



# **DONES A LA COMUNICACIÓ**

**Els Consells de redacció dels mitjans de comunicació catalans**

Mavi Carrasco Rocamora i Marta Corcoy Rius  
Amb la col·laboració d'Esther Molas  
Associació de Dones Periodistes de Catalunya

MARÇ DE 2019

# **Índex**

**Introducció**

**Objectius i Metodologia**

**Breu repàs històric de la situació de la dona periodista en el darrer terç del segle XX**

**DONES A LA COMUNICACIÓ. L'accés als càrrecs de responsabilitat**

**Conclusions**

**Bibliografia**

**Annex. Les directores**

Amb el suport de



Generalitat de Catalunya  
**Institut Català de les Dones**

## Introducció

L' Associació de Dones Periodistes de Catalunya (ADPC) va néixer fa més de 25 anys amb tres objectius molt definits:

- Promoure una imatge digna de les dones en els mitjans, en tant que professionals, protagonistes o usuàries
- Treballar per al reconeixement de la igualtat professional de les dones periodistes
- I aconseguir l'accés als llocs de decisió en els mitjans de comunicació

Així, totes les activitats i accions que es duen a terme des de l'associació intenten contribuir a aquests objectius, ja sigui a través de l'anàlisi, visualitzant els problemes i els encerts o el treball realitzat per elles i/o plantejant dades i eines per al debat.

En aquest marc, s'inscriuen els informes periòdics que des de l'ADPC es realitzen sobre l'estat de la qüestió de les dones en els mitjans de comunicació i l'accés de les professionals als llocs de decisió. El primer informe es va realitzar l'any 1992 i va ser actualitzat el 2002.

El present informe s'ha focalitzat en l'accés de les dones als llocs de decisió.

## 1.- Objectius i Metodologia

El principal objectiu és conèixer el nombre de dones respecte als homes que han assolit càrrecs de responsabilitat en els mitjans de comunicació a Catalunya<sup>1</sup>.

A més, i com un segon objectiu, hem desitjat obtenir una visió més ample del món professional, motiu pel qual no ens hem restringit només als mitjans de comunicació, sinó que hem obert la mirada al món acadèmic i als gabinets de comunicació, tant d'institucions públiques com de privades.

L'estudi, evidentment per la seves característiques, és una anàlisi quantitativa. S'ha elaborat en dues fases. La primera es va tancar la tardor del 2017<sup>2</sup> i la segona a la tardor del 2018, amb una revisió al gener-febrer del 2019.

La recerca s'ha realitzat a partir de diverses bases de dades elaborades especialment per a aquesta investigació:

- la base de dades del món acadèmic (finalitzada a la tardor 2017):  
La mostra analitzada correspon a les facultats i departaments de comunicació de les universitats catalanes tant públiques com privades<sup>3</sup>. S'ha comptabilitzat el nombre de professores i professors; els i les components dels equips, i s'ha prestat especial atenció a la direcció dels departaments així com a la direcció dels deganats.
- la base de dades dels gabinets de comunicació (finalitzada a la tardor 2017):  
Per a l'estudi de l'accés als càrrecs de direcció de les professionals en l'àmbit dels gabinets de comunicació, s'han analitzat tant institucions públiques com privades. Així, la mostra està formada per la Generalitat de Catalunya, les 4

---

<sup>1</sup> L'Estudi centra la seva atenció, sobretot, en la realitat catalana. En alguns punt per poder contextualitzar, s'ha ampliat l'anàlisi a tot l'Estat espanyol. Considerem que les dades obtingudes a nivell català fàcilment es poden extrapolar a la resta de Comunitat Autònomes, tot i que la nostra intenció és corroborar aquestes intuïcions fruit d'una mirada ràpida, amb una ampliació del projecte.

<sup>2</sup> Radiografia que mostrem correspon a la tardor del 2017 i poden haver variat en aquest darrer any. La nostra intenció és anar actualitzant periòdicament aquestes dades. Igualment, les dades són totalment vàlides per veure on se situen les dones.

<sup>3</sup> Han quedat excloses de l'anàlisi aquelles facultats i departaments que engloben diverses àrees i no només les de comunicació.

diputacions catalanes i els ajuntaments de més de 50.000 habitants<sup>4</sup>, en quant als gabinets de comunicació d'institucions públiques. I respecte a les institucions privades, s'han analitzat els gabinets de les empreses "catalanes" que donat la seva facturació són les més grans i importants: les que cotitzen a IBEX35<sup>5</sup>.

- La base de dades dels principals mitjans a nivell estatal (finalitzada a tardor 2017 i revisada a gener 2019) S'han analitzat els 160 mitjans d'àmbit estatal que figuren a l'Agenda de la Comunicació: 120, el 75% corresponen a premsa en paper; i 40, el 25%, corresponen a premsa digital. La mostra ha estat obtinguda a partir de l'Agenda de la Comunicació que Presidència del Govern d'Espanya publica anualment.

(<http://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/agendacom/Paginas/index.aspx?Nivel1=90>)

- La base de dades dels mitjans de comunicació a Catalunya: A Catalunya, a dia d'avui, existeixen uns 2.300 mitjans de comunicació actius. En aquesta xifra estan inclosos els mitjans escrits tradicionals, digitals, ràdios i televisions, tant públics com privats, d'àmbit generalista, local i/o comarcal i de periodicitats diverses així com els webs de les diferents institucions (Ajuntaments, consells comarcals...)

- Primera fase (finalitzada a la tardor del 2017): Es van analitzar 1.043 mitjans, els quals van ser seleccionats segons el tipus de mitjà de forma proporcional al global de mitjans existents. En aquesta primera fase es va analitzar les direccions dels mitjans.

---

<sup>4</sup> En total són 23 municipis: Barcelona, L'Hospitalet de Llobregat, Badalona, Terrassa, Sabadell, Lleida, Tarragona, Mataró, Santa Coloma de Gramenet, Reus, Girona, Sant Cugat del Vallès, Cornellà de Llobregat, Sant Boi de Llobregat, Rubí, Manresa, Vilanova i la Geltrú, Viladecans, Castelldefels, El Prat de Llobregat, Granollers, Cerdanyola del Vallès i Mollet del Vallès.

<sup>5</sup> Es tractaven de 7 empreses. L'extracció de dades es va realitzar abans quela complicada situació política provoqués el canvi de seu social fora de Catalunya de la majoria d'aquestes empreses.

- Segona fase (finalitzada a la tardor 2018, revisada gener 2019):

En aquesta segona fase, hem volgut ampliar la mirada i analitzar no només les dones directores de mitjans, sinó també totes les dones que podem trobar als òrgans de direcció dels mitjans, és a dir, aquelles que formen part dels Consells de Redacció. Hem treballat amb dues mostres diferents i molt més reduïdes que l'anterior però igualment seleccionades tenint en compte els criteris d'implantació dels mitjans segons la seva tirada/audiència; i segons l'àmbit d'actuació (comarcal, local o generalista). De la primera mostra formada per uns 77 mitjans, hem centrat la nostra atenció només en les direccions, per actualitzar les dades obtingudes al 2017. La segona mostra formada per 44 mitjans n'hem analitzat la composició de les redaccions i dels Consells de Redacció.

Creiem oportú comentar la dificultat per confeccionar i aconseguir la informació. Per una banda, ens hem trobat amb una certa resistència i opacitat per part d'alguns mitjans a l'hora de fer públiques aquestes dades. Per l'altra banda, la dificultat l'hem trobat en què les estructures de funcionament de molts mitjans, sobretot dels més petits d'àmbit local i comarcal, no s'ajusten a l'esquema clàssic de Direcció, Sotsdirecció, Caps de Redacció i Caps de Secció. A més, aquest esquema tampoc funciona exactament igual en els mitjans audiovisuals i/o digitals. Tot i això, hem intentat diferenciar qui ostenta les responsabilitats en cadascun dels mitjans i hem intentat establir una jerarquia per poder veure on se situen les dones.

## 2.- Breu repàs històric de la situació de la dona periodista en el darrer terç del segle xx

Segons una recent tesi doctoral<sup>6</sup> dirigida per la catedràtica Amparo Moreno Sardà, les dones van accedir de forma massiva com a professionals als mitjans de comunicació un cop finalitzada la transició, entre l'any 1982 i 1986 i sobretot a partir d'aquest any.

L'any 1986, les seccions amb una major representació de professionals dones publicant en elles eren les de "Societat" i "Cultura". Les dues sumaven el 53% de les unitats informatives que les periodistes van signar en aquest any. Així, les dones es concentraven en les anomenades seccions toves, considerades de menor prestigi i destinades a temes relatius a l'oci o a aquelles informacions d'interès humà.

Així i tot, no es pot negar que les dones, a poc a poc, també van accedir a les seccions dures dels diaris, sobretot, a "Política" i a "Opinió". Aquest canvi va començar a ser més visible a la fi dels anys 70 i als 80. El 1986, el 15% de les unitats informatives publicades que tenien com a autora a una dona corresponia a la secció de "Política" i el 12% a la d'"Opinió".

No obstant això, l'augment de la presència de dones periodistes a les seccions dures no va venir motivat, tant per un accés generalitzat de les dones a elles, sinó pel reconeixement a la vàlua professional d'unes poques.

També és a partir dels anys 80 quan comença a ser generalitzada la presència de dones periodistes en els càrrecs directius dels diaris. Tot i que en un percentatge que no superava en cap cas el 15% i la gran majoria eren com a caps de secció, és a dir, mai en la direcció o a la sotsdirecció del mitjà.

El pas dels anys no sembla haver variat excessivament aquesta situació. L'ADPC va realitzar un primer estudi l'any 1992 on analitzava el nombre de professionals dones que treballava en els mitjans i quantes ocupen llocs directius. En premsa diària, les

---

<sup>6</sup> Carrasco Rocamora, Mavi (2017) *Periodismo en Cataluña, de la dictadura a la democracia: la incorporación de las mujeres a las redacciones de los diarios de información general (1966-1986)*. Direcció: Amparo Moreno Sardà, Universitat Autònoma de Barcelona. Tesi doctoral: <http://hdl.handle.net/10803/457748>

La recerca analitza la presència i la visibilitat de les dones periodistes en els diaris d'informació general i en llurs seccions a partir de les unitats informatives publicades que estan signades per dones.

professionals dones representaven un 22% de les redaccions i només tenien càrrecs en els consells de redacció un 11%. A les agències d'informació la situació millorava una mica: les redaccions estaven formades per un 33% de dones periodistes, encara que amb càrrecs de responsabilitat només hi havia un 15%.

Deu anys més tard, el 2002, l'ADPC va actualitzar les dades d'aquest mateix estudi. La presència de les dones en les redaccions en premsa diària havia pujat 8 punts i se situava en el 30%. No obstant això, aquest augment no s'havia reflectit en les dones que accedien a llocs de responsabilitat dins l'estructura del mitjà. Així, en 10 anys, es va passar de l'11% al 13%. En canvi, en les agències d'informació es va aconseguir la paritat tant en la composició de la redacció com en els càrrecs de directius.

D'altra banda, i enllaçant amb el que s'exposarà uns paràgrafs més enrere, un estudi realitzat l'any 2013 de forma conjunta per l'Observatori Cultural de Gènere ([observatoricultural.blogspot.com.es/](http://observatoricultural.blogspot.com.es/)) i l'Associació de Dones Periodistes de Catalunya (<http://www.adpc.cat>) i titulat *Tenen veu les dones al periodisme d'opinió?*<sup>7</sup>. Va obtenir com a resultats que en els espais d'Opinió només apareixien, de mitjana, un 24% de dones. La ràdio és la que aconseguia una major visibilitat de dones opinadores, amb un 26%; seguida de la televisió que no arribava al 24%. La premsa escrita és la que menys veu donava a les dones, amb només un 21% de dones.

L'estudi conclouia que aquestes xifres estaven molt lluny de la paritat i per sota de la xifra de les dones que exercien el periodisme a Catalunya en aquell any, un 37% del total de professionals.

---

<sup>7</sup> La investigació analitza la representativitat de dones i homes en els espais d'opinió de la premsa escrita i també de les tertúlies i programes de debat de ràdio i televisió. La mostra va està formada per 7 capçaleres de premsa escrita, 10 programes de ràdio i 11 programes de televisió. Es va dur a terme durant un període de 15 dies del mes d'abril de 2015. La recerca es pot consultar a: ([http://www.adpc.cat/new\\_site/wpcontent/uploads/2013/07/1\\_informeOCG\\_tenenVeu.pdf](http://www.adpc.cat/new_site/wpcontent/uploads/2013/07/1_informeOCG_tenenVeu.pdf))



### **3.- DONES A LA COMUNICACIÓ. L'accés als càrrecs de responsabilitat**

Segons *l'Informe anual de la Profesió periodística 2016* que edita l'Associació de Premsa de Madrid i que en aquesta edició va analitzar la situació dels i de les professionals acabats de llicenciar, entre l'any 2011 i l'any 2015 es van llicenciar en periodisme més de 16.000 joves, dels quals al voltant del 64% eren dones.

Tot i que la feminització dels estudis universitaris no és una qüestió aïllada de les carreres vinculades a la comunicació, -sinó que es fa extensible a tots els programes de les àrees d'humanitats i ciències socials (no així de les carreres tècniques i científiques) -, no és un aspecte menor remarcar que la tendència, que ja s'observava en els anys 90, s'hagi consolidat en els primers 15 anys del segle XXI.

Ara bé, aquesta més afluència a les aules de les dones es veu reflectida en el món professional? És a dir, hi ha més dones exercint que homes? I, si hi ha més dones professionals, no seria lògic deduir que el nombre dones en els càrrecs de responsabilitat hauria de ser més elevada que el dels homes?

Aquesta recerca intenta donar resposta a totes aquestes preguntes.

#### **3.1 Dones i càrrecs de responsabilitat en el món acadèmic**

El 41% del professorat dels estudis de comunicació de les universitats catalanes són dones. Per tant, podem afirmar que hi ha paritat.

En els equips directius dels departaments de comunicació la paritat es manté. Així, el 50% dels membres són dones. En canvi, si ens fixem en el càrrec de director o directora el percentatge de dones es redueix al 25%.

Pel que fa als deganats, la presència femenina en els equips de direcció és del 26% i només trobem un 20% de deganes.

### **3.2 Dones a la direcció dels gabinets de comunicació**

La mostra, tal i com hem anunciat, correspon als responsables de comunicació de la Generalitat de Catalunya, de les Diputacions i dels 23 ajuntaments dels municipis de més de 50.000 habitants, pel que fa al sector públic. Pel que fa al sector privat, són les empreses catalanes que cotitzen a l'IBEX-35.

Les dones estan al capdavant el 61% en els gabinets de comunicació públics. Així, 3 de les quatre diputacions -Barcelona, Tarragona i Lleida- tenen a una dona com a responsable màxima dels departaments de comunicació. La Diputació de Girona i la Generalitat de Catalunya tenen a un home. Pel que fa als ajuntaments, 14 dels 23 tenen a dones com a caps de comunicació.

Aquesta situació és totalment diferent al que passa en el sector privat: les 7 empreses que cotitzen a l'IBEX 35 tenen al davant un home. Podem trobar dones en càrrecs mitjos dins de l'estructura dels departaments de màrqueting i comunicació, dirigint alguna àrea específica, però els responsables màxims són en tots els casos homes.

### **3.2 Dones als mitjans de comunicació**

El darrer informe del Projecte de Monitorització Global de Mitjans<sup>8</sup> (GMMP) realitzat en 2015 posa de manifest que la presència de dones a les redaccions ha arribat a la paritat. Pràcticament el 56% de les redaccions dels mitjans està formada per dones: en premsa escrita, elles representaven un 44%; en ràdio, el 59% i en televisió, el 64%.

---

<sup>8</sup> El GMMP és una investigació a nivell mundial en la qual voluntaris i voluntàries analitzen la presència de dones en els espais informatius de ràdio, televisió i premsa escrita. Se centra sobretot en les dones com a subjectes de les notícies, les seccions en què apareixen, els temes i les descripcions que reben. A més, també examina la producció professional, l'autoria de les notícies, la presentació dels informatius, les fonts, etc., per valorar la influència del gènere en el treball dels i les periodistes. Es va realitzar per primera vegada el 1995 amb la participació de 71 països. L'anàlisi s'actualitza cada 5 anys. L'últim monitoratge es va dur a terme el 25 març de 2015 i van participar-hi 114 països. En aquesta edició per primera vegada es va analitzar també els missatges de la xarxa social Twitter. Els resultats es poden consultar a: <http://www.donesdigital.cat/noticia/1158/las-mujeres-no-estan-en-las-agendas-de-los-medios-de-comunicacion/>

Si centrem l'atenció només en les locutores de ràdio o presentadores de televisió, aquests percentatges es mantenen i fins i tot augmenten: el 55% de professionals que apareixen a les pantalles del televisor i el 74% de les veus radiofòniques són dones.

No obstant això, el propi estudi conclou que aquesta feminització de la professió s'ha produït en un context de crisi en el sector que ha comportat una reducció salarial, precarietat i pitjors condicions laborals.

A més, destaca que en el cas de les presentadores de televisió, aquestes són escollides per la seva joventut i atractiu físic i s'observa una discriminació respecte a l'edat: els homes perduren més temps davant de les càmeres, és a dir, la vida professional de la dona és més curta, ja que en envellir la substitueixen.

Tot i els problemes plantejats, els resultats es poden qualificar de positius. Ara bé, aquesta paritat en les redaccions dels diaris també es veu reflectida en la direcció dels mitjans?

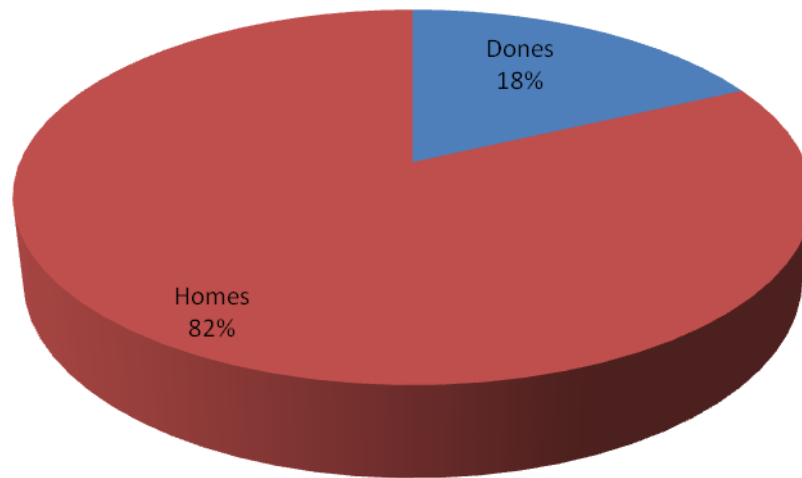
### **3.2.1 Les dones a la direcció dels mitjans d'informació general i mitjans digitals d'àmbit estatal**

Com hem comentat anteriorment, s'han analitzat recentment (gener de 2019) 160 mitjans escrits d'informació general tant en format paper -que representen el 75% de la mostra- com digital, el 25% .

Tal com mostra el "Gràfic 1", les dones dirigeixen només el 18% dels mitjans analitzats.

Gràfic 1. Dones i homes a la direcció dels principals mitjans escrits d'àmbit estatal

### Mitjans generals d'àmbit estatal. Direcció per sexe.



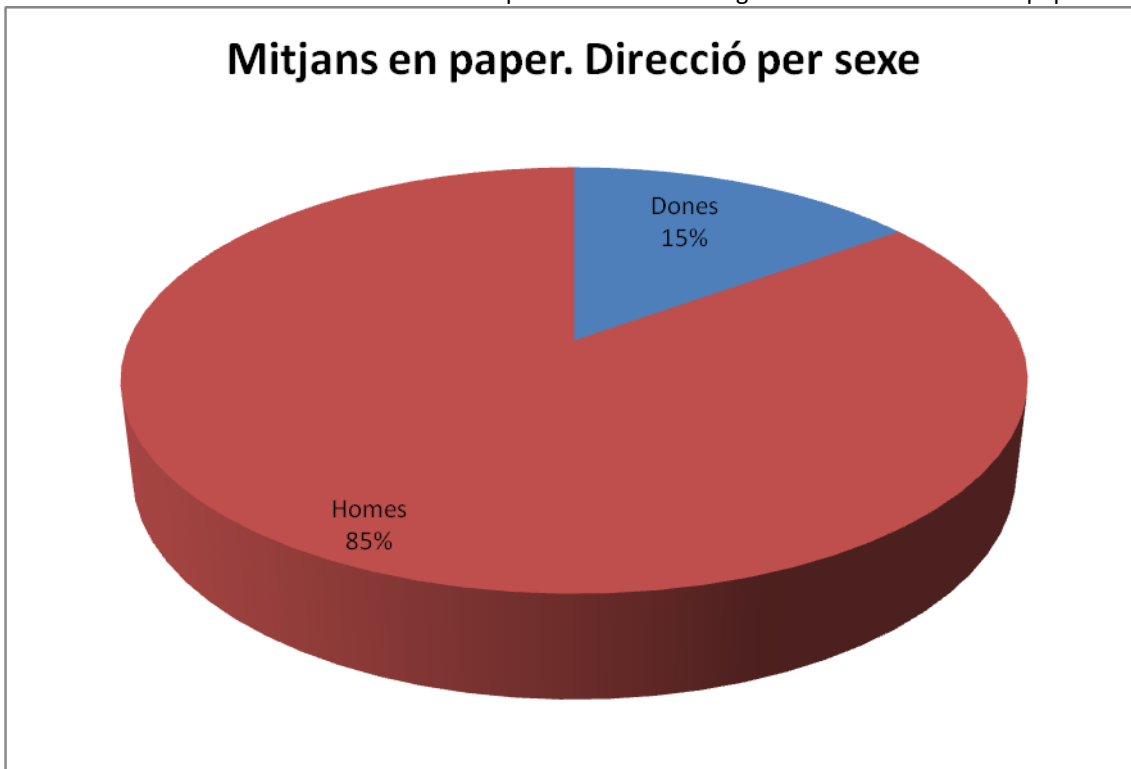
A més, si centrem l'atenció en els 15 diaris (en paper) més llegits a Espanya, només trobaríem dues dones al capdavant d'un mitjà. Es tracta de *La Nueva España de Asturias*, dirigit per Ángeles Rivero Velasco Velasco i recentment El País amb Soledad Gallego-Díaz

Com a positiu, cal destacar que un 33% de la premsa econòmica té una dona com a directora. En l'altre extrem trobem la premsa esportiva, on no hi ha cap dona a la direcció.

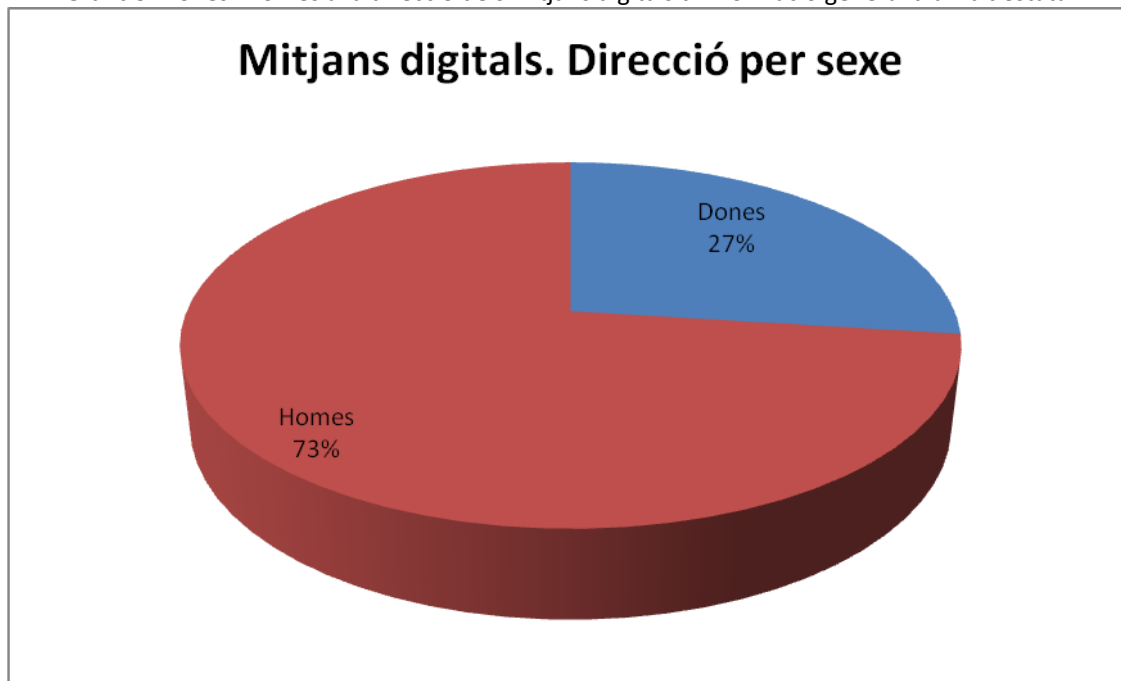
D'altra banda, una idea que es repeteix en diferents fòrums i jornades que parlen del paper i la presència de les dones en la professió és que els mitjans digitals semblen haver trencat el sostre de vidre, i que, en aquests mitjans és més comú trobar a les professionals en la direcció.

Observem els següents gràfics:

Gràfic 2. Dones i homes a la direcció de la premsa d'informació general d'àmbit estatal en paper



Gràfic 3. Dones i homes a la direcció dels mitjans digitals d'informació general d'àmbit estatal



Només un 15% de dones dirigeixen diaris d'informació general a Espanya davant del 27% de professionals femenines que estan al capdavant d'un mitjà digital. Si bé és cert,

que els mitjans digitals sumen 12 punts percentuals més que la premsa en format paper, el resultat final segueix sent molt inferior a una situació que poguéssim considerar de paritat.

Ara bé, aquestes dades estan actualitzades a gener del 2019. Podem observar, una millora davant dels resultats obtinguts al finalitzar la primera fase de la recerca al 2017. Llavors, la mitjana de dones directores era del 13% (5 punts percentuals menys). Les dones que dirigien diaris en format paper representaven el 10% (5 punts percentuals menys) i les que estaven al capdavant d'un mitjà digital, el 17% (10 punts percentuals menys).

### **3.2.2 Les dones als mitjans de comunicació de Catalunya**

#### **3.2.2.1 La direcció als mitjans de comunicació de Catalunya**

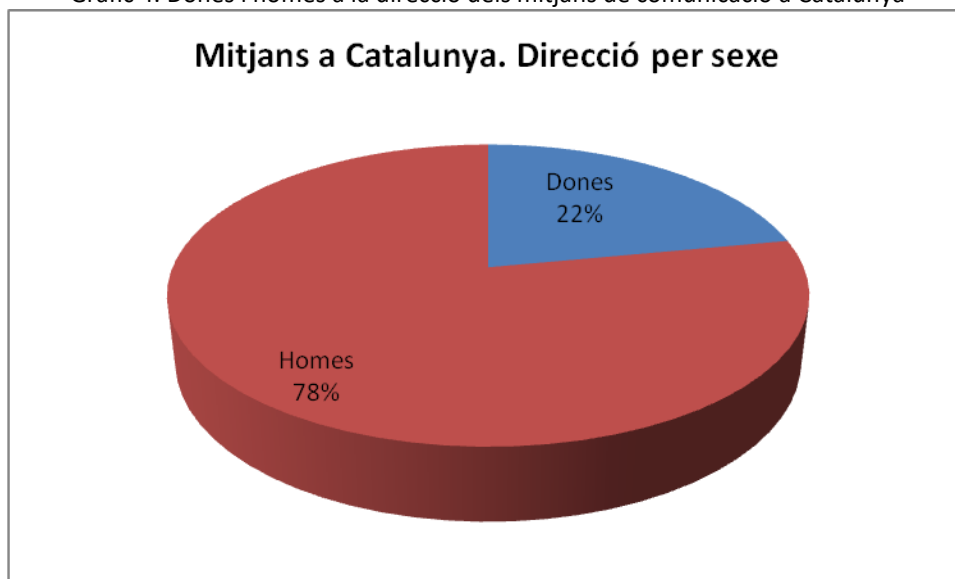
El primer que cal explicar és que entre els mitjans analitzats trobem direccions ocupades per una sola persona, direccions col·legiades per 2 persones, i direccions realitzades a partir d'equips col·legiats. A aquest darrer grup pertanyen mitjans petits locals i comarcals i/o revistes. Així, de la mostra analitzada el 5% les direccions estan formades per equips, el 12% per dues persones<sup>9</sup> i el 83% per una sola persona.

Tenint en compte això, podem afirmar que al capdavant dels mitjans de comunicació de Catalunya trobem un 22% de dones i un 78% d'homes. I que els diaris que tenen com a mínim una dona a la direcció representen el 21%. (En nombres absoluts trobem que hi ha 82 persones que dirigeixen 77 mitjans, de les quals 64 són homes i 18 dones. Els mitjans que tenen com a mínim una dona a la direcció són 16).

---

<sup>9</sup> Entre d'altres casos, en aquest grup trobem diaris com *El Mundo* i *El País*, en el qual hem comptant la direcció del diari a Madrid i la coordinació/direcció de l'edició de Barcelona.

Gràfic 4. Dones i homes a la direcció dels mitjans de comunicació a Catalunya



És interessant veure que entre les direccions col·legiades per 2 persones, en el 67% dels mitjans totes dues persones són homes, en l'11%, la direcció és mixta (és el cas d'*El País*) i el 22% les dues persones que dirigeixen el mitjà són dones (*Som i Surtdecasa*).

Finalment, només ens cal subratllar dues conclusions que vam poder demostrar a la primera fase de la recerca finalitzada a la tardor del 2017 i que tenia una mostra de més de 1.000 mitjans:

- La proliferació de les dones al capdavant dels mitjans de comunicació augmenta quan la importància i l'àmbit territorial que abasta és més petit. Aquesta és una de les raons per les quals el percentatge de dones dirigint mitjans a Catalunya sigui lleugerament superior a la mitjana espanyola. És més, dels mitjans més importants de Catalunya, per la seva tirada/audiència i pel seu abast territorial, només 1, l'*ARA* està dirigit per una dona: Esther Vera.
- L'anàlisi sembla indicar que les dones tenen més oportunitats d'acabar dirigint un mitjà públic. El percentatge de dones directores d'aquests mitjans és sensiblement superior que en els mitjans privats.

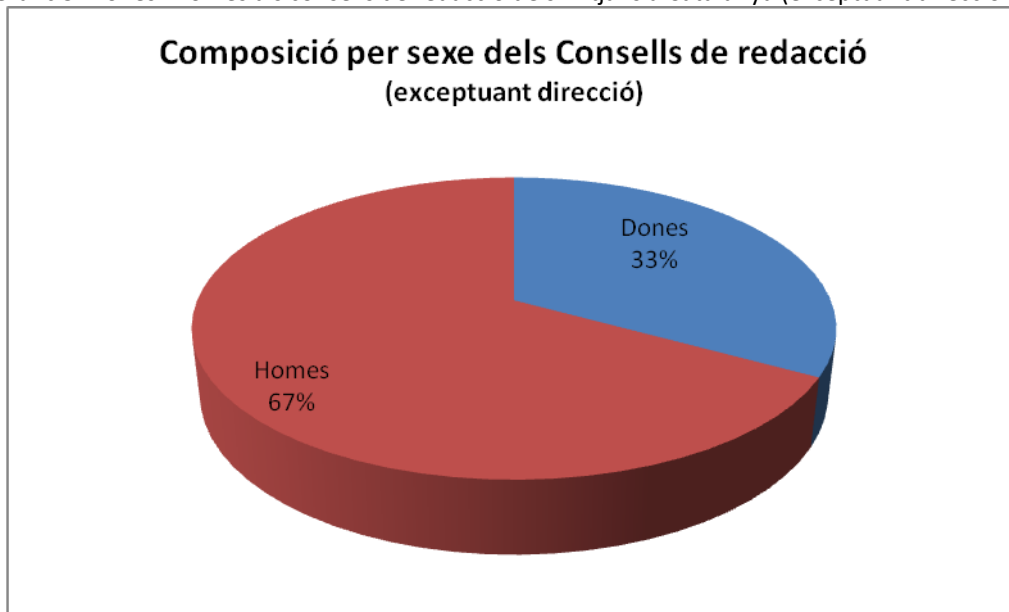
### 3.2.2.2 Les dones i els consells de redaccions (exceptuant les direccions)

En l'estructura clàssica dels mitjans de comunicació, que correspon sobretot a la premsa escrita, els Consells de Redacció, -l'òrgan que pren les decisions d'allò que es publica- està format per ordre jeràrquic per la direcció, sotsdirecció, els redactors/-es en cap, i els i les caps de secció.

La mostra analitzada està formada per 44 mitjans dels quals 3 d'ells, un 7%, no tenen cap persona ocupant cap càrrec de responsabilitat a part de la direcció; un 34% dels mitjans, no tenen cap sotsdirector o sotsdirectora; un 34%, no tenen cap redactor o redactora en cap; i, 63%, no tenen cap persona en els càrrecs de caps de secció.

Si exceptuem la direcció, que ja hem analitzat en l'apartat anterior, a dia d'avui hi ha un 33% de dones formant part en els Consells de Redacció dels mitjans de comunicació catalans: 292 persones ocupen càrrecs de decisió de les quals 95 són dones.

Gràfic 5. Dones i homes als consells de redacció dels mitjans a Catalunya (exceptuant direccions)



Si miren el percentatge mitjà de dones ocupant llocs de responsabilitat per mitjà de comunicació, és a dir, la presència mitjana de la dona en els Consells de Redacció per mitjà, aquesta xifra baixa una mica: el 32%.



Finalment, si incorporem a l'anàlisi les directores de diaris, el percentatge de dones que ocupen càrrecs de responsabilitat disminueix al 31%; i la presència mitjana de dones per diari també baixa al 31%.

#### SOTSDIRECTORES

En la mostra analitzada hem trobat 83 persones ocupant la subdirecció del mitjà, de les quals un 29% són dones.

La presència mitjana per diari de dones al càrrec de sotsdirectora és del 33%.

#### REDACTORES CAP

En els mitjans analitzats hem trobat que hi ha 110 persones que tenen el càrrec de caps de redacció, de les quals el 31% són dones.

La presència mitjana per diari de dones al càrrec caps de redacció és també del 31%.

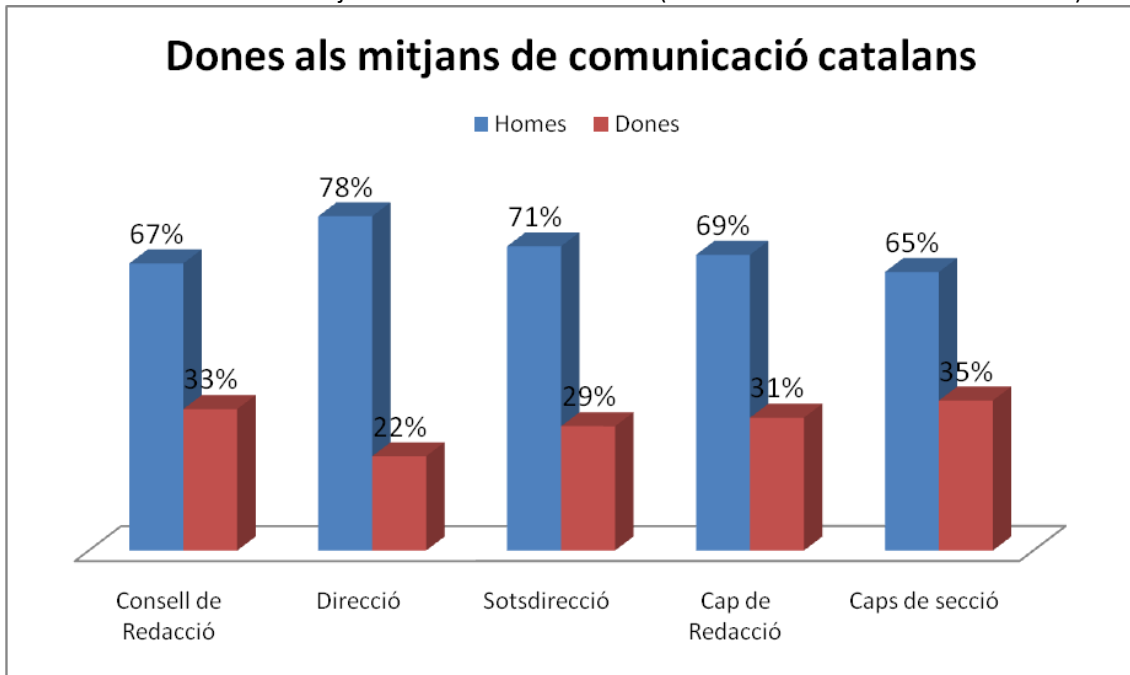
#### CAPS DE SECCIÓ

En la mostra analitzada, hem trobat 92 persones que ocupen el càrrec de caps de secció, de les quals el 35% són dones.

La presència mitjana per diari de dones al càrrec caps de secció és del 36%.

## QUADRE RESUM

Gràfic 6. Les dones als mitjans de comunicació catalans (Consells de redacció inclou la direcció)



Per la part positiva, observem que el 32% dels mitjans tenen com a mínim paritat a les seves responsabilitats i, fins i tot, alguns, tenen més dones que homes. Cal destacar: *20 minutos, Canal Taronja, La Fura, Sàpiens, Enderrock* i *El Periódico* edició digital. També trobem altres diaris que podríem considerar paritaris encara que la presència de les dones sigui menor: *El Mundo, L'Avenç, Veuanoia, El Món, l'ARA, Capgròs, Canal Blau* i *Crònica Global*.

## 4.- Conclusions

La conclusió principal que podem extreure d'aquesta recerca és que la situació de la dona dins dels mitjans de comunicació ha variat poc en els darrers 30 anys malgrat que creix lentament. La seva presència a les redaccions desenvolupant càrrecs de responsabilitat queda encara molt lluny del que podríem considerar una situació de paritat: se situa al voltant del 22% a les direccions i el 33% en els consells de redacció a Catalunya, mentre que a l'Estat espanyol i en els mitjans d'àmbit estatal i/o provincial, el percentatge de dones a les direccions és del 18%.

Ara bé, aquestes dades estan actualitzades a gener del 2019 i presenten una millora davant dels resultats obtinguts al finalitzar la primera fase de la recerca al 2017. Llavors, la mitjana de dones directores era del 13% (5 punts percentuals menys). Les dones que dirigien diaris en format paper representaven el 10% (5 punts percentuals menys) i les que estaven al capdavant d'un mitjà digital, el 17% (10 punts percentuals menys).

A més, la dones van desapareixent a mesura que s'ascendeix en la jerarquia dels òrgans de direcció: caps de secció, 35%; caps de redacció, 31%; i, sotsdirectores, 29%; i com hem vist, un 22% de directores. Així, el sostre de vidre en la comunicació tampoc s'ha trencat.

Ara bé, destaquem com a positiu que un 32% dels mitjans tenen com a mínim paritat en els seus càrrecs de responsabilitat; i un 14% fins i tot tenen més dones que homes.

D'altra banda, si a les universitats les dones representen una àmplia majoria, el 64% de les llicenciades en comunicació en els darrers 5 anys, això no es veu reflectit ni en els òrgans de direcció però tampoc en les responsables de redaccions. Podríem pensar, doncs, que les noies tenen més dificultats per a accedir a un lloc de treball en un mitjà de comunicació i/o que la seva situació de relació laboral és més precària.

## 5.- Bibliografia

- Agenda de la Comunicació (2017 - 2018). Presidencia. Gobierno de España.
- Aguado, Ana Maria, (1999) *Las mujeres entre la historia y la sociedad contemporánea*. Generalitat Valenciana, Conselleria de benestar Social. Valencia.
- Altés Rufias, Elvira. Bach Arús, Marta [et al.]. (1999) *El sexe de la notícia. Reflexions sobre el gènere a la informació i recomanacions d'estil*. Associació de Dones Periodistes de Catalunya. Barcelona: Diputació de Barcelona.
- Balaguer Callejón, María Luisa (1985) *La mujer y los medios de comunicación*, editorial Arguval, Málaga.
- Barber Albors, Carolina. Corcoy Rius, Marta, Cabré, M<sup>a</sup> Àngels (2013). *Tenen veu les dones al periodismo d'opinió?*. 1r Informe de l'Observatori Cultural de Gènere amb la col·laboració de l'Associació de Dones Periodistes de Catalunya. [http://www.adpc.cat/new\\_site/wp-content/uploads/2013/07/1\\_informeOCG\\_tenenVeu.pdf](http://www.adpc.cat/new_site/wp-content/uploads/2013/07/1_informeOCG_tenenVeu.pdf)
- Berbel Sánchez, Sara (2013) *Directivas i empresarias Mujeres rompiendo el techo de cristal*. Editorial Aresta, Barcelona.
- Borderías, C., Carrasco, C. y Alemany, C. (1994). *Las mujeres y el trabajo. Rupturas conceptuales*, Barcelona: Icaria – FUHEM
- Boix, Montserrat(2008) *Comunicación, tecnologías de la información y feminismos. Mujeres en red*, Madrid, 2008
- Bustelo Ruesta, María y Lombardo, Emanuela. (eds.). (2007) *Políticas de igualdad en España y en Europa*. Cátedra, Madrid.
- Campoamor Rodríguez, Clara. (1981) *El voto femenino y yo*. Edicions la Sal. Barcelona.
- Capel Martínez, R.M (1999). *Mujer y trabajo en el siglo XX*. Madrid: Arco libros
- Carrasco Rocamora, Mavi (2017) *Periodismo en Cataluña, de la dictadura a la democracia: la incorporación de las mujeres a las redacciones de los diarios de información general (1966-1986)*. Dirección: Amparo Moreno Sardà, Universidad Autónoma de Barcelona. Tesis doctoral: <http://hdl.handle.net/10803/457748>
- Carrasco Rocamora, Mavi; Corcoy Rius, Marta (2018). *Mujeres en la comunicación: el acceso a los cargos directivos. El caso catalán 2017*. Publicado en el libro: *El derecho de acceso a los medios de comunicación*. Coordinado y editado por: Hugo Aznar; Marta Pérez Gabaldón; Elvira Alonso y Aurora Edo. Tirant Humanidades. Valencia

- Col·legi de Periodistes de Catalunya (2006) *Llibre blanc de la professió periodística a Catalunya*. Generalitat de Catalunya. Barcelona,
- Cuesta Bustillo, J. (dir.). (2003). *Historia de las mujeres en España. Siglo XX*, (Vol. 1-4) Madrid: Instituto de la Mujer.
- de Miguel Álvarez, Ana. Boix Piqué, Montserrat.(2002) *Los géneros de la red: los ciberfeminismos*. Publicado en el libro: "*The role of humanity in the information age. A Latin Perspective*". Universidad de Chile.
- Dosal Pérez, Pilar (coord.): *Medios de comunicación y género*. Diputació Foral de Bizkaia. Bilbao, mayo de 2004. [www.bizkaia.net/home2/Archivos/DPTO1/Te-mas/Pdf/comunicacion\\_genero.pdf](http://www.bizkaia.net/home2/Archivos/DPTO1/Te-mas/Pdf/comunicacion_genero.pdf)
- Federación Internacional de Periodistas (2009) *Instalar el equilibrio. Igualdad de Género en el Periodismo*. Bèlgica.
- Gallego Ayala, Juana y Del Rio Sánchez, Olga. (1993) *El sostre de vidre. Situació socio-professional de les dones periodistes a Catalunya*, Institut Català de les Dones, Barcelona.
- Gallego Ayala, Joana (coord). (1998) *Gènere i informació. Radiografiad'una absència*. Associació de Dones Periodistes de Catalunya, Ajuntament de Barcelona i InstitutCatalà de les Dones, Barcelona.
- Gallego Ayala, Joana(dir.). (2002)*La prensa por dentro. Producción informativa y transmisión de estereotipos de género*. Los libros de la Frontera, Barcelona, 2002.
- Gallego Ayala, Joana. (2013) *De reinas a ciudadanas Medios de comunicación, ¿motor o rémora para la igualdad?*, Editorial Aresta, Barcelona,
- Gallagher, Margaret. (2001) *Gender Setting: New Agendas for Media Monitoring and Advocacy*. London: ZedBooks.
- García León, M. A. (2002). *Herederas y heridas. Sobre las élites profesionales femeninas*, Valencia: Ediciones Cátedra, Universidad de Valencia, Instituto de la Mujer.
- Garrido González, E. (ed.) (1997). *Historia de las mujeres en España*. Madrid: Síntesis.
- Gómez, Marisol (2008) *La mujer en la profesión periodística*. Asociación de Prensa de Madrid. Madrid
- López Díez, Pilar. (2011) *Deporte, mujeres y medios de comunicación. Recomendaciones y sugerencias*. Consejo Superior de Deportes. Madrid.
- López Díez, Pilar. (2005) *Los medios de comunicación y la publicidad como pilares fundamentales para lograr el respeto a los derechos humanos de las mujeres.*,

En *Estudios multidisciplinares de género*. Centro de Estudios de la Mujer. Universidad de Salamanca.

- López Díez, Pilar. Directora de las investigaciones. ***La representación de género en los informativos de radio y televisión*** (Instituto de la Mujer e Instituto Oficial de Radio y Televisión), participó en la elaboración del ***Manual de Urgencia para tratar las noticias sobre violencia de género***, 2002 de RTVE, adoptado también por el periódico ABC, la emisora Onda Cero y las televisiones privadas Tele 5, Antena 3 y Canal+, y las autonómicas (excepto la catalana y la vasca), 2001 y 2005
- López Díez, Pilar. El techo de cristal también existe en los medios de comunicación en *Mujeres, hombres y medios de comunicación*. 2002. Dirección General de la Mujer. Junta de Castilla y León, Valladolid. (pp. 291-300. Tomo II).
- Miyares Fernández, Alicia. (2003) *Democracia feminista*. Cátedra, Col. Feminismos, Madrid.
- Moreno Sardà, A. (1979). *Mujeres en lucha. El movimiento feminista en España*, Anagrama, Barcelona.
- Moreno Sardà, Amparo; Rovetto, Florencia, y Buitrago, Alfonso .(2007) *¿De quien hablan las noticias? Guía para humanizar la información*. Icària, Barcelona,
- Moreno Sardà, Amparo. (1998) *La mirada informativa*, Bosch Editorial. Barcelona.
- Palacio Llanos, Luis (dir.) (2016) *Informe anual de la profesión periodística 2016*, Asociación de la Prensa de Madrid, Madrid.
- Pérez Fraga, Cristina. (1996) *Género, sexo y élites en los medios informativos*. Comunidad de Madrid.
- Ramos Palomo, M. D. y Vera Balanza, M. Teresa (eds.) (1996). *El trabajo de las mujeres pasado y presente. Actas del Congreso Internacional del Seminario de Estudios Interdisciplinarios de la Mujer*. Málaga: Servicio de publicaciones Diputación Provincial de Málaga.
- Rastrollo Horrillo, M. Ángeles y Gómez Torralba Rosa (2006) *Informe sobre la situación laboral de las mujeres en los medios*. Asociación de la Prensa de Madrid, Madrid.
- Sevilla Merino, Julia. (2004) *Mujeres y ciudadanía: la democracia paritaria*. InstitutUniversitari d'Estudis de la Dona, Valencia.
- Valcárcel Bernardo de Quirós, Amelia. (1997) *La política de las mujeres*. Cátedra, col. Feminismos, Madrid.
- Valcárcel Bernardo de Quirós, Amelia. (2008) *Feminismo en el mundo global*. Cátedra, col. Feminismos, Madrid.

- Van Zoonen, Liesbet. (1994) *Feminist Media Studies*. London: Sage.
- Vliegthart, Rens y Van Zoonen, Liesbet. *Power to the Frame: Bringing Sociology Back to Frame Analysis*. *European Journal of Communication* 26(2): 101-15, 2011.
- World Association for Christian Communication (WACC) (coord.). *Who Makes the News? Global Media Monitoring Project Report 2010 y 2015*. <http://whomakesthenews.org>

## Annex

### **Mitjà. Àmbit nacional. Edició en paper**

20Minutos

ARA

Diario de Ibiza

Diario de Mallorca

Diario de Navarra

Diario de Noticias de Álava

Diario Lanza - Ciudad Real

El Adelantado de Segovia

El Día

El Faro de Ceuta

El País

Granada Hoy

Hoy Diario de Extremadura

La Nueva España

La Opinión - A Coruña

La Opinión - El correo de Zamora

La Voz de Lanzarote

Levante - El Mercantil Valenciano

### **Mitjà àmbit nacional. Edició digital**

20Minutos

ARA

Cuarto Poder

Diario 16

Elplural

La Gaceta

Lahoradigital

Madrididiario

Nuevatribuna

Público

República

Tribuna de Salamanca

### **Revistes Catalunya i mitjans àmbit local/comarcal**

Sàpiens

Som

Time Out

Catorze

Surtdecaja Terres de l'Ebre

### **Directora**

Encarna Samitier

Esther Vera

Cristina Martín

María Ferrer

Inés Artajo

Miren Ibáñez

Laura Espinar

Teresa Herranz

Mercedes Rodríguez

Carmen Echarri

Soledad Gallego-Díaz

Magdalena Trillo

Manuela Martín

Ángeles Rivero

Carmen Merelas

Soledad López del Estal

Isabel Lusarreta

Lydia del Canto

Encarna Samitier

Esther Vera

Isabel Martín

María José Pintor

Angélica Rubio

Rosa Cuervas

Concha Minguela

María Cano Ezcurra

Isabel García Caballero

Ana Pardo de Vera

Pilar Gassent

Isabel de la Calle

(Redactora en cap)

Clàudia Pujol

Montse Eras / Laura Ortiz

Marai José Gómez

Eva Piquer

Neus Barberà / Anna



Canal Taronja Bages, Berguedà i Solsonès

Catalunyaplural

Ets els que menges

Veunoia

Lleida diari

**Mitjà àmbit nacional. Informació econòmica**

Elboletín.com

Expansión

Zaera

Pilar Goñi

Neus Tomás

Núria Coll

Pia Prat

Laura Biela

Consolación Madruga

Ana Isabel Pereda