores/setmana	0	Nombre mínim d'homes opinadors/setmana	2
Nombre màxim de dones opinadores/setmana	1	Nombre màxim d'homes opinadors/setmana	4
Mitjana diària de dones participants a la tertúlia	1	Mitjana diària de participants a la tertúlia	4

Dies en què s'ha emès el programa: 16

Segons *Crític*, El Punt Avui TV va rebre de la Generalitat, l'any 2015, 630.000 euros en publicitat institucional. No tenim dades sobre l'audiència d'aquest canal.

El fet que TV3 sigui l'únic canal que mostra una tendència clara cap a la paritat en matèria d'opinió confirma que només l'aplicació de la Llei d'igualtat –que els canals públics estan especialment obligats a complir– garanteix una representació òptima de l'opinió de les dones als mitjans. En conjunt, als tres programes analitzats per #OnSónLesDones, TV3 presenta aquest novembre un percentatge del 41% d'opinatrices. Per contra, els dos programes analitzats per #OnSónLesDones de les televisions privades –amb un percentatge global del 22%– i el de la televisió pública espanyola, amb un 13%, continuen decidits a menystenir l'opinió de la meitat de la població. Negar la veu al que és, probablement, la meitat de la seva audiència, és una pràctica no només mancada d'ètica i d'intel·ligència corporativa, sinó que situa aquests mitjans directament fora de la llei. Amb les dades a la mà, convé recordar a les institucions catalanes, un cop més, que els recursos públics no es poden malbaratar en mitjans que infrarepresenten l'opinió de la meitat de la societat.

Els gràfics per setmanes que han aparegut en informes anteriors contenen un error en el número de la setmana. Per exemple, consideràvem que la setmana que començava el 4 de juliol era la setmana 28 de 2016 quan, en realitat, era la setmana 27. En aquest informe de novembre la dada ja és correcta.