

dossier
associació de dones periodistes

dones

Estiu 2012 núm. 42 3 €



Mitjans de comunicació
per a una **ciutadania plural**





2012
número 42

sumari

3 Editorial

4-7 La igualtat en l'àmbit universitari, assignatura pendent

Periodisme, institució universitària i gènere. La formació periodística i de gènere a les universitats per proporcionar capacitat crítica a l'alumnat; l'acadèmia i la professió, s'adaptin als nous temps i noves necessitats? Per Paloma H. Pastor

8-10 La precarietat més que mai és notícia

Per Neus Ràfols

11-13 Periodisme en l'era de les xarxes socials

Possibilitats i obstacles que ofereixen les tecnologies per al periodisme de qualitat. Periodicitat del periodisme en el món de la immediatesa Per Anabel Herrera

14-16 Qui paga mana? O la mercaderia de la informació

Els mecanismes de finançament dels mitjans tenen repercussió en els continguts; com se sosté i ho farà en el futur- el sector? És possible un periodisme crític en el sistema capitalista? Per Cristina Mora

17-19 El teixit associatiu del periodisme aquí, avui

Per Julia López i Laia Serra

20-21 Periodisme al servei del diàleg

Reflexionem sobre l'evolució en les estructures, funcions i pràctiques de les oficines de premsa i els departaments de comunicació; i també sobre la reivindicació periodística de la tasca feta des dels gabinets Per Marta Olivé

22 Juana Lahousse

Per Cristina Mora

24-25 20 anys de periodisme sota la mirada feminista

Obrim algunes pàgines on està escrita la trajectòria de l'ADPC i per tant del periodisme a Catalunya

26-29 Administració Administrada

Coordinada per Marta Corcoy

30-31 Claus del finançament en el món digital

En plena crisi econòmica i de canvis en el món dels mitjans i la publicitat, com es financen les plataformes digitals? Per Marta Olivé

32-34 Paritat als mitjans europeus. Però, i la mirada de gènere?

Per Cristina Mora

35 El panorama mediàtic català: líders en quantitat, no tant en qualitat

Una pinzellada sobre el Mapa dels Mitjans de Comunicació a Catalunya Per Anna Cabanillas

36-38 Especialitat: garantir la igualtat

Són necessàries les figures específiques d'igualtat, tant en la societat com en els mitjans? Per Marta Olivé

39-41 Els perills d'informar

La violència sobre els i les periodistes és una constant en augment en els nostres temps; els i les professionals que relaten conflictes han passat de ser un dany col·lateral a un objectiu

Per Anabel Herrera

42-47 Dedicació al periodisme i al gènere en primera persona

Alguns testimonis per conèixer més d'a prop les tasques en cada àmbit i les seves interrelacions

42 Malén Aznárez

Per Anabel Herrera

43 Soledad Gallego Díaz

Per Anabel Herrera

44 Sara Berbel

Per Isabel Cidoncha

45 Montserrat Roig, *in memoriam*

Per Neus Ràfols

46 Milagros Pérez Oliva

Per Paloma H. Pastor

47 Laura Freixas

Per Irene Peiró



Editorial

Aquest 2012 fa vint anys que les fundadores de l'Associació de Dones Periodistes de Catalunya van signar els estatuts i va néixer la primera entitat de les seves característiques a l'Estat. En homenatge a aquesta efemèride i en peu per evitar la desvaloració i precarització que viu el sector, *Dones Dossier* dedica aquest i el proper número al Periodisme.

Volem fer-nos ressò de la trajectòria de l'associació, que porta vint anys sent punt de trobada i altaveu de les dones periodistes i treballant per uns missatges lliures de sexisme i d'estereotips. Al mateix temps, ja que aquest aniversari el celebrem en un moment crític a molts nivells, volem analitzar el periodisme al nostre país. Com a sector d'activitat econòmica i empresarial així com els continguts que en resulten, des de la perspectiva del periodisme com a element clau per a la cohesió social i el sosteniment i l'enfortiment de la democràcia. Volem contribuir a la reflexió i a l'acció per omplir de sentit el que fem les periodistes en uns moments en què sovint sembla que s'ha perdut, ja sigui per la immediatesa de la informació accessible amb les noves tecnologies, ja sigui per la manca de credibilitat que tenen avui els mitjans en general.

Som periodistes, treballadores d'un sector en crisi (com molts d'altres), el dels mitjans de comunicació. Les estructures que han sostingut el periodisme fins ara han de canviar. De fet ja estan canviant, però s'han de reformular per oferir condicions de qualitat i perquè es prioritzin, en la comptabilitat, el rigor en la feina. En aquests aspectes

ens centrarem en aquest número 42. Ens quedarà pendent abordar els mitjans locals i de proximitat, claus per explicar l'estructuració del periodisme a casa nostra; per la seva especificitat i vinculació directa amb la funció social del periodisme, ens en ocuparem en el proper número, malgrat som conscients dels importants canvis que s'hi estan duent a terme.

La funció del periodisme i la necessitat que en tenim segueixen intactes: informar, entretenir, conscienciar i revelar les injustícies, en definitiva, permetre l'espai de llibertat en què és possible desenvolupar la democràcia. Creiem que cal fer autocrítica i recuperar l'essència de la professió: explicar allò que passa amb fets i informacions reals, contrastades, veritables; opinions fundades; argumentacions i preguntes; cercar allò que falti per comprendre i decidir; representar la realitat, calidoscòpica, amb fonts diverses; i a més, interactuar directament amb la ciutadania, possible amb les noves tecnologies. Volem un periodisme de qualitat i per això hem començat a gratar en les arrels que l'han vingut sostenint fins ara: l'organització empresarial, el finançament, les condicions laborals, les agrupacions de periodistes, la formació de periodistes, etc. En el proper número continuarem amb una anàlisi més detallada de tot allò que afecta a l'elaboració dels continguts.

Esperem que sigui una lectura enriquidora i que totes i tots trobem més elements cada dia que ens permetin treballar amb passió i rigor en entorns de responsabilitat i valentia. ■



Generalitat
de Catalunya



Diputació
Barcelona | Àrea d'Igualtat
i Ciutadania



Revista associada a:



dones dossier

Barcelona, estiu de 2012, núm. 42

Consell de Redacció:

Lina Barber, Mavi Carrasco, Marta Corcoy, Irene Peiró, Montserrat Puig, Elena Riera, Laia Serra

Edita:

Associació de Dones Periodistes de Catalunya

Rambla de Catalunya 10, 3r. Tel: 93 412 11 11/ 93 412 46 56

E-mail: adpc@adpc.cat

Web: www.adpc.cat www.donesdigital.cat

Coordinació: **Laia Serra**

Secretària de redacció: **Xènia Fortea**

Disseny gràfic i maquetació: **Estudi Villuendas + Gómez**

Foto coberta: **sxc.hu**

Impressió: **El Tinter**

Dipòsit legal: B-44.200-2000

Imprès en paper ecològic

Subscripcions: www.adpc.cat



La igualtat en l'àmbit universitari, assignatura pendent

La institució universitària té per la seva capacitat de reflexió i crítica una gran responsabilitat en la transmissió de valors que permetin la construcció d'una societat més justa i igualitària. En aquest marc, és fonamental capacitar l'alumnat amb la sensibilitat crítica necessària per lluitar des del seu àmbit professional per la igualtat de gènere i contra els estereotips socials i culturals, especialment en aquelles àrees amb major impacte social, com són els estudis de periodisme

L'anàlisi de la situació del gènere a les universitats catalanes revela profundes desigualtats en diferents àmbits: importants desequilibris en els tres estaments que conformen la institució universitària –personal docent i investigador, personal d'administració i serveis, i alumnat; escassa presència de les dones als òrgans de presa de decisions; segregació jeràrquica entre el personal docent i investigador; exclusió de les dones a certs departaments o àrees; desequilibri en l'estructura de la plantilla del personal d'administració i serveis; o la segregació de l'alumnat segons les titulacions.

Segons dades de l'informe *Fins on hem arribat? L'estructura de gènere a la Universitat Pompeu Fabra*, la proporció de dones a les aules se situa entre el 55 i 60% -amb l'excepció de les titulacions més tècniques on no superen el 15%; hi ha majoria de dones entre el personal d'administració i serveis, al voltant del 70% -amb l'excepció del servei d'informàtica-, i, finalment, una minoria significativa de dones, no més d'un terç, entre el personal docent i investigador. Aquesta estructura es reproduïx a la resta de les universitats públiques catalanes i a la majoria d'universitats públiques dels països occidentals.

Especialment preocupant és la forma com el biaix androcèntric afecta la producció i transmissió de coneixement, tal i com alerten diversos estudis. Segons l'informe *La introducció a la perspectiva de gènere a la docència universitària: diagnosi de la situació a la Universitat Autònoma de Barcelona*, dirigit per la professora de Sociologia María Jesús Izquierdo, "la investigació, producció i transmissió de coneixements està majoritàriament en mans dels homes i la seva perspectiva s'imposa com a universal".

En la mateixa línia, la directora de la Unitat d'Igualtat de la Universitat Jaume I de Castelló, Amparo Garrigues Giménez, constata que "la Universitat i el seu govern constitueixen un àmbit de poder (polític, científic, cultural i econòmic) tradicionalment ocupat pels homes, i que aquests es resisteixen a cedir". Per a Garrigues, els reptes més urgents als quals cal fer front per avançar cap a la igualtat són la masculinització de les carreres científico-tecnològiques, les inadequades polítiques de conciliació de les obligacions familiars i laborals i la participació de les dones en els òrgans de decisió i de govern, que és encara molt inferior a la dels homes. En aquest sentit, la formació (de l'alumnat, del professorat i del personal d'administració i serveis) és una condició imprescindible.

Però a més, la desigualtat no es limita a una qüestió de gènere, tal i com defensa Amparo Moreno Sardà, directora del Laboratori de Periodisme i Comunicació per a la Ciutadania Plural (LPCCP) de la UAB i vicedegana del Col·legi de Periodistes de Catalunya. Per a la catedràtica de Periodisme, "hi ha un problema en les explicacions tant acadèmiques com dels mitjans de comunicació de masses, que és no fer visibles o fer poc visibles a les dones, però aquest problema no és només un problema de gènere, ja que aquestes explicacions estan construïdes per fer visible una part dels homes, que són homes adults, de classe i de raça dominant". Així, és un problema d'androcentrisme, però entès en un sentit ampli, ja que és "per raons de gènere, d'edat, raça, classe i posició en el sistema de poder".

Eines per a la igualtat

Sensibilitzar la comunitat universitària respecte el sexisme present a la institució i la intensitat amb què es produeix és un repte al qual s'ha de fer front per lluitar contra la desigualtat. Per això és essencial disposar d'eines que permetin avançar en aquesta direcció. Una conscienciació més gran sobre la desigualtat de gènere en l'àmbit universitari va portar a l'adopció d'un acord per part de la Comissió Interuniversitària *Dona i Ciència*, per dotar les universitats de plans d'igualtat d'oportunitats; el de la UAB, aprovat al 2006, va ser el primer a desenvolupar-se. Aquests instruments sorgeixen per fomentar l'anàlisi de la desigualtat i la discriminació i promoure les mesures que corregeixin aquesta desviació, un objectiu a què contribueixen les unitats i àrees per a la Igualtat. La seva funció és analitzar i fer visible aquesta realitat, a més de posar a disposició de la comunitat universitària recursos,

materials i documents per a la implementació de polítiques d'igualtat i per garantir la perspectiva de gènere a tots els nivells.

Però tot i ser elements importants per avançar en aquest terreny, disposar de plans d'igualtat i unitats concretes per implementar-los no és cap garantia. Tal i com explica Amparo Garrigues, "és necessària una convicció sincera i ferma dels equips de govern per implantar les mesures tendents a aconseguir la igualtat efectiva de dones i homes, i fer-ho de forma transversal, és a dir, cada decisió relativa a la política universitària (investigació, organització, docència, condicions de treball del professorat i del personal d'administració, etc.) ha d'incorporar una anàlisi del seu impacte de gènere, i de les actuacions imprescindibles per integrar les accions positives necessàries per re-equilibrar les posicions de desavantatge de les dones".

Recerca específica sobre gènere

La recerca específica en gènere i la incorporació d'assignatures concretes sobre aquesta qüestió és una realitat que està adquirint força presència a les universitats catalanes des de fa diverses dècades. Aquest interès té el seu origen en els denominats estudis de les dones sorgits a finals dels anys 60 i començament dels 70 en algunes universitats de Gran Bretanya i els Estats Units, un moviment internacional per fomentar la perspectiva femenina en tots els àmbits del coneixement.

A la nostra legislació, la Llei Orgànica 1/2004, de Mesures per a la Protecció Integral de les Víctimes de Violència de Gènere i la Llei Orgànica 3/2007, d'igualtat efectiva de dones i homes, exigeix la integració de continguts en matèria de gènere i igualtat de dones i homes



i no discriminació en els estudis universitaris. Així, les universitats del nostre territori disposen de diversos màsters en estudi de gènere, cursos de postgrau, cursos d'especialització i línies de recerca específiques, a més d'una àmplia oferta d'assignatures de lliure elecció sobre algun aspecte vinculat a l'estudi del gènere i la incorporació de nombroses assignatures sensibles a aquesta qüestió, sobretot en l'àmbit de les Ciències Socials, les Ciències Humanes i els estudis artístics. Per a Amparo Garrigues, "gràcies a aquestes disciplines científiques es compta avui dia amb capacitat per proposar alternatives i respostes al paradigma acadèmic antiquat, androcentrista, excloent i, per això, acientífic".

En la mateixa línia, Iolanda Tortajada, professora titular de la Universitat Rovira i Virgili (URV) i responsable d'ASTERISC, grup de recerca en comunicació del Departament d'Estudis de Comunicació de la URV, assegura que "la capacitat crítica de la universitat respecte el gènere està lligada a la possibilitat de reflexionar sobre aquesta qüestió i, per tant, és imprescindible conèixer els resultats de les recerques en producció, anàlisi dels discursos i recepció i les teories sobre estudis de gènere i estudis feministes en relació als mitjans i a la comunicació".

Però, tot i l'augment de l'atenció acadèmica al gènere, aquesta no es dirigeix de forma suficient a l'anàlisi de la desigualtat en la pròpia institució universitària ni es tradueix en la introducció d'aquesta perspectiva als estudis, fet que produeix una invisibilitat d'aquesta realitat i que allunya la institució de l'objectiu d'esdevenir un autèntic model de convivència igualitària. Així ho constata l'estudi *La introducció de la perspectiva de gènere a la docència universitària*, segons el qual "encara no s'ha arribat a revisar la producció i transmissió del coneixement incorporant-hi la

perspectiva de gènere d'una forma transversal i integral, tant pel que fa als continguts com a la metodologia". L'estudi alerta que "aquesta situació no permet dotar els estudiants de les eines necessàries, un cop es trobin en el món laboral, per entendre i abordar les problemàtiques específiques que es deriven del sexisme que estructura la nostra societat".

La igualtat als estudis de Periodisme

Si important és la consciència del sexisme en l'àmbit universitari en general, en els estudis de comunicació i periodisme pren una dimensió molt més rellevant, donada la responsabilitat social del periodisme en la transmissió de valors. Un grau més alt de sensibilitat respecte aquest tema prepara millor l'alumnat pels reptes d'una societat complexa com l'actual. I per això és fonamental disposar d'eines que permetin a les i els estudiants adquirir la capacitat crítica necessària per allunyar-se del discurs androcèntric dominant i com a valor afegit que pot tenir aquesta formació en el seu desenvolupament professional. Un primer pas pot ser incorporar la perspectiva de gènere a la formació de l'alumnat i fins i tot a la formació contínua dels i les professionals, a més de considerar la seva importància en els vincles de la universitat amb el món laboral, associacions o col·legis professionals.

Segons Iolanda Tortajada, seria positiu incorporar una assignatura específica sobre comunicació i igualtat de gènere als estudis de periodisme, ja que "tot i que entre el professorat hi ha una sensibilitat cap a aquests temes i que, sovint, és un contingut que apareix a diverses assignatures, si no es formalitza i se li dóna un espai de debat, la perspectiva de gènere pot acabar diluïda".

En aquesta línia, la Universitat Jaume I de Castelló incor-



pora el proper curs una assignatura obligatòria de Comunicació per a la Igualtat al Grau de Periodisme. Tal i com explica la directora de la Unitat d'Igualtat de la universitat, Amparo Garrigues, "aquesta assignatura obligatòria pretén garantir que els i les graduades en periodisme han pogut integrar en la seva formació i capacitats professionals la perspectiva de gènere". Per a Garrigues, "es tracta d'una necessitat, ja que els i les professionals de la comunicació desenvolupen una comesa de gran responsabilitat i aquesta funció s'ha de desenvolupar d'acord amb el respecte als drets fonamentals". I és que "el periodisme no sexista ni exclouent és el mirall en què la societat ha de mirar i aprendre", per això, els i les professionals de la informació han d'adquirir les capacitats necessàries per possibilitar aquest progrés social.

El degà de la Facultat de Ciències de la Comunicació de la UAB, Josep Maria Català, de la seva banda, creu que és important incorporar assignatures de gènere als estudis de comunicació, però, "la qüestió de la igualtat pertany més a l'àrea de la sensibilització i, per tant, de la política quotidiana que no a la de l'ensenyament". Per al degà, "no hi ha dubte que convé que tots els estament universitaris estiguin sensibilitzats sobre les qüestions de la igualtat, però la perspectiva de gènere ha de ser més ambiciosa i implantar-se a la universitat per tal que el seu horitzó perduri fins i tot quan ja no haguem de parlar d'igualtat de gènere". Català reconeix que la universitat està cada cop més sensibilitzada, però que encara tenim reptes pendents, en el sentit "que les perspectives de gènere, que són molt diverses en tots els vessants científics, culturals i humanistes, s'incorporin als currículums acadèmics d'acord amb la importància que tenen i que han demostrat els estudis corresponents".

Per a Amparo Moreno, no obstant, "el discurs acadèmic i els arguments que han d'explicar el conjunt de la societat en la seva complexitat són parcials" i "aquesta parcialitat no l'arreglem fent assignatures de dones, o afegint gènere, perquè si l'esquema de pensament és erroni, només agafarem aquelles dones més homologades a aquest model, i és això el que s'està fent majoritàriament". Moreno constata que als treballs de gènere surten també prejudicis classistes, etnocèntrics i adults. L'experta considera que "Internet pot ser una eina per construir un nou discurs plural, en xarxa, horitzontal, col·laboratiu, que trenqui el paradigma androcèntric".

Amparo Garrigues conclou afirmant que tot i els esforços i recursos que es destinen, "es necessita temps, una voluntat ferma i la convicció que l'excel·lència universitària només pot assolir-se a través de la igualtat efectiva en l'àmbit acadèmic: és l'única forma de canviar els estereotips socials i culturals". ■



RECURSOS

- Arranz Lozano, Fátima. "Las mujeres y la universidad española: estructuras de dominación y disposiciones feminizadas en el profesorado universitario." *Papers. Revista de Sociología*. 2003 (71): 223-242.
- García de León, María Antonia; García de Cortázar, Marisa. "Las profesoras de universidad: El reflejo de un poder androcéntrico." *Sociedad y Utopía. Revista de Ciencias Sociales*, núm. 14. Novembre de 1999.
- M. José González, Irene Lapuerta i Àgueda Quiroga. "Fins on hem arribat?". *L'estructura de gènere a la Universitat Pompeu Fabra*, Universitat Pompeu Fabra, 2007.
- Izquierdo, M.J. (dir.), *El sexisme a la UAB. Propostes d'actuació i dades per a un diagnòstic*. Bellaterra, Universitat Autònoma de Barcelona, 2004.
- Izquierdo, M.J. (dir.), *La introducció a la perspectiva de gènere a la docència universitària: diagnòstic de la situació a la Universitat Autònoma de Barcelona*, disponible a: http://www.uab.cat/Document/418/816/Informe_Perspectiva_Genere_Docencia_UAB.pdf
- Moreno Sardà, A.; Perceval, J. M.; Simelio Sola, N.; Ibarz, J.; Molina, P.; Aquilar, A.; Jiménez, D.; Corcoy, M.: *20 anys d'innovació docent en comunicació. Eines per a la participació en la construcció de coneixement no-androcèntric de ciències socials, humanitats i informació periodística*. IV Jornades d'Innovació Docent, IDES de la UAB, 2007



La precarietat més que mai és notícia

Manca de contractacions estables i prestacions socials. Horaris al servei de la tinta i la immediata, on la cura no hi té cabuda. Desregulació i camp qui pugui. Aquest és el paisatge més comú de les redaccions dels mitjans de comunicació. La precarietat de l'ofici, més accentuada en les dones, poques vegades ha conquerit titulars, malgrat estar instal·lada en el dia a dia de la professió, com han alertat les veus del món sindical i dels col·legis professionals. Una cara que comporta la creu de la mateixa moneda: precarietat de la qualitat informativa

Per **Neus Ràfols**

La desocupació de les dones periodistes ha augmentat més d'un 75,4% en un sol any a tot l'Estat (quan el 70% de les persones llicenciades són dones). De 9.937 periodistes en situació d'atur el 2011 -1.151 a Catalunya-, dos terços eren del sexe femení (65'1%) segons *l'Informe Anual de la Profesión Periodística*, en el qual es detalla que en un any 2.782 dones periodistes més es van quedar al carrer.

Des del 2007 han caigut un 10% els contractes indefinits. Però és que a més d'aquesta massiva destrucció de llocs de treball, abans de la crisi de la bombolla immobiliària l'ofici ja patia una gran precarietat. "Gairebé un 40% de la professió no disposa de cap contracte. Això afecta a totes les branques, però més a la premsa no diària i als mitjans digitals", denuncia el secretari general de la Federació de Sindicats de Periodistes (FeSP), Dardo Gómez.

Les col·laboradores a la peça: les grans precàries

Des del món sindical s'apunta que el col·lectiu més vulnerable als estralls de la crisi és el dels i les "periodistes a la

peça", ja que la majoria d'aquests i aquestes professionals no tenen cap contracte amb l'empresa ni prestacions de la Seguretat Social, a més de ser "invisibles" davant dels comitès d'empresa. A més, moltes vegades són obligades a fer-se "falses autònomes" i a pagar-se la Seguretat Social, com si fossin "freelance", o microempresàries. Precisament, "per conciliar la feina amb la vida familiar, són moltes dones les que opten per aquest tipus de solució", destaca la secretària d'Igualtat del Sindicat de Periodistes de Catalunya (SPC), Elena Tarifa.

Aquestes professionals abasteixen entre el 32% i el 80% de la producció total d'informacions, però són invisibles en els convenis de sector o d'empresa, de manera que les remuneracions són arbitràries en cada mitjà.

Segons ha constatat el SPC, amb la crisi aquestes professionals han vist reduïda tant el volum de feina encarregada, com els preus de la peça, que ha arribat, en alguns casos, a una caiguda del 10% de les tarifes, molt per sobre de les retallades dels periodistes de plantilla. El Sindicat també ha acumulat queixes d'una morositat "intolerable de les empreses periodístiques": en alguns casos supera l'any.



La nostra precarietat és la teva desinformació

“Hem explicat en els últims anys com la crisi econòmica colpejava d’una manera desmesurada; com la credibilitat de la informació i l’activitat dels periodistes es venien degradant”, alerta el director de l’Informe Anual de la Profesió Periodística, Pedro Farias Batlle.

Les conseqüències de la precarietat han transcendit el sector. Lemes com “La nostra precarietat és la teva desinformació”, del SPC, o “Sin periodismo no hay democracia”, de la FAPE, volen alertar la societat que la pèrdua de mitjans -57 a escala estatal en quatre anys- i la gran erosió de condicions laborals repercuteix en una informació cada vegada menys plural, fruit del “copy, paste” dels comunicats de premsa i no de trepitjar el carrer. Les plantilles s’han minimitzat, les jornades laborals, saturades d’hores extres, no permeten contrastar les fonts. El material informatiu s’ha vist empobrit sense remei.

En aquesta direcció apuntava, les respostes de l’enquesta de població del 2011, realitzada per l’Asociación de Prensa de Madrid. Les conclusions expressaven que la ciutadania percebia unes notícies decidides per interessos polítics, pels propietaris dels mitjans i per les empreses anunciantes, i en un darrer lloc, pels interessos reals de la ciutadania.

Davant d’aquest esforç de consens en el si del FOP, la nova Junta de la FAPE va desvincular-se del projecte al considerar-lo “d’inspiració autoritària”. Un rebuig que va estar alimentat paral·lelament per enceses editorials de les capçaleres d’El País, El Mundo, La Vanguardia, La Razón i ABC, que titllaven l’Estatut d’intromissió a les organitzacions pròpies dels mitjans.

Finalment, la proposta va quedar en no res. “Els dos grans partits, PP-PSOE, no van tenir el coratge de garantir el dret a la informació de la ciutadania i s’han deixat acovardir pels interessos dels mitjans”, segons la versió dels fets de Gómez.

També Solé lamenta l’oportunitat fallida d’aquest intent de regulació: “Penso que l’Estatut s’hauria de tirar endavant per part de l’actual Congrés dels Diputats, però no sé si es farà malgrat la necessitat per a la professió periodística”.

Un altre esforç per frenar la gran erosió de les condicions laborals, des de la filosofia de l’autoregulació, va venir del Col·legi de Periodistes de Catalunya, que el 2008

Cares de la precarietat



Percepcions recollides en una enquesta realitzada a 1.001 afiliats de la Federación de Asociaciones de la Prensa de España (FAPE) i que mostren diversos aspectes de precarietat:

| | |
|---|-------|
| Periodistes que treballen en més d’un mitjà | 29% |
| Reducció dels ingressos | 66% |
| Sensació d’instabilitat de les condicions | 35,5% |
| Augment de la càrrega laboral per reducció de personal | 30,8% |

va publicar les *Tarifes Mímines Orientatives per a l’exercici de la professió Periodística*. Aquest document proposava uns preus mínims de les peces informatives. Malgrat que eren només orientatives, sense cap poder de coacció, l’Autoritat Catalana de la Competència va obrir un expedient sancionador al Col·legi perquè les consideraven incompatibles amb la Llei de Defensa de la Competència.

El passat 22 de maig va arribar la resolució del Tribunal Català de Defensa de la Competència: sancionar econòmicament el Col·legi per haver mantingut les tarifes a la pàgina web durant un breu període de temps en què el Tribunal considera que no estava permès.

Amb els intents vetats per regular la professió i la Reforma Laboral aprovada recentment pel Congrés de Diputats, que erosiona més la negociació col·lectiva, la precarietat té via lliure per seguir enquistant-se a les redaccions sense trobar fre. Fins quan? ■

RECURSOS

- Gómez, Rosario, “El otro Estatuto” a *El País*, 17 d’octubre del 2005.
- Gómez, Dardo, “El País, ABC, El Mundo, La Razón y La Vanguardia, con el mismo lema: Todos contra la independencia de los periodistas” al web del *Sindicato de Periodistas de Madrid* http://www.sindicato-periodistas.es/enaccion_ver.php?id=74
- Farias Batlle, Pedro (director), *Informe Anual de la Profesió Periodística 2011*. Asociación de la Prensa de Madrid, Madrid 2011.
- SPC, “Els periodistes a la peça són els que estan patint amb més cruïda i sense cap tipus de prestació els estralls de la crisi”, 27 d’abril del 2012.
- CCOO Catalunya, “Discriminació de gènere a l’Agència Catalana de Notícies”, 20 de maig del 2012 <http://www.ccoo.cat/fsc/noticia/153755/discriminacio-de-genero-a-lagencia-catalana-de-noticies>



Periodisme en l'era de les xarxes socials

Twitter, Facebook, LinkedIn, Youtube... Les noves eines digitals faciliten que qualsevol persona pugui propagar missatges arreu del món en temps real. Però això no es pot confondre amb fer periodisme. Els professionals de la informació han d'adoptar aquestes eines per adaptar-se a aquesta nova realitat, però mai no renunciar al rigor i el sondeig de fonts pròpies del periodisme convencional. La supervivència del periodisme passa, necessàriament, per un canvi en el model de negoci

Per **Anabel Herrera**

L'estiu del 2010, a Mike Wise, un columnista esportiu del diari *The Washington Post*, se li va ocórrer una idea. Va publicar al seu Twitter que Ben Roethlisberger, jugador de l'equip de futbol americà Pittsburgh Steelers que havia protagonitzat uns altercats en una discoteca, havia estat sancionat amb cinc partits. La intenció era fer un experiment per veure com s'expandia la notícia per altres mitjans. I sí, ràpidament es va 'retuitejar'. Tot hagués anat bé si no fos perquè la notícia era falsa. La broma li va sortir molt cara, al periodista: el diari el va suspendre de sou i feina un mes.

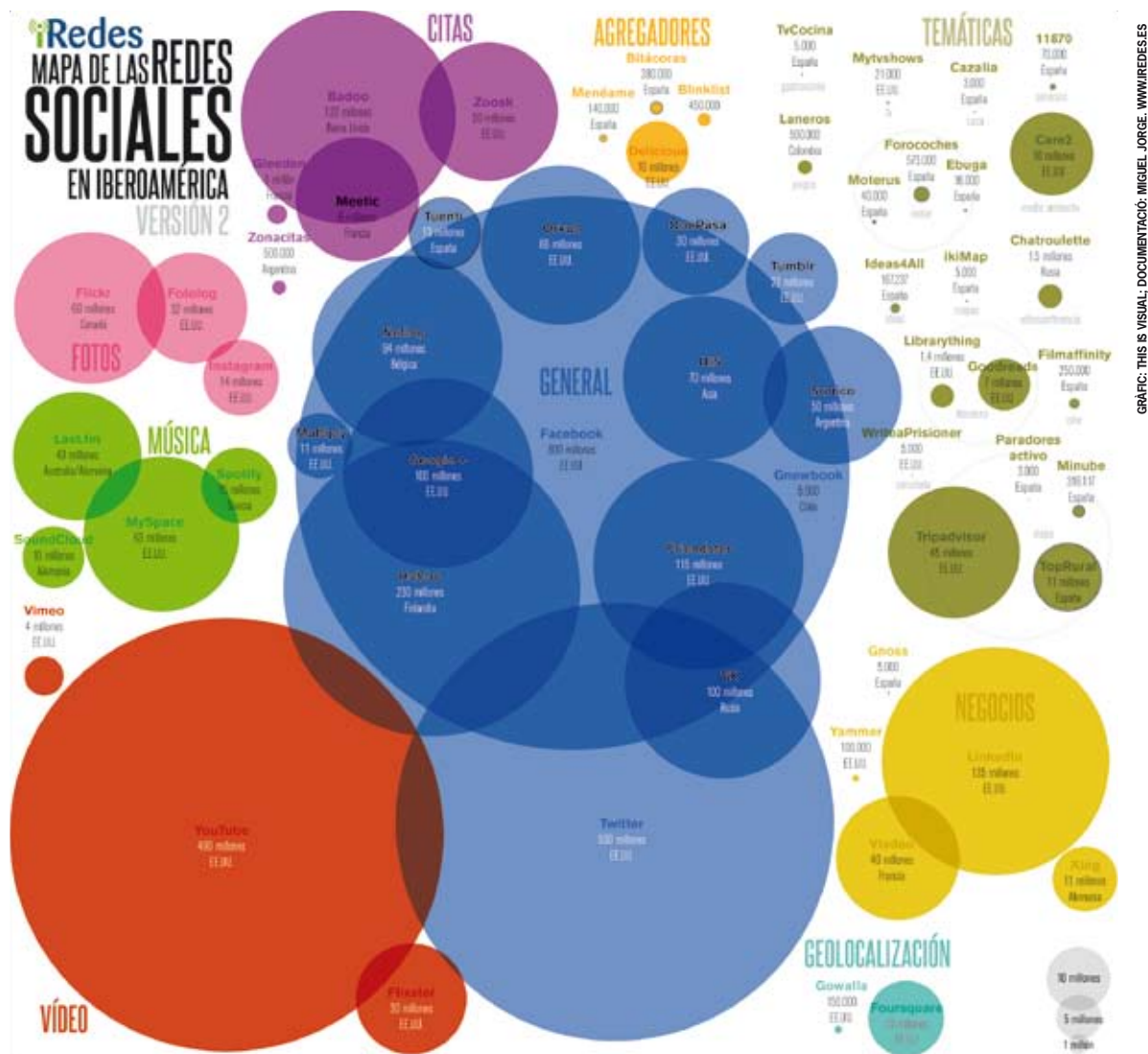
Va tenir sort. Altres professionals han estat acomiadats pels seus mitjans per casos similars. Com Thiago Vieira, fotògraf del diari *Agora São Paulo*, que a principis del 2011 va insultar els dirigents d'un equip de futbol amb la frase: "mentre que els porcs es decideixen, podrien enviar més entrepans i refrescos a la sala de premsa".

Més enllà de la falta de sentit comú alhora d'entendre què entra dins de l'àmbit públic i què entra dins de l'àmbit privat, aquests són exemples del poder que tenen les xarxes socials. És normal que als mitjans de comunicació s'hagi obert un debat sobre com fer ús d'aquestes eines, que en alguns casos ja s'està plasmant en manuals. *Join the Conversation: cómo están usando Twitter los periodistas españoles*, és un estudi de LABàPART, un laboratori de comunicació i *social media* de la Universidad Carlos III de Madrid. Una de les conclusions més rellevants és que, en

l'actualitat, només un de cada deu periodistes (al voltant d'un 13%), diu disposar al seu mitjà d'aquestes directrius. Però el que és més important és que el 33% assegura que, malgrat no disposar-ne, el mitjà hi està treballant.

Amb manuals o sense manuals, el cert és que els periodistes, si volen acostar-se a una audiència cada vegada més acostumada a la telefonia mòbil, les tablettes i les xarxes socials, han d'adaptar la seva forma de treball a aquesta realitat, i per això és necessari que interioritzin les eines digitals que hi ha al seu abast. L'agència de comunicació AxiCom, en col·laboració amb l'Asociación Nacional de Empresas de Internet (ANEI), ha analitzat com han afectat els nous canals socials en el perfil dels periodistes i líders d'opinió. El document final, titulat *El profesional de la información en la era 2.0*, diu que un de cada quatre ha començat a utilitzar les xarxes socials per obligació professional. El 58% dels enquestats veu Twitter com una font d'informació i també com un altaveu per difondre els seus articles (62%). Facebook el mantenen per a l'entreteniment (55%) o estar en contacte amb les seves amistats (66%).

"Twitter s'ha convertit en la meua tercera mà". Carmela Ríos surt cada matí de casa carregada amb dos mòbils (un de l'empresa i un personal), l'iPad i una infinitat de carregadors. "Semblo freak total". El primer que fa és capturar una imatge del cel de la ciutat on es troba i enviar-la als seus més de 13.500 seguidors del Twitter per desitjar-los



GRÀFIC: THIS IS VISUAL; DOCUMENTACIÓ: MIGUEL JORGE. WWW.IREDES.ES

El mapa de les xarxes socials creix i canvia constantment; n'hi ha que sí són útils per a periodistes.

un bon dia. La redactora dels informatius de la cadena de televisió Cuatro ha guanyat el premi Ortega i Gasset en la modalitat de periodisme digital pel relat del 15M de 140 caràcters en 140 caràcters.

“Vaig anar a la primera manifestació del moviment, que va ser a l'abril del 2011, i em va cridar molt l'atenció perquè estava molt concorreguda, i els missatges que llançaven no era l'argumentari de cap partit polític o sindicat, sinó que eren missatges originals que la joventut sense futur s'havia anat treballant”, diu la periodista. I continua: “Vaig percebre el mateix que havia vist a França en el temps que hi vaig ser corresponsal: que era un moviment civil amb prou força com per perdurar i acabar provocant un cert temor a la classe política. M'hi vaig enganxar de seguida!”.

Per aquell temps Carmela ja era una experta en Twitter. Va obrir el seu compte l'estiu del 2009, i com a periodista judicial de CNN+, anava explicant els esdeveniments en temps real a la porta dels jutjats. Fins que un dia li va tocar explicar el tancament de la seva pròpia cadena. “Aquell dia se'm va agregar tanta gent que em vaig adonar que

Twitter és un suport de difusió immediata amb molt de ressò, i que per tant cal ser molt curós i molt responsable a l'hora de fer-lo servir”.

A ella li serveix pràcticament per a tot: per cercar informació, per contrastar-la, aconseguir fonts, enllaçar els propis articles, agregar-ne d'altres, dialogar amb els seguidors, etc. “Twitter és el que tu vols que sigui. Jo el faig servir amb molta desimboltura, però és que hi crec molt, en aquesta eina, i crec que redunda en la meua formació i el meu benefici dominar-la”, sentència.

Potser per això els periodistes que dominen eines com Facebook, Twitter, LinkedIn o Youtube asseguren que les fan servir assíduament per publicar i distribuir informació (95%), identificar tendències (86%), buscar informació (82%), viralitzar informació dels seus propis mitjans de comunicació (82%), fidelitzar els usuaris (78%) o realitzar periodisme d'investigació (25%), segons *Join the Conversation*. Carmela només hi troba dos petits inconvenients. El primer, que et mengen gran part del temps. I el segon, que et fan la ment molt poc acostumada a la concentració i la lectura en profunditat. D'altres són encara més apoc-

alíptics. El 62% dels enquestats per l'estudi *El profesional de la información en la era 2.0* creuen que els nous canals de comunicació estan influint negativament en els mitjans tradicionals, i el 74%, que seran els líders del panorama mediàtic espanyol.

El debat sobre la supervivència del periodisme tradicional ja fa un temps que està sobre la taula. Ve propiciada, principalment, per la tendència creixent al mal anomenat "periodisme ciutadà". Esdeveniments com la primavera àrab generen una allau de notícies incontrolable per part de ciutadans de tot el món, que pengen vídeos al YouTube, escriuen 'tuits', fan posts i conversen al Facebook en temps real.

"No sempre la informació que ens arriba a través de les xarxes socials és una informació fiable, perquè pot estar manipulada o plena d'opinió. No és la informació professional el més objectiva possible, honesta, rigorosa, contrastada amb fonts i que respon a uns codis professionals", assegura la presidenta de Reporteros Sin Fronteras (RSF), Malén Aznárez. La corresponsal de TVE Rosa María Calaf té una famosa frase que resumeix molt bé la diferència entre periodistes, que es dediquen a informar, i ciutadania, que el que fa és comunicar: "Quan anem a un hospital, no demanem un metge ciutadà, demanem un metge".

Wadah Khanfar, exdirector general de la xarxa Al Jazeera, va explicar a l'International Media Council -una trobada celebrada recentment a Madrid per debatre sobre els reptes de la indústria periodística-, que quan van començar a cobrir la informació de la primavera àrab, es van haver de nodrir de continguts de les xarxes socials. "El Govern no ens deixava entrar a Egipte. L'única font era la dels activistes i blocaires. Al principi va haver-hi una resistència a la redacció a utilitzar aquestes fonts. Vam haver de treballar per autenticar totes les notícies que ens arribaven". "Al Regne Unit, l'audiència no va estar interessada per Síria fins que no vam enviar un dels nostres millors reporters", va senyalar Helen Boaden, directora de BBC News.

La clau, doncs, és fer bon periodisme, ja sigui a través d'una tableta o d'un diari en paper. Contrastar les fonts, dir la veritat, mantenir independència, investigar, proporcionar un context. Aquestes són algunes de les regles de l'ofici que va destacar la periodista Soledad Gallego-Díaz durant una xerrada a l'Escola de Periodisme d'El País-UAM que tenia per títol *Si van a matar-te, no et suïcidis*. "El que els periodistes hem constatat sempre és que en tots els períodes de canvis radicals [...] acostuma a haver-hi morts. [...] I la pregunta que ens fem no és quants periodistes quedaran pel camí (que són molts), sinó si el propi periodisme serà una d'aquestes víctimes. [...] El més trist és que, de pura por a que ens matin, els periodistes acabem disparant un tret al periodisme".

El que està clar és que els mitjans de comunicació s'han de reinventar si volen sobreviure en un entorn digital, però si la clau és la informació ben feta, això té un cost elevat. L'ús de les xarxes aporta lectors però són difícils de rendibilitzar. Les grans empreses ja han començat a aplicar les seves pròpies fórmules. Digital First Media, per exemple, que és la segona empresa de diaris més gran dels Estats

Quins són els reptes?

La professió periodística creu que el principal repte al qual s'enfronta és el d'adaptar-se a les noves tecnologies (25%), oferir una informació de qualitat (24%), la precarietat laboral (20%), superar la crisi del sector (19%) i la independència dels poders (18%). Són algunes de les dades que es desprenen de l'Estudio de la profesión periodística elaborat per Gas Natural Fenosa entre 122 periodistes. En relació a la irrupció de les noves tecnologies, el 77% considera que es tracta d'una nova oportunitat.

Units, amb més de 800 productes digitals i impresos en 18 països, va canviar per complet el seu model de negoci i va prioritzar la part digital. El 25% del seu tràfic prové ara de les xarxes socials: quant més contingut es comparteix, més valor es genera; això comporta tràfic i, per tant, publicitat. Fa dos anys, estava en fallida; l'any passat van generar 800.000 dòlars, i ara, 1,5 milions cada tres setmanes.

Per Jill Abramson no es tracta de prioritzar un canal per sobre de l'altre, sinó de publicar cada història en la plataforma més adequada de la qual es disposa en aquell moment. El repte, segons la directora de *The New York Times*, és convèncer la gent que els continguts s'han de pagar. El diari compta amb 850.000 subscriptors que demanen el diari cada dia a casa, però en només un any s'han apuntat mig milió de persones a les subscripcions digitals.

A Espanya, ja estan naixent models de negoci peculiars. Un exemple: el cas de *MásPúblico*. El projecte, liderat per ex treballadors de *Público* que es van quedar al carrer quan aquest diari va tancar, a principis d'any, va arrencar amb una campanya de 'crowdfunding' a la plataforma de Verkami, en què es demanava la col·laboració dels usuaris per comprar la capçalera del diari. Malgrat els més de 33.000 euros recaptats, no van aconseguir fer-se amb el mitjà, però sí engegar una plataforma en línia i una publicació periòdica sota el paraigua d'una cooperativa formada entre els periodistes i els lectors. ■

RECURSOS

- Materials de l'International Media Council. www.elpais.com/static/encuentros/international-council
- ASNE. 10 best practices for social media. http://asne.org/portals/0/publications/public/10_Best_Practices_for_Social_Media.pdf
- Join the Conversation: cómo están usando Twitter los periodistas españolas. www.labapart.org/breaking_news.html
- El profesional de la información en la era 2.0. www.axicom.es/about/news/tercera-parte-bar%C3%B3metro-el-profesional-de-la-informacion-en-la-era-20



Qui paga mana? O la mercaderia de la informació

Les estructures econòmiques, bancàries i polítiques que mantenen els mitjans incideixen en els continguts, i posen en crisi cada vegada més la transparència, crítica i contrast de la informació. Se'n responsabilitza les i els periodistes, que són professionals assalariats i que sovint exerceixen sota la pressió de grans grups de poder. És important, doncs, el debat públic sobre qui hi ha al capdavant dels grups mediàtics que ofereixen les informacions a la societat, així com l'anàlisi de la conversió de la comunicació en una mercaderia més dins el sistema capitalista. Pot canviar el rumb i construir-se un periodisme crític, plural i sostenible en una època en què la crisi està propiciant noves vies de finançament més independents?

Per **Cristina Mora**

En el panorama mediàtic actual els mitjans de comunicació de masses segueixen fórmules empresarials, on la informació és la mercaderia, un bé sotmès a control i pressió. Tanmateix, s'estenen mitjans independents, basats en nous sistemes de finançament participatiu, com el micro-mecenatge, la subscripció o el cooperativisme.

Hi ha matisos en la consideració sobre qui hauria de fer-se càrrec dels mitjans de comunicació i com garantir, en tots els casos, conceptes com els de servei a la societat, transparència i rigor informatiu. Hauria de ser la publicitat? Les subvencions estatals, els impostos de la ciutadania, el pagament per la televisió privada i la informació a Internet? O bé subscripcions, nous models cooperatius, aportacions directes dels consumidors?

Els grans grups mediàtics han optat també per altres vies de recaptació: els bancs i la sortida a Borsa. Se-

gons Charo de Mateo, economista i catedràtica de Teoria, Història i Estructura de la Comunicació a la Universitat Autònoma de Barcelona i Laura Bergés, investigadora post-doctoral de la mateixa universitat, "l'expansió de grans grups i l'aparició de nous productes s'han basat en gran mesura en l'endeutament, aprofitant les estretes relacions dels grups de comunicació amb les entitats financeres". Grups com Prisa, informen les autores, "va arribar a un índex d'endeutament del 6,4% al 2008". En aquest sentit, i dins el profund període de crisi que travessem, les autores es pregunten: Com un mitjà ha d'informar de l'actual crisi o de conflictes que afecten a un determinat banc, si d'allò depèn la seva viabilitat econòmica i financera?

L'altre gran grup de poder darrera del qual està la "pre-agenda", continua sent la classe política. Segons dades de l'Informe anual de la professió periodística del 2011, de

l'Associació de Premsa de Madrid, "el 62% -un 31% a les autonomies- de les apertures informatives estan copades pels governs". Tots ells han dut a terme polítiques de comunicació o lleis per tractar de crear un grup de comunicació afí al seu partit: "Des d'Aznar, quan va intentar la unió de Vía Digital amb Telefónica per fer-li la competència a Canal Plus Digital, del grup Prisa, proper llavors al Partit Socialista; fins a Zapatero, que va intentar fer concessions de televisió a la Sexta, que era de MediaPro, o a La Cuatro", especifiquen De Mateo i Bergés. O la polèmica llei de l'audiovisual del 2006 a Catalunya, que pretenia "desgovernalitzar el sistema públic i buscar consensos; i s'ho van carregar", conclouen.

Pastís mediàtic i democratització de la xarxa

El Grup Prisa, tot i haver patit els efectes de la crisi amb la disminució d'ingressos d'un 14,8% entre el 2010 i el 2011, continua sent líder de la indústria dels mitjans de comunicació a l'Estat espanyol, amb el volum de negoci més alt, segons dades de la revista *Noticias de comunicación*. Distribuïdora de Televisión Digital (DTS), plataforma digital de pagament, responsable de Digital+, participada per Prisa, Telefónica i Telecinco, ha estat també una de les empreses amb més volum de benefici net, seguida de Mediaset (Tele 5 i La Cuatro), i de mitjans com Antena 3 TV (Grup Planeta), SER i *El País* (Grup Prisa). El Grup Godó i Zeta són altres dels apoderats que hi ha al darrera de grans mitjans.

Ahora, nous canals de transmissió des de la xarxa estan facilitant l'accés més democràtic de la població a la

creació i al consum de la informació, a través de publicacions *online*, blocs o xarxes socials. D'on surten llavors els beneficis del negoci a Internet? Publicitat *online*, comerç electrònic per diversificar negocis, o pagament de continguts són algunes de les estratègies actuals.

Els mitjans s'estan reestructurant

La televisió, mitjà líder en la inversió publicitària, va patir unes pèrdues del 7'4% el 2011, mentre que per a la premsa van ser de l'11'7% i la ràdio -que des de la implantació d'Internet ha quedat relegada a un cinquè lloc- va reduir en un 2'2% els seus ingressos publicitaris, segons dades d'Infoadex. La premsa ha vist també rebaixada en 25 punts la seva difusió els darrers deu anys, per l'expansió de la premsa gratuïta i l'ús d'Internet, aquest darrer amb balanços positius per la publicitat.

Segons el Llibre Blanc de la premsa diària que elabora l'Associació d'Editors de Diaris Espanyols, per encaminar la rendibilitat del sector, s'hauran d'introduir elements com ara plataformes de continguts de pagament, webs de diaris, dispositius mòbils o 'tablets'. Un nou mercat pel qual ja competeixen els grups mediàtics. "Les grans corporacions de telecomunicacions, serveis d'Internet i mitjans, que van començar litigant, ara estan arribant a acords" expliquen Laura Bergés i Charo de Mateo.

Una altra via que planteja l'Associació d'Editors està encaminada a la transformació del cor del negoci, la redacció, amb estructures més petites i contingudes per aguantar la crisi, un fet que diaris de recent creació com l'Ara ja fan.

De Mateo i Bergés plantegen que s'hauria de trencar

Crowdfunding

En el micromecenatge, més conegut com 'crowdfunding', que a través de la xarxa promouen Verkami o Goteo, han confiat també col·lectius de periodistes que aposten per un periodisme crític, com és el Grup de Periodistes Ramon Barnils. Per a la creació de l'*Anuari Mèdia.cat: Els silencis mediàtics*. David Bassa, president del Grup de Periodistes Ramon Barnils, i periodista de TVC, explica "hem vist que hi havia una necessitat, davant dels silencis mediàtics. La gent és molt conscient que els grans mitjans de comunicació, tots, tenen aquest taló d'Aquil·les, que estan patint el finançament i que cada vegada hi ha més informacions que s'expliquen menys o que no es diuen. Hi ha una necessitat d'una informació alternativa i contrastada".



Nous models de comunicació, nous finançaments

Professionals que volen exercir amb rigor i esperit crític la seva professió es troben sovint amb grans dificultats i arriben a optar, fins i tot, pel que s'està coneixent com "freelancisme militant", això sí, sota una gran precarietat.

Diaris crítics amb infraestructures petites com *Diagonal* o *La Directa*, nascuts amb esperit de denúncia social i desvinculats de qualsevol grup de pressió, es basen en les subscripcions i aportacions de col·laboradors i col·laboradores, la publicitat i la venda. Els seus continguts l'omplen, però, un 70% de voluntaris (cas de *Diagonal*), majoritàriament no periodistes.

Tanmateix, hi ha fórmules que s'estan començant a dur a terme, amb trajectòries ja consolidades per mitjans d'altres països, que donen llum a una nova manera de mantenir els mitjans, fent-los

sostenibles i independents, on el públic lector juga un paper fonamental. El cooperativisme -que té referents europeus, des de fa 20 anys, com el diari independent d'esquerra *Tageszeitung* de Berlín, o mitjans col·lectivitzats d'Argentina- comença a plantejar-se com una opció viable també pels mitjans de comunicació espanyols. És el cas de la cooperativa *MásPublico*, formada per ex treballadors del diari *Público* i la Cooperativa Integral Catalana, que han apostat per aquest sistema i aplega professionals i lectors, i que han optat pel micro-mecenatge per recaptar fons (33.170€) per començar el seu projecte.

Thilo Schäfer, membre de *MásPublico*, i ex cap d'Internacional de *Público* opina que "els grans mitjans porten anys discutint com salvar el periodisme davant la caiguda de la publicitat, la canalització per Internet, etc. Una via és aconseguir que els lectors donin suport als mitjans econòmicament".



també amb la homogeneïtzació dels diaris, que competeixen pel mateix perfil de lector i, tal i com succeeix a molts països europeus, anar cap a una "especialització més alta de la informació de mitjans dirigits a diferents perfils de lector".

En aquesta revisió de la gestió dels mitjans, sota la perspectiva de gènere es confirma el domini d'homes i on,

tot i haver-hi alguna dona representada, "prevalen més els criteris de rendibilitat, partidistes o de la publicitat, independentment de si hi ha una dona o un home al darrera", segons Laura Bergés i Charo de Mateo. Ens trobem davant d'un sector on, tot i estar ple de dones periodistes, domina la mirada androcèntrica i mercantilista. ■

RECURSOS

- Jesús Flores y Guadalupe Aguado. *Modelos de negocio en el ciberespacio*. Editorial Fragua. 2005. Madrid.
- Charo de Mateo, Laura Bergés, Marta Sabater. *Gestión de empresas de comunicación*. Editorial Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. 2009. Salamanca. Pot consultar-se'n unes pàgines i adquirir-lo a: <http://www.comunicacionsocial.es/catalogo/colecciones/periodistica/Gestion-de-empresas-de-comunicacion>
- Charo de Mateo, Laura Bergés y Anna Garnatxe. "Crisis ¿qué crisis? Los medios de comunicación: empresas y periodismo en tiempos de crisis". Capítol 3 del llibre *El cambio mediático*. Coordina per Francisco Campos. Editorial Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. 2010.

El teixit associatiu del periodisme, aquí, avui

La professió periodística sempre ha tingut un component individualista; s'hi juga la competitivitat i el prestigi personal. Però per mantenir la independència, lluitar contra la precarietat, o obtenir reconeixement professional, els i les professionals han vist al llarg dels anys la necessitat d'associar-se. El periodisme professional al nostre país s'estructura en un ventall associatiu a diversos nivells. N'hem volgut observar el caràcter, la vigència i la utilitat. I la mirada de gènere

Per **Laia Serra i Julia López**

Primeres estructures

La lluita contra la censura i per aconseguir la democràcia van protagonitzar les primeres reivindicacions de la professió a Catalunya i Espanya. El 1986, el Parlament de Catalunya va aprovar la creació del Col·legi de Periodistes de Catalunya (CPC), per la convergència entre professionals i polítics, a partir de la precedent franquista Associació de la Premsa.

El CPC celebra ara els seus 25 anys. La majoria de la professió està d'acord en valorar la importància de la seva creació. Ha estat aglutinador de la professió en diversos vessants, com ara en l'allotjament de diverses entitats; Elvira Altés, cofundadora de l'ADPC i que actualment participa en la comissió de Cultura del CPC, diu: "la possibilitat de disposar d'un local ha estat fonamental per l'ADPC i altres associacions". El Col·legi professional català va ser pioner i durant molts anys ha estat únic. A nivell espanyol, actualment està en marxa la creació dels Col·legis de Madrid i Sevilla.

El floriment de l'associacionisme professional de periodistes va ser als anys 90. La primera associació que va aprovar els seus estatuts, al 1992, va ser l'Associació de Dones Periodistes de Catalunya (ADPC). "L'associació va néixer per fer sentir la veu de les dones periodistes i tenir més pes dins del Col·legi de Periodistes i en la professió, i sobretot per canviar o millorar el paper de les professionals als mitjans, i la imatge que aquests divulguen del paper social de les dones", explica Montserrat Puig, expresidenta de l'ADPC. En poc temps va arribar a tenir 200 associades i enguany celebra el 20è aniversari.

El Sindicat de Periodistes de Catalunya va néixer poc després i posteriorment agrupacions com el Sindicat de la Imatge (mireu directori).

Vigència de les xarxes de periodistes

La professió s'ha estructurat a nivell sindical, en associacions i agrupacions per especialitat, i en comissions de treball impulsades pel Col·legi. Com ara la que encapçala

Pilar Casanova, de gabinets de premsa, que ha elaborat el primer Manual de Bones Pràctiques en relació amb el periodisme de fonts, també ha començat ja a treure profit de les xarxes socials per a la professió, com ara en la campanya #yogratisnotrabajo. "Tant les agrupacions com les associacions han tingut i tenen un paper rellevant en la defensa dels drets i qualitat de la professió", afirma Casanova, "sobretot l'ADPC, amb un paper capdavanter en la visió que s'ofereix de les dones en els mitjans de comunicació, gràcies als seus informes, denúncies i premis de comunicació no sexista.

L'agrupació de periodistes també té sentit en la defensa d'un periodisme crític i independent. Per exemple, el Grup de Periodistes Ramon Barnils vol ser un espai de reflexió "per defensar un periodisme independent, crític i rigorós, i sempre des d'una visió nacional desacomplexada" en memòria de la figura de Ramon Barnils, explica David Bassa, l'actual president.

El Sindicat de Periodistes (SPC) es va aprovar el 1993. Per a Dardo Gómez, actual president de la Federació de Sindicats de Periodistes (FeSP), "el SPC es va crear davant la constatació que des del Col·legi es podia fer molt poc pels drets laborals dels periodistes". Tots els periodistes europeus estaven organitzats, recorda Gómez, "la nostra trajectòria demostra bé la seva necessitat": S'ha actuat en diversos fronts, des de la lluita per la pluralitat informativa dels mitjans públics, fins als conflictes del dia a dia a les empreses tant públiques com privades, o la reivindicació d'un Estatut del Periodista Professional i la regulació per llei dels drets dels periodistes a la peça.

Les dones en les estructures organitzatives

La perspectiva de gènere no és un tema principal de reflexió per a molts representants d'associacions de periodistes. En algun cas s'arriba a confondre la perspectiva de gènere amb la presència o no de dones.

Elvira Altés recorda la col·laboració que el Col·legi ha

| Nom del grup o associació | web | Mitjans |
|--|---|--|
| Aula Media (Educació en la comunicació) | www.aulamedia.info | http://aulamediatv.wordpress.com/ |
| Agropress | http://agropres.wordpress.com | |
| Associació Catalana de la Comunicació Científica (ACCC) | http://www.accc.cat/index | Butlletins/Papers de comunicació científica |
| Associació de Dones Periodistes (ADPC) | www.adpc.cat | www.donesdigital.cat <i>Dones Dossier</i> (en paper i digital al web) |
| Associació de Periodistes Europeus de Catalunya (APEC) | http://apec.cat/es/ | |
| Associació de Periodistes d'Informació Econòmica (APIEC) | www.apiec.net (en construcció) | |
| Associació de Periodistes de la Comunicació Pública (APCP) | http://www.comunicaciopublica.cat/web/ | |
| Associació Catalana de Comunicació i Estratègia Política (ACCEP) accep@espolitica.com | www.acciep.cat/ | |
| Coneqta. Asociación de Prensa Profesional y Contenidos Multimedia | www.coneqta.com | |
| Grup de Periodistes Ramón Barnils | www.grupbarnils.cat | www.media.cat |
| UPIFC. Sindicat de la Imatge | http://www.upisindi.cat/ | |
| Xarxa Internacional de Dones Periodistes i Comunicadores de Catalunya-Xarxa Internacional de Periodistes amb visió de gènere (XIDPICCat) | | Agència de notícies www.laindependent.cat |
| Xarxa Audiovisual Local (XAL) | www.xal.cat | |
| Sindicat de Periodistes de Catalunya | www.sindicat.org | |
| Fundació Moret i Marguí, memòries i llegats | http://www.moretmargui.cat/ | |
| Federació de Ràdios Locals de Catalunya | http://www.radiolocal.cat/ | |
| Llistat de col·lectius professionals en relació amb el CPC | http://www.periodistes.org/que_es_colectius_professionals | |
| Associacions de mitjans | | |
| Associació de Publicacions Periòdiques en Català (APPEC) | www.lesrevistes.cat | |
| Associació Catalana de la Premsa Comarcal (ACPC) | www.premsacomarcal.cat | |
| Associació de la Premsa Gratuïta i mitjans digitals (ACPG) | www.acpg.cat | |

afavorit amb projectes europeus i activitats de les dones, etc., malgrat això, matisa: "Això no vol dir que les juntes col·legials hagin impulsat iniciatives per fer més visibles les dones periodistes o per posar a l'agenda els temes de gènere". I continua: "Per tenir desenvolupada la perspectiva de gènere cal un treball de prendre consciència primer i molta atenció després. Habitualment no es té en compte aportar la mirada de gènere o fer més visibles les dones en les activitats que es programen". Segons Altés, en la Comissió de Cultura, com en tots els grups mixtos, cal fer

sempre el toc d'avis: "Quan faig notar que no s'ha pensat en termes de gènere, ho comento i aleshores tothom hi està d'acord i es dóna suport a les meves propostes".

Poques dones estan al capdavant d'agrupacions de periodistes. "Elles treballen en la base, i ells ocupen els llocs de poder més visibles". Segons Àlícia Oliver, que presideix la comissió de periodisme solidari del Col·legi, això respon a la lògica del sistema patriarcal en què vivim: "Les dones hem accedit al món laboral però sense resoldre tot el tema de la cura que, invariablement, recau en nosaltres.



La diversitat de formes d'associacions de periodistes també es representa a la Xarxa, on són presents en diferents formats i intensitat.

En aquestes condicions és lògic que moltes dones no vulguin participar-hi”. Amb excepcions, evidentment, com ara Montserrat Minobis, que va ser degana del Col·legi en un breu període, i que ara presideix la Xarxa Internacional de Dones Periodistes i Comunicadores de Catalunya - Xarxa internacional de Periodistes amb Visió de Gènere (XIDPIC. CAT), sota el paraigua també del Col·legi.

La participació de les dones no es correspon a les xifres de dedicació professional. Elsa González, actual presidenta de la Federació d'Associacions de Periodistes d'Espanya (FAPE), reconeix que el mateix desequilibri percentual entre homes i dones que treballen als llocs directius dels mitjans i a gabinets també pot estar-se estenent a les directives de les associacions: “Només un 33 per cent del total de les nostres associacions tenen una presidenta al capdavant”.

La poca implicació i participació de les dones en el moviment sindical és encara una realitat i un problema per fer visibles les reivindicacions en clau de gènere. Ho afirma Gómez i també ho deia Lola Fernández Valenzuela, Secretària d'Igualtat de la FeSP, a la VI Trobada de la Xarxa Internacional de Periodistes amb Visió de Gènere a Fes, a l'octubre del 2011: “Les dones hem de prendre aquests espais. A l'hora de negociar els convenis, a Espanya tenim la Llei d'Igualtat, però els homes no se'n en recorden”. I a més, subratllava la importància de la formació en gènere per a les pròpies periodistes.

Des de la Secretaria d'Igualtat del SPC, la seva coordinadora, Elena Tarifa, explica: “Des del Sindicat sempre s'ha

vist com a necessària una Secretaria específica per lluitar contra la desigualtat de gènere a la professió, però sovint la dificultat és que els mateixos companys i companyes no la perceben de manera clara”. Per exemple, la conciliació de la vida familiar i laboral. Per a Tarifa és fonamental “que els temes d'igualtat home-dona tinguin un paper més rellevant a la negociació col·lectiva perquè repercutirà en les condicions laborals de les dones periodistes i també dels homes”. També ho reivindica Jordi Bordes, periodista membre del Consell Directiu del Sindicat: “els companys periodistes i sobre tot els mitjans han d'assumir les reivindicacions que semblen de caire feminista. També ells s'han d'acollir a les mesures de conciliació i trencar la vulnerabilitat de les dones front les empreses en aquest tema”. A més, en el context de crisi en què ens trobem, afirma Bordes, la unió i l'activisme són més necessaris que mai i els treballadors i treballadores han de poder presentar i defensar la reformulació dels mitjans. ■

RECURSOS

- Eudald Coll “Crònica de la gestació del Col·legi”, revista *Capçalera* núm. 154,. Disponible a: http://issuu.com/periodistescatalunya/docs/capçalera_periodistes
- Roger Palà “El grup democràtic de periodistes 2.0”, a *Mediacat.cat*. Disponible a: <http://www.mediacat.cat/2011/11/21/el-grup-democratic-de-periodistes-2-0/>

Periodisme al servei del diàleg

Les empreses i institucions cada vegada tenen una actitud més proactiva davant els mitjans de comunicació, el que duu a una major importància i professionalització dels gabinets de premsa. Amb les xarxes socials com a grans protagonistes, la correcta gestió de la informació resulta clau i el futur sembla apuntar clar cap a una interacció directa entre organitzacions i el seu 'target'. Ara bé, queda garantida l'objectivitat? I la difusió de missatges que potencii interessos diferents dels masculins?

Per **Marta Olivé**

Els gabinets de comunicació són els encarregats de gestionar la informació externa d'una empresa o institució, de controlar en tot moment quines són les vies de difusió de la mateixa i quina imatge se n'està creant. En aquest sentit, les seves funcions no han variat en gran mesura en els darrers anys, si bé podem parlar de canvis en la seva forma de treballar amb la incorporació de les noves tecnologies de la informació i la comunicació.

La majoria de les empreses de relacions públiques estan realitzant més que mai funcions pròpies d'un gabinet de comunicació i incorporen principalment periodistes al seu equip, que són qui coneixen millor que ningú els mitjans de comunicació: com accedir-hi, com són i com treballen, els seus criteris, què pot ser notícia i què no, etc.

Una informació més elaborada

El canvi de tendències en la forma de comunicar i de tractar de la informació que ofereixen els gabinets de premsa, tant d'empreses privades com d'institucions, també té una causa en la crisi econòmica. Els mitjans, especialment els escrits, estan patint una greu reducció de plantilles i això fa que una mateixa persona hagi d'assumir diferents rols dins d'una redacció. Per tant, explica la sotsdirectora de Numa Comunicació, Marta Estévez, "ens demanen que exercim de periodistes per a ells i que els enviem els textos molt treballats i/o que els adaptem alguna part del que ja hem enviat. Per nosaltres no és cap inconvenient: forma part de la nostra tasca diària".

Llavors, una de les preguntes que sorgeix en parlar dels gabinets de comunicació es basa en la seva objectivitat. D'una banda, la informació corporativa persegueix transmetre els missatges d'una organització de forma controlada a partir d'una estructura periodística, en la qual es busca serietat i credibilitat. Però de l'altra, la coordinadora del Màster de Rela-

cions Públiques i Gabinets de Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB), Ana Ullod, matisa: "És, "és clar que si la font d'informació és la pròpia organització, aquesta intentarà transmetre un tipus de missatge que li sigui positiu i neutralitzar aquells que siguin negatius". Ullod conclou: "és molt difícil parlar d'objectivitat, però no només en la informació corporativa, sinó pràcticament en qualsevol àmbit".

La investigadora del Laboratori de Periodisme i Comunicació per a la Ciutadania Plural de la UAB, Marta Corcoy, apunta que "la filosofia i línia d'actuació de tot gabinet de premsa ha de ser la d'informar de la gestió de l'organització i no amagar la veritat, entenent per veritat allò que s'ajusta a la realitat dels fets". Com a exemple, explica que és recomanable establir com a norma de funcionament oferir de manera periòdica dades estadístiques que ajuden a configurar informacions i a crear opinió pública.

En aquest punt s'obre la reflexió al voltant de les principals diferències que existeixen, o haurien d'existir, entre la comunicació corporativa d'empresa i la comunicació pública d'institucions. La primera és "una eina de promoció i difusió dels productes i serveis" d'una empresa, segons Corcoy: "essencialment significa transmetre informacions generades per la pròpia empresa als seus públics directes i/o potencials". D'altra banda, la comunicació pública o governamental s'ha de concebre com una eina d'informació de la gestió i de servei ciutadà, mai de propaganda. Així, subratlla Corcoy, "les institucions democràtiques estan obligades a una política de transparència informativa, han de rendir comptes al seu electorat de l'execució del programa de govern i informar de la gestió del dia a dia, a part de donar serveis i sensibilitzar". És a dir, informar perquè la ciutadania es pugui relacionar amb la institució tot coneixent els seus mecanismes i les seves actuacions. "Per lluitar contra el descrèdit polític, la desafecció i



Suport als mitjans i a la visibilitat de dones

El Cercador d'Expertes que el 2006 es va posar en marxa, dissenyat i coordinat per l'ADPC, accessible al web de l'ICD, i actualitzable, per "facilitar als mitjans de comunicació la recerca de perfils de dones de tots els àmbits per visualitzar-ne les seves aportacions, especialment en espais on tradicionalment no hi ha hagut presència femenina". Es tracta, doncs, de facilitar la recerca de perfils de dones professionals, especialment d'aquells àmbits on tradicionalment no hi ha hagut presència femenina.

El cercador facilita l'accés a prop de 400 expertes i els seus currículums, i al llarg dels primers 5 mesos del 2012 ha rebut prop de 2.200 consultes.

la desconfiança ciutadana vers les administracions -conclou la investigadora de la UAB-, des de l'àmbit comunicatiu només hi ha una fórmula: transparència i mostrar la vocació de servei ciutadà. La societat requereix cada dia més una demanda social d'informació rigorosa".

Estratègies de servei de comunicació

La formació és un altre aspecte essencial amb el qual les institucions poden contribuir a una comunicació pública de qualitat. En el cas d'una millor representació de la violència masclista, per exemple, l'Institut Català de les dones (ICD), juntament amb el Consell de l'Audiovisual de Catalunya i el Col·legi de Periodistes de Catalunya, han ofert formació especialitzada i eines als i les professionals del periodisme per millorar el tractament de les notícies relacionades amb la violència masclista.

D'altra banda, impulsar eines com el Cercador d'Expertes que va dissenyar i coordina l'ADPC per encàrrec de l'ICD i que es troba accessible al web del mateix ICD, a disposició dels mitjans de comunicació i la població, pretén visibilitzar expertes en diferents àmbits.

Des de l'ICD reconeixen la importància de treballar conjuntament amb les persones amb responsabilitats a tots els nivells dels mitjans de comunicació i avançar en la creació d'una mirada mediàtica més àmplia que inclogui les aportacions de les dones a la societat. "Si no reconeixem que hi ha unes desigualtats de gènere a la base de la nostra societat, podríem estar reproduint i perpetuant situacions i rols ja caducats", matisen.

Queda molt camí per fer, segons Marta Corcoy: "Es mostren mirades esbiaixades en les quals no es contempla

tota la realitat social. El periodisme de declaracions tampoc ajuda a mostrar aquesta realitat des d'una altra òptica". La cultura patriarcal, afirma, impedeix homes i dones "observar i presentar la societat sota una mirada plural."

Quan la imatge depèn de les xarxes socials

Els mitjans socials s'han convertit en una font d'informació de primera mà per a periodistes, blockeers i persones consumidores de productes i serveis. Han modificat el panorama existent fins ara fa uns cinc anys, on l'emissor era unidireccional. Cada cop més, apunta Marta Estévez des de Numa Comunicació, "els usuaris dialoguen amb les marques"; els gabinets de premsa s'han d'especialitzar, explica: "han d'aprendre a ser no només emissors, sinó guardians de les empreses, i interlocutors, no només davant els periodistes, sinó davant l'opinió pública en general".

En comunicació corporativa, la gestió de les xarxes socials -per part de la figura anomenada *community manager*, o també d'administració de xarxes socials- està tenint cada cop més importància per la gran rellevància d'aquestes formes de comunicació en l'opinió pública. Les xarxes socials es configuren com una de les claus sense les quals no es pot parlar del futur de la comunicació institucional i corporativa.

A més, en les últimes dècades hem vist com la comunicació corporativa guanyava terreny en el nostre país, en un context en què les necessitats de comunicació augmenten a un ritme rapidíssim. "El rol del gabinet de premsa adquireix més importància: com a assessors de les empreses en matèria comunicativa, en la creació de fets noticiables i en la seva emissió a l'opinió pública, a través d'uns mitjans determinats", apunta Marta Estévez. ■

- Institut Català de les Dones (Cercador d'Expertes). Disponible a: http://www14.gencat.cat/icdones_expertes/
- Associació de Dones Periodistes de Catalunya. *Impacte de les recomanacions sobre el Tractament de la Violència Masclista als Mitjans de Comunicació*. Disponible a: http://www.adpc.cat/new_site/wp-content/uploads/2011/11/TractamentV.Mitjans2011ADPC.pdf
- Associació de Dones Periodistes de Catalunya. *Per a una representació equilibrada de dones i homes als mitjans de comunicació. Recomanació, eines i propostes*. Disponible a: http://www.adpc.cat/new_site/?page_id=161#representacio

- Canet, Vicent. *La perspectiva de gènere, una eina per la qualitat del periodisme*. Disponible a: <http://www.media.cat/2012/03/08/la-perspectiva-de-genero-una-eina-per-la-qualitat-del-periodisme/>
- Decàleg de bones pràctiques de la comunicació local pública. Disponible a: <http://www.infoparticipa.cat/bones-practiques/decleg.html>
- Col·legi de Periodistes. Manual de bones pràctiques de periodistes de fonts: *Els gabinets de comunicació. Criteris de bones pràctiques professionals*. Disponible a: http://www.periodistes.org/lLista_de_documents

Juana Lahousse

Els sacrificis de la dona directiva

El Parlament Europeu (PE) predica, aparentment, amb l'exemple en qüestions d'igualtat de gènere i supera l'equitat: el 58,5% dels 3000 professionals que hi treballen són dones. En els càrrecs de direcció, però, la presència femenina és només d'un 23%. Juana Lahousse, nascuda a Almeria fa 58 anys, forma part d'aquesta minoria. Des del mes de març d'enguany és la directora general de Comunicació del PE, la primera vegada que aquest departament és dirigit per una dona a l'Eurocambra. Abans, des del 2007, havia estat al capdavant del Departament de Traducció i Interpretació

Per **Cristina Mora**

Juana Lahousse Juárez es va llicenciar en pedagogia i es va diplomar en Traducció i Interpretació a Brusel·les, ciutat on van emigrar els seus pares d'origen andalús. A finals dels 80 va apostar per la seu europea, després d'haver treballat com a intèrpret independent. La institució europea ha estat escenari del seu desenvolupament professional, des del 1986. Al llarg de tots aquests anys al PE, "on durant molt de temps hi ha hagut una predominança masculina", puntualitza, ha desenvolupat funcions ben diverses que l'acrediten com una gran experta del seu funcionament intern i la seva idiosincràsia. De l'equip de 1500 persones que coordinava com a directora del servei de traducció, ha passat a tenir més de 700 funcionaris al seu càrrec. Els nous reptes que afronta al capdavant de la comunicació de la institució europea són molt alts, en un medi, el del periodisme, on segons la directiva "més enllà de ser dona o home el que compta és la notícia i la competitivitat".

Per qui és la cara visible de la comunicació institucional d'Europa, el periodisme és una professió dura que exigeix molta disponibilitat. Tot i la feminització creixent de la professió, "sempre hi ha un límit amb el qual la dona es topa i és el fet d'estar disposada a sacrificar moltes hores personals per la feina", comenta.

L'actual directora general de comunicació del PE reconeix haver fet molts sacrificis, com a mare de tres fills i àvia, pel seu desenvolupament professional. La seva feina -caracteritzada per un alt dinamisme de reunions, plens i comissions- l'ha obligada a viatges constants entre Brusel·les i Estrasburg. La conciliació



professional i familiar ha estat, però, possible per Lahousse, que gaudeix dels beneficis de treballar en una organització pionera en termes d'igualtat.

L'estabilitat financera -una constant en la seva vida- és quelcom que considera també molt important i, segons les seves paraules, "és un tema tabú que molt poca gent s'atreveix a tocar". Quan ens referim al desenvolupament de la carrera professional, Juana Lahousse comenta "si tens una estabilitat financera et pots organitzar de certa manera, mentre que si ets dona, mare de família, i t'agafa en un moment de precarietat laboral i has de continuar lidiant amb tot, doncs, és clar, et desestabilitza molt una possibilitat de fer carrera". Juana, amb humilitat i alhora un sentit clar de la seva sort, comenta "jo he gaudit d'una gran estabilitat en la meua vida que m'ha permès fer aquests sacrificis. Perquè són sacrificis els vulguis o no". En el seu cas ha estat fonamental també el suport incondicional del seu marit, amb qui han sabut complementar els moments del salt professional de cadascun.

No sempre però el vent ha bufat a favor i Joana Lahousse matisa que des que va passar de la traducció a l'assumpció de càrrecs directius ha comprovat que molts homes canviaven el seu comportament perquè era una dona. "Van començar a sortir termes com els de "dones coartada", on ens acusaven d'ocupar el càrrec pel fet de ser dones", explica. "A partir del moment que et converteixes en competidor llavors comença el problema. I ho hem tingut, amb bromes, però ho hem tingut quan pensàvem que no seria així". ■

Barcelona

és molt més

La província de Barcelona
és tot un món de propostes
turístiques per descobrir.



www.diba.cat/turisme

Pineda de Mar, Maresme.

BCN+ **Barcelona**
és molt més



**Diputació
Barcelona**



Reculls de premsa sobre l'ADPC: El seu naixement, els Premis de Comunicació No Sexista que atorga cada any.



20 anys de sota la mirada

L'Associació de Dones Periodistes de Catalunya (ADPC) va néixer el 1992 i dona suport, formació i mitjans de comunicació a les dones periodistes i de les dones mitjans. Des de l'ADPC s'ha fet a la vegada que formació en a forma pionera, l'ADPC ha promogut el periodisme i les noves tecnolo



Enguany l'ADPC celebra els 20 anys. En la darrera dècada el panorama periodístic i tecnològic ha canviat molt. L'associació s'ha adaptat als canvis amb els seus mitjans: el 2009 va crear la revista online *Donesdigital* i el 2010 va reformular la revista *Dones* en un monogràfic bianual, la *Dones Dossier*.



Presentació del llibre *El sexe de la notícia*, d'esquerra a dreta: Montserrat Puig, Marta Bach, Joana Gallego, Elvira Altés, Marta Plujà. 1999.

Belles Sirenes, Vídues negres i dames de ferro va ser una jornada de discussió celebrada l'any 2001 sobre la construcció dels estereotips de gènere als mitjans de comunicació. Es va presentar l'estudi dirigit per Joana Gallego *Mecanismes de transmissió d'estereotips de gènere a la premsa d'informació general*. La jornada era organitzada pel departament de periodisme de la UAB, el Col·legi de Periodistes i l'ADPC.

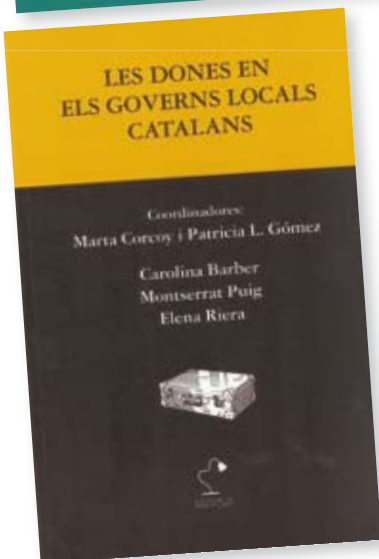


e periodisme da feminista

...stes de Catalunya està en marxa des del i espai per a visibilitzar el treball de les es en els missatges que s'elaboren des dels t denúncia de les discriminacions de gènere aspectes crucials del periodisme actual. De mogut l'ús d'un llenguatge no sexista en el gies



L'ADPC va ser pionera en la formació en internet i TICs per a periodistes, des del 1997.



Des dels inicis, una de les accions més rellevants de l'ADPC és l'elaboració de recerques sobre periodisme: *Les dones en els governs locals catalans* (2005); *Les periodistes al franquisme i la transició* (2009); *El feminisme al PSUC* (2010); set anys continuats de recerca sobre la violència masclista als mitjans de comunicació (2006-2012).





Europa, cap a la sanció de la bretxa salarial

El Tractat de Roma del 1957 recull el dret a la igualtat salarial, però 53 anys més tard la diferència de retribució entre homes i dones oscil·la entre el 3,2% i el 30,9% als Estats membres, i una dona ha de treballar 2 mesos més per guanyar la mitjana del sou d'un home. Aquestes són algunes de les dades de l'informe presentat al Parlament Europeu enguany el 8 de març, Dia Internacional de la Dona. El Parlament demana ara sancions més estrictes contra les empreses que no respectin la igualtat salarial

Per **Cristina Mora**

L'informe sobre l'aplicació del principi d'igualtat en la retribució entre treballadors i treballadores per una mateixa feina o per una feina amb mateix valor, del qual Edit Bauer, eurodiputada eslovaca del Partit Popular Europeu, economista i sociòloga, ha estat portaveu, planteja recomanacions destinades a la Comissió Europea (CE) per estudiar mesures com les multes administratives o l'exclusió de subvencions en la propera revisió de la normativa de la Unió Europea (UE) sobre igualtat en la feina.

Les diputades i diputats demanen un certificat europeu de qualitat per a empreses i administracions i que es facin auditories periòdiques obligatòries dins les empreses. Entre les recomanacions hi ha que les organitzacions sindicals i les patronals elaborin conjuntament instruments objectius d'avaluació de la feina per reduir aquestes discriminacions. Perquè, segons l'informe, de mitjana les dones europees guanyen un 17,5% menys que els homes. A Espanya la bretxa és d'un 16,7%.

La legislació vigent a revisió

Aquest any el Parlament Europeu (PE) ha posat l'accent en la bretxa salarial que existeix en el món laboral entre homes i dones, i té fins el 15 de febrer del 2013 per revisar la legislació, vigent des del 2006. Perquè tot i que els països de la UE estan obligats a oferir una indemnització o reparació a les víctimes de la desigualtat salarial i a establir sancions, la norma general deixa a discreció dels països membres l'elecció

de les penes, que mai no acaben en sancions reals als empresaris. En aquest sentit, les mesures plantejades pel PE són de caràcter vinculant, ja que la Comissió no pot presentar mesures jurídiques sense una consulta popular.

Per Catherine Hakim, sociòloga i professora de la London School of Economics, que va ser convidada al Parlament Europeu els passats 7 i 8 de març per tractar les qüestions de les diferències salarials, "a Gran Bretanya, que ha aplicat les lleis de la UE, hi ha tribunals on les denúncies no costen res. Aquest és un sistema que s'utilitza i que funciona. Hauria d'existir l'opció dels tribunals laborals sense cap cost per a la ciutadania".

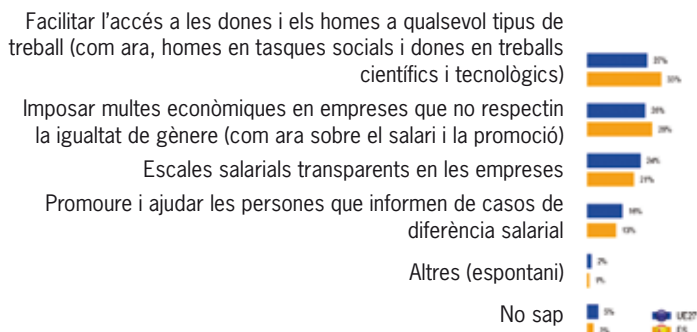
Karin Enodd, presidenta del Comitè de la Dona de la Confederació de Treballadors (ETUC) opina que "fan falta convenis col·lectius polítics que ofereixin el marc per la igualtat d'oportunitats i salaris, i polítiques sòlides sobre la conciliació familiar i laboral".

Algunes de les principals raons que expliquen la bretxa salarial entre sexes són: l'alt percentatge de dones amb feines a temps parcial, la segregació laboral -igual en els darrers 15 anys-, i que molts treballs amb una presència més alta de dones tenen remuneracions més baixes. És a dir, les feines desenvolupades per les dones no estan tan valorades com les dels homes.

En aquest sentit Agneta Stark, economista feminista sueca i membre del consell de direcció d'International Association

La lluita contra la diferència salarial

Quina de les següents mesures ajudaria més a reduir la diferència salarial entre homes i dones? (una sola resposta)



Desigualtats de Gènere

En la seva opinió, quina de les desigualtats de gènere de la llista següent és la més important? En primer lloc? I a més d'aquesta? (Màxim tres respostes)



Flash Eurobaròmetre, resultats a Espanya. Parlament Europeu.

for Feminist Economics, exposa: “per exemple, les llevadores amb una alta responsabilitat i gran demanda tecnològica, amb l'habilitat de prendre molt ràpidament decisions importants, s'haurien de comparar amb tots els enginyers amb responsabilitats tecnològiques, i veure els elevats contractes per milions d'euros que reben i els errors que també han comès”. Per l'economista, el concepte de tecnologia està poc contemplat o menys valorat en feines fetes per dones.

Les dones, consumidores de l'educació

Un altre dels fenòmens que està succeint en els darrers temps és l'elevat nombre de dones llicenciades. Però segons la comissió de Drets de la Dona i Igualtat de Gènere del Parlament Europeu (PE), tot i que les dones representen el 60% dels titulats universitaris, les dones “segueixen infra-representades en posicions decisòries de l'economia” i només un 10% són directives d'empreses i un 12% estan als consells d'administració de les grans companyies europees.

Davant l'elevada xifra de dones amb títols universitaris i la no proporcionalitat en el món laboral, Stark va obrir un interessant debat sobre com les dones “són consumidores de l'educació, però sembla que ningú pensa que estiguin invertint per oferir després un servei a la societat”.

Decisions personals?

Per qui va ser consellera del govern britànic en qüestions laborals, Catherine Hakim, també són molt importants les decisions reals que prenen les dones sobre la feina, on no sempre prioritzen la carrera professional. La sociòloga va posar l'exemple de Suècia, on només el 30% de les dones treballen a temps complet i tota la seva vida. “Si la situació és aquesta a Suècia, el país més lliberal per excel·lència, ja ens en podem oblidar”, argumenta. Suècia presenta una bretxa salarial d'entre el 17% i el 18%, no gaire distant al de la resta d'Europa.

Però la realitat és que les desigualtats salarials afecten a la població femenina: el greuge es produeix en la seva situació en l'edat de la jubilació, ja que segons l'informe de la UE 62 milions de dones estan en risc de pobresa, enfront dels 54 milions d'homes. L'economista Agneta Stark plantejava així la problemàtica: “Al sud d'Europa hi ha molta longevitat i la gent viu més anys de manera saludable. I al final de la seva

vida necessiten ajuda i potser no estan els seus fills per fer-se càrrec. Què fem doncs? Això és quelcom que passa en la democràcia moderna i aquí també parlem de bretxes, perquè la majoria de persones grans són dones, que sobreviuen més que els homes, però tenen pensions més baixes i no poden pagar els serveis”.

Diferents condicions dels països membres

Mentre esperem que les mesures recomanades pel Parlament s'apliquin de manera efectiva als països membres, algunes de les millores ja aconseguides han estat la Llei sobre discriminació directa del 2006 o l'establiment del “Dia internacional per la igualtat de salari”. Estem molt lluny, però, que assoliments com la protecció legal per a evitar l'acomiadament de les dones que acaben de donar a llum d'Alemanya; la paritat en el govern a l'Estat espanyol; o les polítiques avançades de conciliació de la vida professional i familiar dels països nòrdics, es facin extensibles a tots els països membres de la UE. ■

RECURSOS

- Informe amb recomanacions destinades a la Comissió sobre l'aplicació del principi d'igualtat de retribució entre treballadores i treballadores per una mateixa feina o per una feina amb el mateix valor. Comissió de Drets de la Dona e Igualtat de Gènere. Parlament Europeu. Març 2012.
- Informe sobre la representació de les dones als processos de presa de decisions polítiques: qualitat i igualtat, ponent Sirpa Pietikainen (Finlàndia PPE), aprovat pel Parlament Europeu el 13/03/2012
- Informe sobre la igualtat entre dones i homes de la UE - Comissió de Drets de la Dona i Igualtat de Gènere, ponent Sophia in 't Veld (ALDE Països Baixos), aprovat pel Parlament Europeu 13/03/2012
- Informe sobre la igualtat de retribució entre treballadors i treballadores per un mateix treball o per un treball d'igual valor, ponent Edit Bauer (PPE Eslovènia), aprovat el 24/05/2012;
- Eurobaròmetre Desigualtats de gènere a la UE, gener 2012.

Llenguatge no sexista: més enllà de la correcció política

L'Ajuntament de Terrassa ha iniciat la implementació del seu Pla Intern d'Igualtat. La formació sobre llenguatge no sexista és una de les més de quaranta actuacions previstes per als anys 2012-2014.

És una oportunitat per compartir amb el conjunt de la plantilla eines i estratègies per a un ús no sexista del llenguatge i per introduir la perspectiva de gènere en la comunicació interna i externa, escrita, oral i visual que produeixen els serveis i departaments municipals. També per trencar tòpics sobre el procés d'igualtat homes-dones.

Moltes persones no veuen la necessitat d'utilitzar un llenguatge no sexista; ho consideren superflu perquè parteixen del supòsit que la manera en què anomenem les coses és natural. Però el llenguatge no és neutre. S'hi manifesten els principis de la cultura patriarcal, molt arrelats en l'inconscient col·lectiu.

Com trencar el cercle? Fent visible el potencial igualitari de la llengua: saber que disposem de mecanismes suficients

per expressar el que vulguem sense necessitat de transmetre missatges sexistes.

Des dels organismes oficials es vénen impulsant recomanacions per a un ús no sexista del llenguatge i sovint han suscitat veus en contra, algunes de notoris homes de lletres. No deixa de ser perillós que siguin escriptors alguns dels majors detractors d'aquestes propostes, doncs els qui es dediquen a l'ofici d'escriure saben de la importància de cada paraula que es tria o es rebutja, saben que unes paraules suggereixen unes altres, evocuen imatges... Saben que el fet que les dones siguem o no nomenades no és irrellevant. No obstant això, s'aferren a la suposada universalitat del genèric masculí i a la defensa de les normes gramaticals, quan és precisament la

literatura l'espai que permet el joc, la subversió a les normes i reinventar un llenguatge.

Aquest és un canvi profund i no una moda passatgera. Utilitzar un llenguatge no sexista no es pot fer d'un dia per l'altre per complir amb el "políticament correcte". Es tracta d'aprendre a parlar i a escriure de nou, de trobar una nova manera de nomenar les persones, les relacions, els llocs i el món de manera igualitària i justa.

Lluïsa Melgares Aguirre

*Regidora de Polítiques de Gènere
Ajuntament de Terrassa*

Desvincular les polítiques d'igualtat de gènere **de les polítiques assistencials**

L'Ajuntament de Barcelona està en procés d'elaboració del *Pla per a la igualtat d'oportunitats real i efectiva entre dones i homes*, el nou marc de referència per als propers quatre anys pel que fa a les polítiques de la ciutat que tenen com a objectiu garantir els drets de les dones i la seva promoció. Un pla liderat per la Regidoria de Dona i Drets Civils i que compta amb la implicació de la resta d'àrees i regidories.

El fet de redactar un nou pla sorgeix de la necessitat d'enfortir el concepte de transversalitat de gènere, com a eina per impulsar una completa igualtat entre dones i homes en les polítiques locals, així com de desvincular les polítiques d'igualtat de gènere de les polítiques assistencials.

És important seguir donant visibilitat a les desigualtats de gènere, en tots els àmbits i mostrar els efectes multiplicadors i positius que aporten les accions de les dones. En aquest sentit el pla vol fer visibles totes les dones, en totes les

seves circumstàncies.

És important, també, contextualitzar les polítiques de gènere en el moment de crisi actual, que provoca situacions i reptes nous per a les dones i els seus entorns.

El nou pla parteix de la revisió i les conclusions de la valoració que ha tingut l'anterior pla, i incorpora les conclusions del II Congrés de Dones de Barcelona (2009), en el qual es van treballar diferents eixos temàtics i del qual van resultar-ne 560 propostes concretes d'implementació en el futur.

Assolir la igualtat té a veure amb el desenvolupament de les generacions futures, i en aquest sentit és objectiu d'aquest Pla interpellar els homes d'una manera especial.

Barcelona és una ciutat amb una Carta de Ciutadania. Una declaració de drets i deures que, entre d'altres, també posa en relleu el dret al reconeixement de la pròpia identitat de gènere.

Francina Vila i Valls

*Regidora de Dona i Drets Civils
Ajuntament de Barcelona*

5 anys de la Universitat d'estiu de les Dones

Fa cinc anys que el CITILAB de Cornellà és testimoni d'un projecte ambiciós: la Universitat d'estiu de les Dones (UED). Una activitat organitzada des de l'Àrea de Polítiques d'Igualtat de l'Ajuntament de Cornellà i la Universitat de Barcelona, amb el suport del Consell Municipal de la Dona i la col·laboració de la Diputació de Barcelona i l'Institut Català de les Dones.

La primera edició va tenir lloc del 14 al 18 de juliol del 2008 i la darrera del 9 al 13 de juliol del 2012. En aquests cinc anys les inscripcions han estat més de 500. En l'edició 2012 s'han matriculat 118 persones.

La UED és una realitat, gràcies a la il·lusió, l'interès, el treball i l'esforç de tothom, organitzadors i participants. S'ofereix una formació alternativa en igualtat de gènere, amb l'objectiu d'actualitzar coneixements, intercanviar informacions, opinions i analitzar temes d'actualitat des d'una perspectiva plural i integradora.

És una iniciativa innovadora, adreçada

a les dones de Cornellà, a qui les seves circumstàncies vitals no els van permetre anar a la universitat. Aquí troben un espai on apropar-se a aquells estudis que no van poder fer.

En totes les edicions l'estructura del programa és la mateixa: 4 cursos de temàtica diversa i unes activitats complementàries amb taules rodones, tallers, exposicions, teatre i concerts.

Aquest any els àmbits tractats han estat els següents:

- La representació de la dona als mitjans de comunicació.
- Claus per entendre el segle XXI; reptes de futur des de la perspectiva de gènere.

- La dona a les cultures mediterrànies: del mite al *blogger*.

- Trenquem estereotips: noves mirades de la dona àrab i oriental a través del cinema.

Espais d'estudi, d'esbarjo, de creació, de trobada entre totes i tots, doncs poc a poc ells també s'hi van incorporant.

Des d'ara comencem a treballar per trobar-nos l'any vinent en una altra edició de la UED.

Judith Ibáñez

Comissionada en Polítiques d'Igualtat
Ajuntament de Cornellà



Tornen a ressorgir els models d'actuació androcèntrics més rancis

Davant dels plantejaments reduccionistes i absolutament determinats per lògiques econòmiques, les icones comunicatives que s'han convertit en imprescindibles si es vol tenir veu en els espais actuals de decisió i relació són els mercats, primes de risc, dèficit públic, polítiques d'austeritat, retallades.

Tots els termes i els conceptes més propers als valors, als drets o als serveis públics semblen *demodé*, són qüestionats, interpretats des de la visió de la despesa i no de la inversió social. Torna a fer-se visible una fractura, amb biaix de gènere, en les prioritats socials i per tant en el llenguatge i els continguts que es comuniquen.

El vocabulari imperant torna a ser llunyà a les persones, antropològicament primitiu i patriarcal, amb un déu únic, cruel i insaciable, "els mercats", que demana sacrificis sense parar, amb temples de culte amb forma d'agències i organismes internacionals que determinen el futur dels països i amb caps de clan que responen oferint a les persones més

dèbils per aconseguir favors divins.

En moments de dificultats i crisi, com el que estem vivint, es produeix un replegament ideològic que fa ressorgir els models d'actuació androcèntrics més rancis. El poder i molts i moltes dels que l'exerceixen tornen a la defensa d'aspectes ancestrals en la seva pràctica. Per això, és tan important que aparegui amb força un nou discurs, noves veus, nous referents que trenquin amb la retòrica dominant. La igualtat, la justícia social i la solidaritat, no són un luxe en èpoques de crisi, i tenim la certesa que són rendibles perquè suposen societats cohesionades, que treballen per la convivència, per la contenció de la pobresa i l'exclusió i que garanteixen una

distribució equitativa dels recursos. Tot això no sadollarà els mercats, però farà que les persones tinguin l'oportunitat de viure millor. Aquesta és la mirada que necessitem, i tant trobem a faltar, absent en tots els cercles on ara estan decidint els nostres futurs.

Malgrat el que diuen, una altra manera de fer és possible, ho ha de ser!!!

Lluïsa Moret i Sabidó

Tinenta d'alcaldia de Benestar i
Ciutadania

Regidora de Polítiques per a la
Igualtat de Gènere i

Nous Usos Socials del Temps
Ajuntament de Sant Boi de Llobregat

Claus del finançament en el món digital

Vivim a l'era de la comunicació digital, de la immediatesa i de la renovació constant de continguts, uns trets que defineixen les plataformes digitals. En plena crisi econòmica i de canvis en el món dels mitjans i la publicitat, quines són les fórmules de finançament que utilitzen aquestes plataformes per subsistir?

Per **Marta Olivé**

Com apuntava a la IV Assemblea de Periodistes Pere Rusiñol, exdirector adjunt de Público, la crisi del model d'empresa de comunicació deixa oberta la porta a noves maneres d'autogestionar-se. Aplicada aquesta situació d'incertesa a les plataformes digitals, resulta d'interès l'opinió dels seus gestors al voltant del seu futur i les fórmules de finançament que apliquen per tirar-les endavant.

Entre els pioners a Catalunya, trobem el portal Comunicació 21, fundat l'any 2000. En paraules del seu editor, David Centol, "el finançament del portal està molt vinculat als ingressos que genera el grup del mateix nom (Grup Comunicació 21) donat que el portal no disposa d'ingressos publicitaris suficients". Les vies de finançament, en aquest cas, estan vinculades a la formació (per exemple, universitats o centres docents) i/o institucions, així com alguna campanya comercial aconseguida amb sinergies del grup.

La publicitat, un pilar

Les plataformes de notícies digitals segueixen sent importants per als departaments de màrqueting. I és que, segons un informe elaborat l'any 2010 per Pew Research Center, el 96% dels consumidors nord-americans consulten diverses plataformes al dia per veure les notícies, si bé el 75% dels adults usen mitjans de comunicació més tradicionals i el 44% ho fan a través d'una o més plataformes digitals.

Aquestes xifres es tradueixen en una conseqüència: la inversió publicitària *online* ha superat la de les revistes i diaris; els diaris *online* i d'altres tipus de webs s'han convertit en un espai viable per realitzar campanyes publicitàries.

L'únic inconvenient que poden trobar les empreses anunciants és la volatilitat de les notícies als mitjans digitals i la possibilitat que la seva publicitat aparegui al costat de notícies negatives.

Entre les principals vies de finançament dels mitjans digitals la publicitat és un dels pilars, si bé no l'únic. Una publicitat en la gran majoria diferenciada dels textos informatius en forma de bàners. Com a exemple, en el cas de l'Empordà.info s'ofereixen dues vies de publicitat. "Patrocini o espais publicitaris fixos en determinades parts del

lloc web, o publicitats rotatòries amb un preu CPM. També hi ha acords amb Google per incorporar Ads contextuals i comercialitzem publicitat nacional (Espanya) a través de l'empresa CPM (Compartida entre Zeta i EPI)", explica en representació del mitjà gironí, Carles Ayats.

Per la seva banda, la gerent d'Elplural.com, Pita Sopena, introdueix una altra forma de comercialització, com són seccions noves que s'incorporen al seu portal informatiu. Precisament, la incorporació de nous continguts i seccions esdevé per a les plataformes digitals una nova via per aconseguir, per una banda més repercussió i visites als seus portals, i per l'altra un pol d'atracció per a les empreses que hi vulguin adherir publicitat.

En darrer terme, una de les fórmules aplicades també en el si de les plataformes digitals de continguts generalistes, no especialitzades, i que ajuda al seu finançament són els publireportatges, habituals ja en el format paper en forma de monogràfics de múltiples temàtiques. La condició, en aquest cas, és fer constar en algun espai de la informació la paraula publireportatge per tal de deixar clar que aquell espai ha estat pagat per l'empresa o institució que el protagonitza.

Però aquesta tendència de publireportatges es trenca i de forma força generalitzada en el cas de les plataformes digitals de caràcter informatiu. Així ho confirma David Centol, qui afirma que "a Comunicació 21 no acceptem cap tipus de publireportatge o contingut corporatiu de pagament". De fet, afegeix, "el 80% dels ingressos provenen de la contractació directa (publicitat convencional), mentre que la resta de bàners són patrocini i convenis de promoció mútua".

En la mateixa línia, des de La Fura són contundents al respecte: "no ens hem plantejat mai que part de la informació pugui ser de pagament. Ni ens ho imaginem. La informació és un dret i per tant la gratuïtat és una exigència".

Es busquen noves fórmules

Amb aquest teló de fons, els mitjans digitals treballen per tal de buscar nous models que sustentin el seu negoci. Així ho ratifica des del web www.emporda.info Carles Ayats, subratllant que "treballem permanentment en la recerca de



noves vies: tant perquè encara el model digital no compta amb un model de negoci propi, com per la necessitat d'incorporar ingressos a un projecte que sense el suport de paper seria inviable". Però, quines són les noves vies que es poden incorporar per aconseguir aquests ingressos? En paraules del propi Ayats, "estem treballant, entre d'altres, en l'opció de posar murs de pagament en determinades seccions o en la venda de l'edició impresa a través també del web per a nous suports del tipus tauleta".

Partint d'aquesta base, quin és el gran repte al qual s'enfronten els editors i periodistes de les plataformes digitals? Ho té clar el representant de www.emporda.info, qui subratlla que l'objectiu és "fer que l'usuari final vulgui pagar el contingut". I és que, "segurament, la premsa tradicional ha comès l'error de 'regalar' a Internet el contingut que els lectors han pagat històricament al quiosc". Per tot això, assegura que cal reconduir aquesta situació, "si bé serà impossible assegurar bons continguts si no s'aconsegueix generar nous ingressos. A dia d'avui les edicions de paper mantenen econòmicament les digitals i els asseguren uns continguts de valor. Internet encara no genera prou diners per mantenir ni les estructures ni els continguts necessaris".

Per contra, d'altres mitjans com Comunicació 21 semblen no haver notat tant la crisi. El seu editor afirma que "els ingressos del portal són estables donat que provenen en bona mesura de l'aportació del mateix grup". En l'altre extrem, Alfons Udina, editor de La Fura, subratlla que "malauradament, des d'un punt de vista econòmic els mitjans de comunicació de proximitat són encara un mal negoci. Per tant, podem dir que nosaltres ens mantenim de miracle ja que la publicitat per Internet és mínima". Així doncs, cal parlar de la compatibilitat entre el format paper i el digital, com reconeix el propi Alfons Udina: "La via del finançament del digital és el paper: és gràcies al setmanari de paper que podem mantenir el digital".

Més enllà de les dificultats que comporta l'actual situació econòmica, apunta Pita Sopena, "no parlaria només de crisi

Una era de canvis

El tancament del diari gratuït *Què*, propietat del grup Vocento, obre de nou el debat sobre la viabilitat dels mitjans que difonen informació de manera gratuïta. Després de la dècada d'or, sembla que la premsa gratuïta ha esgotat la seva època més pròspera. Cal preguntar-se així: ha estat el mercat de gratuïts el somni d'una nit d'estiu? En paraules de la periodista Silvia Cobo "el fet de dependre al 100% de la publicitat els ha fet tremendament vulnerables a la crisi econòmica, especialment l'espanyola. Portem una baixada de la inversió publicitària en premsa de gairebé el 50% des del 2008".

Per exemple, l'any 2006 es distribuïen a Espanya gairebé 5 milions de còpies de diaris gratuïts, mentre que el 2011 amb prou feines es va superar el milió i mig. Pot extrapolar-se aquest descens de la premsa gratuïta a les plataformes digitals, o precisament seran aquestes les que continuaran el model de negoci iniciat a principis d'aquest segle? De moment, subratlla Silvia Cobo, "és clar que el moment actual no és favorable per a aquests diaris però això no demostra que el model de premsa gratuïta estigui esgotat" i afirma que és possible que el vegem renéixer en uns anys. Quan? "Això és el que a tots ens agradaria saber, quan acabi aquesta crisi", conclou.

Amb aquest teló de fons, les plataformes digitals han buscat alternatives de finançament com els murs de pagament, així com per diferenciar (en el cas que la tinguin) la seva edició en paper respecte de la d'Internet. Com a exemple, el *Boston Globe* manté dues webs (boston.com i bostonglobe.com), mentre que a Espanya *El Mundo* manté la seva web amb l'actualització constant, si bé bolca i cobra els seus continguts al kioscoOrbyt.

sinó en general de l'evolució del mercat i el món *online*". Una evolució cap al món dels continguts i l'ampliació de serveis als usuaris. "Les fórmules de finançament deixen de ser simplement publicitàries i passen a ser per intercanvi de continguts i/o serveis que als nostres lectors els puguin resultar útils", afegix Sopena.

Aquest escenari ens porta a uns mitjans digitals que haurien de funcionar com una plataforma contenidora i posar en contacte un servei amb possibles clients. Una fórmula que en el cas d'Elplural.com ha resultat reeixida: "els nostres lectors ho agraeixen i s'obtenen ingressos de la negociació amb les empreses de serveis. No estic parlant de pagament per continguts per als usuaris, però sí d'oferir-los continguts o serveis els propietaris dels quals paguen al mitjà per servir de canal, i de relació amb el públic". Al final –conclou– "es tracta d'interactuar de manera més pròxima amb el teu públic, saber quines necessitats té i satisfer-les". ■

RECURSOS

- *Las plataformas de noticias digitales siguen siendo importantes para los departamentos de marketing*. Article a "Puro Marketing". Disponible a: <http://www.puromarketing.com/53/8710/plataformas-noticias-digitales-siguen-siendo-importantes-para-departamentos-marketing.html>
- *'Público' cierra su edición de papel*. Article a *Público*. Disponible a: <http://www.publico.es/televisionygenete/423799/publico-cierra-su-edicion-de-papel>
- *Strategia 2.0. Los medios digitales de noticias siguen levantando la mano*. Disponible a: <http://www.strategia20.com/home/?tag=medios-digitales>



Paritat als mitjans europeus Però, i la mirada de gènere?

Darrera els mitjans d'arreu del món hi ha un 43% de presència femenina i són els països europeus els que apleguen més dones periodistes", segons l'estudi 'Global Report on the Status of Women in the News Media', de la International Women's Media Foundation (IWMF), que ha analitzat 522 empreses informatives de 59 països durant el 2011. A nivell mundial, del 12% de dones en càrrecs directius de mitjans el 2005, s'ha passat al 27%. Però les dones encara troben un sostre de vidre en el seu desenvolupament professional i diferències salarials. Tampoc està clar que el nombre elevat de dones periodistes es tradueixi en una incorporació de la visió de gènere en la professió

Per **Cristina Mora**

Al continent europeu sembla que és on hi ha més equitat segons l'estudi, dirigit per Carolyn M. Byerly de la Universitat Howard de Washington i que ha tingut el suport de la Ford Foundation i de la UNESCO, entre d'altres. A l'Europa de l'Est hi ha la paritat més alta, el 48% dels professionals dels mitjans són dones, un resultat que pot sorprendre; a l'Europa del Nord les diferències són una mica més grans: 56'5% d'homes i 43'4% de dones. Però no s'ha d'oblidar que durant els règims comunistes les dones ja tenien una forta presència en el món laboral, fet que les democràcies semblen haver reforçat. I així tenim xifres com les de Lituània, on les dones periodistes, tant joves com més grans, ocupen un percentatge molt alt del 70'6% i el 78'5%, respectivament.

Està la mirada de la dona darrera els mitjans?

Una visió crítica d'aquestes xifres posa l'accent en la manca dins els mitjans de les qüestions de gènere. Segons Joana Gallego, professora titular del Departament de

Mitjans, Comunicació i Cultura de la UAB i coordinadora de l'estudi IWMF a Espanya, "no perquè hi hagi dones en llocs de responsabilitat als mitjans es tradueix en què tractin més temes de dones. En aquests moments no està estès, ni molt menys, que les dones periodistes tinguin incorporada la visió de gènere".

Tot i que segons els resultats del Monitoratge Global de Mitjans 2010, de l'Associació Mundial per a la Comunicació Cristiana (WACC, segons les sigles en anglès), on s'analitzen les notícies d'un dia de 130 països, "les dones reporteres qüestionen més els estereotips de gènere: un 11% de les seves notícies ho fan, en contrast amb el 6% dels reporters". L'estudi també destaca que des del 2005 hi ha hagut un augment del 2% de notícies fetes per dones a la televisió i un 6% més a la premsa.

De tota manera, segons Joana Gallego, la dona periodista que no té consciència del fet diferencial de gènere "s'acaba adaptant a les rutines professionals de les redaccions i les que en tenen, de consciència, fan el que poden als mitjans, on costa molt canviar el discurs". En aquest sentit, la

investigadora va dirigir un estudi al 2010 on s'analitzaven les dinàmiques de 6 mitjans a l'Estat espanyol a través de l'observació de les seves redaccions. Van comprovar, entre d'altres coses, que les dones estaven molt poc presents als consells de redacció i que les qüestions relacionades amb el feminisme no eren ben rebudes. "Algunes dones periodistes afirmaven que si deien que eren feministes les etiquetaven. Fins i tot, el director d'un dels diaris recalava que "en aquesta redacció el gènere es queda penjat a la porta". Segons la periodista, "les dones s'incorporen a una cultura" –qualificada de "professional" per l'autora– "que té una visió de gènere: la masculina. No és que no tingui visió de gènere, és que té la masculina, però aquesta està considerada global, neutral". Un altre fet que van detectar és que a les redaccions els temes de gènere es deslegitimaven amb molta facilitat per considerar que són poc professionals, mentre que d'altres relacionats amb altres ideologies, com ara el nacionalisme, són ben rebuts. A l'Avui, recorda l'autora de llibres com *El sexe de la notícia* mentre que "d'una banda defensaven les quotes de pel·lícules en català, de l'altra eren contraris a les quotes de paritat de les dones".

Les polítiques de gènere als mitjans europeus

Tot i que les dinàmiques dels mitjans semblen encara dominades per l'androcentrisme, l'informe de l'IWMF destaca que més de la meitat de les companyies analitzades tenen una política d'empresa sobre la igualtat de gènere: un 16% de les empreses enquestades de l'Europa de l'Est, el 69% d'aquestes de l'Europa de l'Oest i el 57% de les companyies del Nord d'Europa. Joana Gallego ho justifica dient "avui dia és una tendència mundial el fet de promoure la presència i la incorporació de les dones, encara que sigui per correcció política. Però una cosa és el canvi real, social i profund, i un altre és la política de promoció de la dona per qüestions d'imatge".

Són moltes les desigualtats en les condicions laborals que reflecteix l'estudi, com ara que només el 33'3% dels professionals dels mitjans de comunicació a temps complet són dones. Els homes continuen també dominant el reporterisme a nivell mundial, ja que representen les dues terceres parts, enfront del 36% de dones.

Els salaris tendeixen a l'equitat

"Les dones encara cobren menys que els homes", indica l'IWMF. Entre algunes de les raons, l'informe explica que moltes de les periodistes amb retribucions més baixes són joves i no arriben a les de les i els sèniors. La tendència però és un avanç cap a l'equitat, especialment en les 85 empreses enquestades de l'Europa de l'Est, on els sous d'homes i dones són equiparables i a on, en la majoria dels casos, les dones gaudeixen de seguretat laboral. El nord d'Europa es destaca en aquest cas per una major igualtat

Posicionament d'Espanya respecte a Europa

L'estudi realitzat per l'IWMF, coordinat a Espanya per Joana Gallego, investigadora i experta en qüestions de gènere, va fer el treball de camp a 11 mitjans: a Catalunya (TVC, Catalunya Ràdio, *El Periódico de Catalunya*, *La Vanguardia*, Ràdio Barcelona), a Madrid (*El País*, *El Mundo*, Ràdio Nacional d'Espanya i Antena3) i Canal Sur, a Andalusia, i Euskal Telebista, al País Basc. Mitjans com Telecinco o TVE van refusar participar-hi, i d'altres no van voler donar les xifres dels sous.

Segons algunes de les dades, a les 11 empreses hi treballaven 11.910 professionals: un 59'3% d'homes i un 40% de dones periodistes. Els càrrecs d'alt nivell els ocupaven en un 80% els homes, mentre les dones ho feien en un 20%. Només un dels mitjans enquestats estava dirigit per una dona, TVC, on Mònica Terribas ha estat al capdavant del 2008 al 2012. Les dones periodistes més grans representaven un 44%, davant el 56% dels homes, mentre que les més joves eren un 34'6%, en relació al 65'4% d'homes.

En les seccions on la presència femenina sí que era més elevada era en vendes, finances i administració, amb un 50'3% de dones enfront d'un 47'7% d'homes. D'altra banda, el sector tècnic era clarament dominat per homes, amb una presència del 73'2% enfront del 26'8% de dones. En seccions com producció i disseny les proporcions estaven més igualades: 59'6% d'homes i 40'4 % de dones.





La cap de corresponents d'AP Romania, Alison Mutler, de peu, i la periodista Alina Wolfe Murray entrevisten Mircea Geoana, president del Partit de la Social Democràcia de Romania, 26 de novembre del 2008. (AP Photo)

La productora d'AP Television News (APTN) a Roma, Italia, Trisha Thomas, entrevista l'actor George Clooney al camp proper al poble de Sant'Eusanio, destruït pel terratrèmol, a les afores de L'Aquila, 9 de juliol del 2009.

(AP Photo/Luca Bruno)



en tots els nivells d'ocupació. I a països com Alemanya, Espanya, França i Regne Unit, els salaris són bastant equitatius.

Un altre aspecte a tenir en compte i que apuntava Bernardo Díaz, doctor en Ciències Polítiques i periodista, era el que ell anomena "bretxa cultural" entre els diferents països de la UE. Si a les redaccions sembla que cada vegada la dona està més present, l'índex de dones lectores té diferències destacables segons els països: mentre que al 2004, segons dades del WAN, World Press Trends, a Suècia les dones consumidores de diaris representaven el 88%, a Espanya, eren el 30%. Clar indicatiu que no n'hi ha prou amb la presència creixent de les dones als mitjans de comunicació i que una transformació més profunda dels continguts i la mirada de gènere és necessària per avançar cap a una veritable equitat.

Les diferències salarials no estan als convenis

L'estudi mostrava que no hi havia grans diferències salarials; objectivament els convenis dels treballadors analitzats no parlen de desigualtats. Joana Gallego argumenta que "en els sous intervenen altres factors que sí que afecten, com el plus de disponibilitat o el plus de cap de setmana, o el d'antiguitat. I aquí és on els homes normalment tenen més plusos, i on es veu la diferència dels sous", perquè segons la periodista "les dones han de conciliar i no esculen estar disponibles nit i dia, tenir flexibilitat per viatjar, o treballar els caps de setmana".

Darrera del sostre de vidre

El sostre de vidre és, a Espanya, segons l'informe de l'IMWF, el problema més greu que pateixen les dones periodistes sèniors. A 20 de les 59 nacions estudiades, les periodistes amb més anys dins la professió es troben amb obstacles per accedir als càrrecs de direcció.

Una pregunta que caldria fer-se també és si darrera d'aquestes xifres no s'amaguen també decisions personals. La periodista Soledad Gallego-Díaz, actual directora

adjunta d'*El País*, va refusar la direcció d'un dels diaris més influents de l'Estat espanyol quan, a finals dels 80 li van proposar substituir Juan Luís Cebrián. La periodista va decantar-se llavors per la direcció adjunta i coordinar així el que realment li agradava, la redacció. Durant tots aquests anys d'experiència, Soledad Gallego, explicava en una entrevista a finals dels 90 al periodista Félix Santos: "Vaig poder comprovar com a directora adjunta (no ets cap de personal però gairebé) que eren els homes els que venien al despatx a demanar dedicacions plenes i ascensos laborals, al·ludint als problemes familiars: el pagament de la casa, el col·legi dels nens, etc. Les dones, en canvi, si reclamaven alguna cosa era per la valoració de la pròpia feina". ■

RECURSOS

- *The Global Network for Women in the News media*. International Women's Media Foundation (IWMF). <http://iwmf.org/pioneering-change/global-research-on-women-in-the-news-media.aspx>
- *Proyecto de Monitoreo Global de Medios 2010*. Licencia Creative Commons. http://www.adpc.cat/05_ComFem/document/Informe%20EspanyolGM-MP_2010.pdf
- *Informe anual de la profesión periodística 2011*. Asociación de la Prensa de Madrid.
- Díaz Nosty, Bernardo. *El déficit mediático. Donde España no converge con Europa*. Bosch Comunicación. Barcelona. 2005
- Santos, Félix. *Periodistas, polanquistas, sindicato del crimen, tertulianos y demás tribus*. Ediciones Temas de Hoy. 1995
- *El Llibre Blanc de la Profesió periodística a Catalunya*, Col·legi de Periodistes. 2006

El panorama mediàtic català: líders en quantitat, no tant en qualitat

Quants mitjans de comunicació conviuen actualment a Catalunya? Des de fa 4 anys, l'eina desenvolupada pel Laboratori de Comunicació Pública de la UAB, el Mapa de Mitjans de Comunicació de Catalunya, pretén acostar els mitjans de comunicació a la ciutadania catalana i donar-los veu, per petits que siguin

Per **Anna Cabanillas**

A inicis de l'any 2008, amb la missió d'oferir una exhaustiva radiografia del panorama dels mitjans a Catalunya va néixer per iniciativa del Laboratori de Comunicació Pública de la UAB el Mapa de Mitjans de Comunicació de Catalunya. Des de llavors comptabilitza i situa sobre un mapa interactiu quins mitjans es van incorporant i quins van abandonant el panorama periodístic.

Amparo Moreno, catedràtica en Història de la Premsa de la UAB, directora del Laboratori de Comunicació Pública de la UAB i *alma mater* d'aquest projecte, explica que "ha esdevingut un espai on es fa visible la diversitat de mitjans de comunicació distribuïts pel conjunt del territori de Catalunya, tot fugint de la visió centralista habitual".

El mapa, que s'ha construït amb la informació subministrada per diverses entitats com l'Associació de Premsa Comarcal o la Xarxa Audiovisual Local (XAL), entre d'altres, permet consultar informació com les característiques de cada mitjà o els enllaços a les seves pàgines web d'una forma fàcil i comprensible; a la vegada que fa possible que aquestes dades puguin ser actualitzades per diferents usuaris autoritzats (com ara associacions professionals, grups empresarials o gabinets de premsa municipals) d'una forma senzilla. L'actualització de la base de dades és constant.

Segons el Mapa, Catalunya és la Comunitat Autònoma líder en nombre de mitjans. Més d'un 60% són de titularitat pública, i d'aquests, quasi la meitat són webs i butlletins electrònics dels ajuntaments del municipis catalans, matisa Marta Corcoy, professora associada de Periodisme de la UAB i membre dels grups d'investigació Laboratori de Comunicació Pública de la UAB i del Laboratori de Comunicació Estratègica de la mateixa universitat. ■

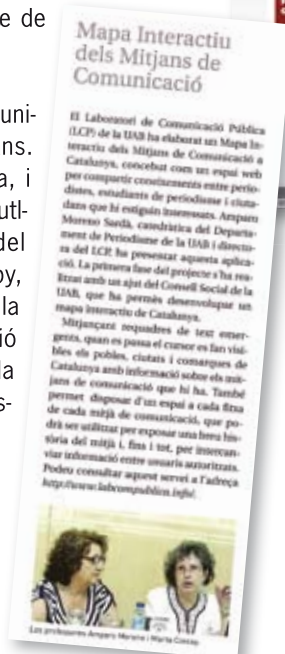


Els mapa dels mitjans catalans Any 2011

1021 en paper 88 tv/ tv per internet
278 ràdios 1147 webs

Per titularitat:

Dels 2.534 mitjans de comunicació que hi ha a Catalunya 1.897 són de titularitat pública i 637 privats





Beacon light

Especialitat: garantir la igualtat

La Llei 3/2007, del 22 de març, per a la Igualtat Efectiva de Dones i Homes obliga les administracions i entitats públiques i privades amb certes característiques a tenir agents d'igualtat per a l'equitat de gènere i la igualtat de tracte; institucions específiques creades amb anterioritat o en aquells anys van assolir un paper important en la política. Enmig de les retallades a aquestes figures per la crisi econòmica ens preguntem sobre la seva rellevància real i les alternatives a la seva promoció

Per **Marta Olivé**

L'agent d'igualtat és un o una "professional amb tasques d'anàlisi, intervenció i avaluació de situacions discriminatòries per raó de gènere, que incorpora en el seu àmbit d'actuació el desenvolupament de polítiques d'igualtat i el principi de transversalitat de gènere, implantant plans d'actuació que tenen per finalitat la promoció, la incorporació i l'apoderament de les dones en totes les esferes de la vida". Aquesta definició apareix a la guia de la Diputació de Barcelona sobre agents d'igualtat. Va ser treballada a partir de les conclusions i ponències del I Congrés Nacional d'Agents d'Igualtat d'Oportunitats que va tenir lloc a Pontevedra l'any 2004.

En paraules de la psicòloga social i antiga directora general d'Igualtat d'Oportunitats en el Treball de la Generalitat de Catalunya, Sara Berbel, "Les figures d'igualtat són importants per impulsar mesures amb perspectiva de gènere a tot tipus d'organització, pública o privada, i també perquè són les interlocutores ideals per visualitzar i mostrar a la societat els efectes positius de la igualtat sobre els equips professionals, el rendiment empresarial i la cohesió social."

La implantació d'agents d'igualtat a Catalunya en els darrers anys ha estat considerable, segons Berbel: "s'han fet grans esforços per incorporar responsables en temes

d'igualtat als ajuntaments, consells comarcals i empreses privades, i també per aconseguir la consolidació del seu perfil laboral i acadèmic”.

L'efecte crisi en la igualtat

Malgrat la quantitat d'experiències i bones pràctiques existents, el problema fonamental a què s'ha de fer front és la manca de regulació homogeneïtzada i oficial d'aquesta figura. A més, l'actual crisi econòmica i les conseqüents retallades també han afectat les polítiques d'igualtat, que com ja ha estat habitual al llarg de la història són les primeres en experimentar una recessió quan hi ha crisi.

Un dels organismes que ha desaparegut és la Direcció d'Igualtat d'Oportunitats en el Treball, sobre la qual la seva antiga directora general, Sara Berbel, apunta que “em va semblar en el seu moment una notícia negativa per a l'avenç de la igualtat de gènere. Cada cop que desapareix un organisme que defensa les dones perdem capacitat de canviar la societat en aquest aspecte”. Partint d'aquesta base, afegeix, “encara estem lluny que la transversalitat sigui efectiva i que tots els departaments dels diferents governs impulsin els seus programes amb visió de gènere. Tan de bo arribi aquest moment però avui encara són necessàries estructures que treballin per a la igualtat de les dones i els retalls pressupostaris no poden ser una excusa per eliminar-les.”

A nivell nacional, l'Institut de la Mujer, organisme autònom encarregat d'afavorir les polítiques d'igualtat entre dones i homes, també ha patit les conseqüències de la crisi econòmica. En concret, una retallada pressupostària del 9,3%, segons el projecte de Pressupostos Generals per a aquest 2012. D'aquesta manera, passa dels 20,65 milions de l'any passat als 18,74 del present.

Aquesta mesura ha provocat ja moltes crítiques per part de les associacions vinculades amb les dones. La directora del Instituto Andalúz de la Mujer, Soledad Ruiz, alertava sobre el perill que els avenços aconseguits en els darrers anys en matèria d'igualtat entre homes i dones “donin un pas enrere, si la societat ho permet amb l'excusa de la crisi i les polítiques d'austeritat.”

Una figura necessària

Aquesta àrea ha patit també els efectes de les retallades en la crisi econòmica, tot i els bons resultats aconseguits durant els anys en què els plans d'igualtat d'oportunitats estaven plenament implantats. Encara hi ha dades que demostren la utilitat de les polítiques d'igualtat i dels professionals que les materialitzen. Fora de les nostres fronteres, a la Comunitat Valenciana les agents d'igualtat dels 35 centres d'Infodona van atendre fins al juny més de 7.400 consultes. Aquest organisme presta des del 1998 un servei d'assessorament a dones, grups de dones i altres entitats, per facilitar la seva participació, en igualtat d'oportunitats i condicions, en tots els àmbits socials, a

més de l'assessorament a les empreses per a l'elaboració i implantació de plans d'igualtat a les empreses de la Comunitat Valenciana, i l'avaluació dels mateixos.

Les alternatives

Però si continuen les retallades, quines alternatives queden per continuar defensant la igualtat? Múltiples associacions i organismes continuen treballant a favor dels mateixos objectius. Com a exemple, Cultura per la Igualtat, un cercle feminista, espai de trobada d'organitzacions i dones compromeses en la lluita per la igualtat de la comunitat valenciana que té entre les seves principals estratègies difondre les seves accions i motivacions per afavorir la presa de consciència d'altres dones i el contacte amb els agents socials, impulsant el creixement del moviment i el futur en igualtat per a les dones.

Internet s'està constituint com un canal ràpid i eficaç per difondre la importància de la igualtat, com el de Dones en Xarxa (www.donesenxarxa.cat); o espais físics, però sobretot simbòlics com Ca la Dona (www.caladona.org), en el qual la relació entre dones i grups de dones és font d'experiències polítiques, de reflexió i producció de pensament.

Als mitjans de comunicació també hi ha espai per a la defensa de la igualtat. La creació de la figura de la defensora d'igualtat al diari *El Periódico*, càrrec que ocupa Eva Peruga, és rellevant. La periodista ha rebut aquest any el premi Mila de Periodisme per a la Igualtat, que atorga l'Ajuntament de Lleida, en la categoria de premsa escrita pels articles que publica els diumenges a la secció d'Opinió del diari. Segons Peruga, “en el camp de la igualtat és el moment de passar de les paraules als fets, i també és moment per a la coherència, no només dels polítics sinó dels ciutadans”.

Formant en igualtat

L'augment en la demanda d'agents d'igualtat experimentat sobretot abans de la crisi econòmica, va anar acompanyat d'una homogeneïtzació dels continguts i la capacitat professional. En paral·lel, la incorporació de les universitats en el foment de la formació per a agents d'igualtat ha estat clau en el procés de desenvolupament i elaboració d'aquest perfil professional. Per exemple, el màster en Agents d'Igualtat d'Oportunitats per a les Dones en l'Àmbit Rural, ofert per la Universitat de Lleida (Facultat de Lletres) i el Centre Dolors Piera d'Igualtat d'Oportunitats i Promoció de les Dones.

Maite Ojer Blasi, actriu i directora d'Alaiguateatre, entre d'altres especialitats, subratlla que “a nivell professional, el màster m'ha donat eines per incorporar la perspectiva de gènere a la meua activitat professional. Ara –afegeix– quan he d'escollir una obra, em fixo que el llenguatge sigui inclusiu, els personatges paritaris, que la temàtica respecti aquesta qüestió, etc.”

Per la seva banda, Cristina Rodríguez Orgaz, llicenciada en Filologia Hispànica i en Comunicació Audiovisual i gestora en gènere del Centre Dolors Piera d'Igualtat d'Oportunitats i Promoció de les Dones de la Universitat de Lleida apunta que al tractar-se d'un màster integral on s'estudia Teoria Feminista, Història de les Dones, Llenguatge i Mitjans de Comunicació des d'una perspectiva de gènere, Educació, Salut, Processos migratoris, Dret i Economia, etc. "adquireixes un seguit de competències fonamentals per intervenir en qualsevol dels àmbits i dimensions socials".

L'àmbit de la igualtat va generar activitat

A través de l'Ordre per al foment de la igualtat d'oportunitats entre homes i dones en l'àmbit de les relacions laborals a Catalunya per al 2009, el Departament de Treball de la Generalitat:

- Va donar suport a un total de 149 empreses per elaborar un pla d'igualtat o contractar un agent d'igualtat:
- 29 empreses van contractar un agent d'igualtat
- 120 empreses van desenvolupar un pla d'igualtat
- 104.693 persones treballadores van beneficiar-se dels plans d'igualtat i de la tasca dels agents d'igualtat.
- Un 36,69% més d'empreses va rebre suport per a igualtat respecte l'any 2008.
- Es van destinar un total de 1.465.674,38 euros a aquests ajuts, un 27,81% més que el 2008.
- Un 54% de les empreses que van rebre aquests ajuts tenien menys de 250 treballadors.

Altres opcions de formació en aquest àmbit a Catalunya són el màster universitari en Estudis de Dones, Gènere i Ciutadania de la Universitat Politècnica de Catalunya. O el màster interuniversitari oficial en Estudis de Dones, Gènere i Ciutadania de la Universitat Autònoma de Barcelona.

En tot cas, la formació en matèria d'igualtat ha de donar un pas més i, fins i tot, implicar una reflexió interior sobre la importància de comptar amb figures que la garanteixin en institucions públiques i empreses. Així ho reconeix la pròpia Maite Ojer Blasi, subratllant que "la formació m'ha donat eines per a un nou camí i m'ha generat una crisi interna, entesa com a canvi, perquè prens consciència de tot un seguit de qüestions que porten a la indignació, perquè coneixes un seguit de qüestions que no són justes i les eines que adquireixes et permeten assumir una responsabilitat i començar a canviar coses." ■

RECURSOS BIBLIOGRÀFICS

- Diputació de Barcelona: *Agents d'igualtat de gènere: una nova professió*, Sèrie Igualtat i Ciutadania, Col·lecció documents de treball, n. 2, Barcelona, 2007.
- Fernández, J; Aramburo-Zabala, L.: "Formación profesional para especialistas en el área de igualdad de oportunidades para las mujeres", *Revista Europea de Formación Profesional*, n. 23, pp. 73-79, 2001.
- Jato, E.: *Agente de igualdad de oportunidades: ámbitos de actuación y competencias profesionales en género y educación social*. Laiovento, 2003.
- Rodríguez Jaume, M^a José: *Informe de seguiment. I Pla d'Igualtat d'Oportunitats entre dones i homes de la UA (2010-2012)*. Universitat d'Alacant, 2012.



Els perills d'informar

Assassinats, empresonaments, segrestos, exilis forçats, atacs amb bombes i franc tiradors al carrer, censura... Periodistes en zona de conflicte arreu del món es veuen sotmesos a diari a tota mena d'impediments al desenvolupament de la seva feina. Han passat de ser un dany col·lateral a un objectiu; homes i dones es veuen atacats per igual

Per **Anabel Herrera**

La tarda del 29 d'abril del 2012, els serveis d'emergència de la ciutat mexicana de Veracruz rebien una trucada alertant sobre la presència d'una persona morta. Regina Martínez, corresponsal de la revista *Proceso*, amb més de 30 anys d'experiència en temes de narcotràfic, va ser trobada amb signes de violència i estrangulació a la banyera de casa seva. Se sumava a la llista de més de 70 periodistes i treballadors de mitjans de comunicació assassinats des del 2000, segons el registre de la Comissió Nacional dels Drets Humans a Mèxic. Més que els que van morir a tot el món al llarg de la Segona Guerra Mundial, que van ser 68.

Les autoritats sempre atribueixen aquest tipus de violència a les bandes de crim organitzat, però les investigacions d'organismes civils indiquen que, en el 65% dels casos, les amenaces provenen de funcionaris locals, governadors, caps de la policia o cacics tradicionals.

Les dones són les pitjor parades. Lucía Lagunes, coordinadora de l'agència de notícies CIMAC i membre de la Xarxa Internacional de Periodistes amb Visió de Gènere, explicava al programa 'Para todos La 2', de TVE, el cas d'una periodista que, en roda de premsa, va fer una pregunta a un líder polític i a canvi va rebre un cop de puny. Això en un país on l'11% de la població considera justificable pegar les dones per "desobeir" els marits o els pares, quan "s'ho busquen" o quan "els provoquen", atenent a dades del Consell Nacional per Prevenir la Discriminació (Conapred). La violència sexual a periodistes dones, a més de la física, també està a l'ordre del dia a Mèxic. És la manera de fer callar la seva veu o condemnar-les a l'exili.

Diferències de gènere?

A l'hora de parlar dels perills als qual s'enfronten les professionals de la informació en el moment de portar a terme la seva feina, Malén Aznárez estableix una diferència entre dos grups. "D'una banda, estarien les periodistes autòctones que viuen en països o zones de conflicte o situacions de guerra, que viuen permanentment aquesta situació. De l'altra, estarien les periodistes occidentals que es traslladen com a corresponsals de guerra o en-

viades especials a zones de conflicte". En aquest segon cas, la presidenta de la secció espanyola de Reporters Sense Fronteres (RSF), organització no governamental que defensa la llibertat de premsa al món, creu que no hi ha diferències entre homes i dones.

Recordem el cas de Lara Logan. A principis del 2011, la corresponsal de la BBC va ser víctima d'una violació massiva enmig d'una manifestació quan cobria les revoltes d'El Caire, Egipte, país en què el 90% de les dones confessen patir tocaments. "És important que les dones que realitzem treballs perillosos en llocs hostils ens equipem amb coneixement i visió de futur. Sabent com era d'important romandre dempeus en plena multitud, volia dir que cada vegada que ensopegava o les meves cames cedien i eren arrossegades cap a baix, m'obria camí de tornada dient una vegada i una altra en la meva ment 'has de romandre dempeus o moriràs'", explica la periodista en el llibre *No Woman's Land: ON the Frontlines with Female Reporters*.

Tret de casos com aquests, la violència es perpetua tant en homes com en dones, segons Aznárez. També a El Caire van ser agredits Joan Roura, enviat especial de TV3, i Sal Emergui, de RAC-1, mentre feien les seves cròniques en directe. El primer a punta de pistola i el segon a cops de puny. James Foley, del *GlobalPost*, la reportera freelance Clare Morgan i el fotògraf Manu Brabo, també



Cartell de RSF gener 2012

Un trist balanç

Les xifres de l'informe de Reporters Sense Fronteres (RSF) sobre l'exercici de la professió al llarg del 2011 no són gaire esperançadores. La censura i els atacs a la integritat física dels periodistes van ser el més destacat d'un any marcat per la primavera àrab i altres protestes juvenils. En total, va haver-hi 97 periodistes assassinats i 174 empresonats en més d'un centenar de països. Segons la presidenta d'aquest organisme, Malén Aznárez, els llocs més perillosos per exercir l'ofici són països africans com Eritrea, Somàlia, Camerun i Sierra Leone.

Este hombre no es un jugador de rugby.
Es un periodista eritreo.

Eritrea es la segunda prisión más grande del mundo para los periodistas, después de China. Decenas de ellos son torturados y destierrados en las cárceles del país. Con ocasión de los 10 años de la suspensión de la prensa privada y de las grandes redadas de periodistas, la comunidad internacional debe reaccionar.

**REPORTEROS
SIN FRONTERAS**
POR LA LIBERTAD DE PRENSA

La libertad de la prensa es nuestro combate. Apoya a Reporteros sin Fronteras.

freelance, diuen que van rebre exactament el mateix tracte quan van estar detinguts en règim d'incomunicació a la capital de Líbia, Trípoli.

"El que està passant en països no democràtics, autoritaris o dictatorials és veritablement paorós", assegura la presidenta de RSF. I continua: "Assassinats de periodistes, empresonaments, segrestos, exilis, ferits i morts per atacs als mitjans amb bombes, censura, autocensura... I això afecta igual a homes i a dones. En aquests moments -juny del 2012- hi ha més de 160 periodistes empresonats a tot el món, dels quals són dones al voltant de 20, i això és perquè, a la majoria de països, són menys les dones que exerceixen el periodisme".

Sobreviure en zones de conflicte

"Quan anem a zones de conflicte, els mateixos companys et tracten com si fossis un gerro xinès, volen protegir-te per damunt de tot perquè ets dona". La periodista de guerra *freelance*, analista i professora Mayte Carrasco explica que una nit, mentre cobria les revoltes a Síria els primers mesos del 2012, van atacar la casa del costat d'on dormien els periodistes i es van haver de refugiar enmig del camp. "Vam formar una fila i jo anava la tercera. De sobte un company comença a cridar-me: 'posa't l'última, posa't l'última!'. A ell li va semblar molt cavallerós i a mi em va semblar una estupidesa. Perquè en moments com aquest, considero que estic treballant igual que tots".

Carrasco, autora d'una novel·la sobre una reportera de guerra, justament, *La Kamikaze*, explica que els principals perills a què es veu exposada fent la seva feina són els bombardejos i els atacs dels francotiradors als carrers, que evidentment afecten per igual a la població local. En realitat, la primera causa de mort en zones de conflicte són els accidents de trànsit: "En situació de guerra els cotxes escassegen i van a tota velocitat perquè han de fugir de les bombes, per això hi ha molts accidents".

La guerra civil a Líbia, la revolució egípcia, la guerra bruta del Kremlin a Txetxènia, els segrestos i el terrorisme d'Al Qaeda al desert del Sahel, la lluita entre Rússia i Geòrgia o el conflicte d'Afganistan són alguns dels esdeveniments que ha cobert Carrasco des que va començar com a corresponsal, el 2005. L'única diferència que ha trobat pel fet de ser dona és que hi ha països en què s'ha hagut de posar un hiyab o tapar-se els canells o els turmells. "A Afganistan, per exemple, mai no he tingut problemes per reunir-me amb líders talibans, que et reben igual. No et miren als ulls ni et donen la mà perquè et tracten com si fossis el tercer sexe, que dic jo, però saben que ets periodista i que estàs allà per transmetre el seu missatge, que és el que a ells els interessa".

La discriminació es dona aquí, a casa nostra, diu la periodista. "Estem totes molt fertes que, quan tornem, només ens convidin a parlar de 'dona reportera en zona de conflicte'. En canvi, cap mitjà de comunicació ens convida

Campaña de RSF Internacional sobre Eritrea, amb versió en espanyol. Entre els periodistes encarcerats de RSF Espanya n'hi ha un d'eritreu.

per parlar d'Afganistan o de revoltes àrabs, quan també som expertes en el tema. A Trípoli, la meitat de periodistes érem dones, però això no està en consonància amb la realitat dels premis, la representació de dones en les conferències o a l'hora de donar l'opinió en un mitjà. Només cal obrir les pàgines d'opinió dels diaris: la quantitat d'homes i de dones que escriuen està molt descompensada. Em consta que a les redaccions també hi ha molt de masclisme, i prefereixen enviar homes a països musulmans que a dones pensant que nosaltres allà tenim un handicap, quan no és veritat”.

Objectiu: periodistes

Els periodistes que informen en zones de conflicte han passat, des de fa un temps, potser des de la mort del càmera José Couso durant la invasió d'Iraq del 2003, de morir de forma accidental a ser objectiu. “Els governs, les guerrilles, els grups islamistes, els narcos i altres grups que exerceixen la censura i l'horror intenten que desapareguin les fonts d'informació perquè no interessa que el que estan fent es conegui”, assenyala Aznárez. No es respecta un principi obligatori, com és que els periodistes, en zones de conflicte, “siguin respectats en compliment de la seva informació”.

Per a Carrasco, “amb la multiplicació de les tecnologies de la informació i la comunicació, cada vegada hi ha més mitjans sobre el terreny. No espanyols, és clar, nosaltres som una espècie en vies d'extinció. Amb l'excusa de la crisi, no tenim diners per informació internacional, però sí pel circ espectacle, pels programes del cor i d'entreteniment”. En la mateixa línia, Jill Abramson, directora del diari *The New York Times*, afirmava recentment en una entrevista al diari Ara que li preocupava que alguns mitjans no apostessin per la cobertura internacional i la investigació per un tema de costos (són difícils de mantenir). I sentenciava: “Que alguns mitjans en prescindeixin no és gens saludable per a la societat”.

L'autora de *La Kamikaze* alerta també sobre un fenomen en auge, el d'aquells periodistes que viatgen a zones en guerra per lliure, sense tenir ningú a qui vendre els seus reportatges o cròniques.

La feina de periodista ha de recuperar la dignitat que tenia abans, en opinió de Carrasco. Però serà impossible mentre els preus continuïn caient, el que obliga als professionals a fer “malabarisme de guerra *freelance*”, com anomena ella al fet d'haver de fer premsa, ràdio i televisió a la vegada “per poder sumar peces i arribar a final de mes”. “El periodisme és un pilar fonamental de la democràcia, encara que la gent no ho valori, i ha de continuar existint. No qualsevol periodisme, sinó l'honest, el veraç, el que contrasta les notícies”, sentència. ■

Quan l'ús de les xarxes comporta la mort

”Esto les va a pasar a todos los relajés del Internet, pónganse vergas ya los traigo en corto, atte Z”. Aquestes paraules estaven escrites al cartell que acompanyava els cossos de dos joves que van aparèixer executats en un pont de Nuevo Laredo, al nord de Mèxic, el setembre del 2011. El motiu, presumptament: fer servir les xarxes socials a Internet per denunciar criminals. El mateix mes i a la mateixa ciutat va aparèixer també assassinada María Elizabeth Macías, coneguda amb el pseudònim La Nena D'Laredo, molt activa a Twitter i autora d'un bloc on informava de les activitats de grups criminals.

Van ser les primeres morts documentades al món per un vincle directe entre periodisme i Internet. I és que les xarxes socials es tornen espais d'informació quan els mitjans convencionals deixen d'informar per amenaces o censures, ja sigui del crim organitzat o del poder. Les persones que s'impliquen en aquesta tasca també reben pressions, i han arribat a pagar la seva independència informativa amb la vida, però segueixen a la xarxa. Esperem que per molt temps. Per exemple, la filòloga i periodista cubana Yoani Sánchez, coneguda pel seu bloc *Generación Y*, on fa una crítica ferotge de l'assetjament del règim de Raúl Castro. O el de la mexicana Lydia Cacho, reconeguda activista pels drets humans, en especial el de les dones.

RECURSOS

- Pàgina web de la delegació espanyola de Reporters Sense Fronteres. www.rsf-es.org
- Carrasco, Mayte. *La kamikaze*. Madrid: La Esfera de los Libros, 2012.
- Logan, Lara. *No Woman's Land: ON the Frontlines with Female Reporters*. Londres: INSI, 2012.
- Sánchez, Yoani. *Generación Y*: www.desdecuba.com/generaciony
- Cacho, Lydia. FLC Fundación Lydia Cacho: www.fundacionlydiacacho.org

La lluita per la llibertat d'expressió

Malén Aznárez



Apassionada del periodisme. Així es defineix Malén Aznárez, presidenta de Reporters Sense Fronteres. Des del seu càrrec, ostenta des de fa un any, lluita perquè periodistes d'arreu del món puguin exercir la seva professió sense represàlies, tant als països en conflicte com en aquells que, sent democràtics, posen entrebancs a la llibertat d'informació

Per **Anabel Herrera**

Si no ho expliquem, no existeix". Aquest és el lema de Reporters Sense Fronteres (RSF), l'organització no governamental nascuda a França el 1985 que defensa la llibertat de premsa arreu del món i lluita perquè els periodistes puguin exercir la seva activitat professional sense represàlies. Lema que l'actual presidenta de la secció espanyola, Malén Aznárez, va fer-se seu només arribar al càrrec, ara fa un any.

Nascuda a Santander el 1943, Aznárez compta amb una llarga trajectòria tant en premsa escrita com en ràdio des que, el 1972, va obtenir la llicenciatura a l'Escola Oficial de Periodisme de Madrid. Primer van arribar les cròniques al diari Arriba, i després la seva firma seria habitual en setmanaris polítics com Cuadernos para el Diálogo i Posible. Va ser la primera dona que va dirigir a Espanya una cadena de diaris, les 26 publicacions de Mitjans de Comunicació de l'Estat, entre el 1982 i el 1984, l'etapa de la seva privatització per part del primer Govern socialista.

El salt a la ràdio el va fer l'any 1984, quan va ser nomenada coordinadora general adjunta a la direcció de Ràdio Nacional d'Espanya (RNE). Posteriorment, i fins al 1986, va ser la directora dels Serveis Informatius del mateix organisme, càrrec en què també va destacar per ser la primera dona que l'ostentava.

I de nou, la premsa escrita, el 1987, amb la revista El Globo (en va ser la seva cap d'Informació Nacional) i el seu llarg recorregut pel diari El País, on ha exercit de reportera i entrevistadora en temes de ciència i investigació, de redactora en cap de la secció de Societat i, més recentment, de defensora del lector, una figura que tot just donava els seus primers passos a la premsa espanyola.

Va ser precisament quan aquest diari la presentava en el seu càrrec de defensora del lector el que la va definir com a una professional que "pertany a una generació de dones que van irrompre amb força en el periodisme nacional en els anys 70 i que, en plena transició democràtica, es van donar a conèixer pel seu rigor, professionalitat i compromís democràtic, realitzant tasques informatives en àrees fins aleshores reservades a professionals masculins".

Aquest compromís democràtic és el que ara la manté al peu del canó al capdavant de RSF, des d'on defensa l'ofici de periodista entès en el sentit tradicional del terme. Escrivia en un article a El País, a propòsit del conflicte a Gaza, l'any 2009, que "la llibertat d'expressió, el principi elemental del periodisme de veure, parlar, escoltar, observar i després explicar els fets amb la major honestetat possible, té cada dia més enemics. A aquest pas ens enfrontem ràpidament a una professió sense futur".

Aznárez no es refereix només als assassinats, empresonaments, segrestos, detencions i assetjaments contra professionals o mitjans de comunicació en països dictatorials o en situacions de guerra, sinó també als països democràtics occidentals, que presumeixen de ser un model de llibertat i en canvi cada vegada posen més entrebancs a aquests col·lectius. "Tampoc aquí corren bons temps per exercir un periodisme honest, veraç i rigorós", sentència.

La presidenta de RSF posa com a exemple Espanya, on "continuen les vergonyoses conferències de premsa sense preguntes, protagonitzades per polítics de tot signe, que constitueixen un greu atropellament a la llibertat d'informació", segons va declarar en una entrevista al bloc de periodistas-es.org. O bé la imposició de blocs electorals i declaracions de polítics a totes les televisions del país, que són subministrats per gabinets de premsa dels mateixos partits. O també les dificultats per cobrir informació al carrer, com s'ha vist en casos com el seguiment informatiu del moviment 15-M. Aznárez anima, però, a superar tots els obstacles per continuar exercint el que considera "un dels oficis més apassionants del món". ■

El periodisme no és comunicació". Així de crítica es mostra Soledad Gallego-Díaz (Madrid, 1951) quan ha de defensar l'ofici de periodista davant la proliferació de missatges emesos per part del mal anomenat periodisme ciutadà. "Comunicar és traslladar missatges d'un lloc a un altre, per exemple a través de Twitter. Que algú expliqui el que veu al seu barri està molt bé, però el periodista no fa això, no transporta missatges. El periodista és un testimoni professional que té una sèrie de regles, com són investigar, indagar en la veritat. No les veritats filosòfiques, sinó les veritats dels fets".

Davant la desaparició de mitjans, la baixada dels sous, els expedients de regulació d'ocupació i tota la gamma de catàstrofes professionals a les quals s'ha d'enfrontar el periodista en el seu dia a dia, sobretot des que va esclatar la crisi econòmica, l'única solució, segons Gallego-Díaz, és recuperar el protagonisme, reivindicar l'ofici en el seu sentit més tradicional.

És el que ha fet ella sempre, des que va començar a treballar amb 19 anys a l'agència Pyresa. Acabava de començar els estudis a l'Escola Oficial de Periodisme de Madrid. A casa seva, el periodisme "mai no els va semblar un ofici seriós", com ella mateixa explica, per això també va estudiar filosofia en paral·lel: si no li agradava una carrera, podria continuar amb l'altra. Però el periodisme la va atrapar de seguida. Per aquella època, Franco encara era viu, i això impossibilitava treballar amb llibertat. La van acomiadar per anar a una vaga en defensa de la professió.

No va trigar a trobar feina un altre cop, i Gallego-Díaz va entrar a formar part de la redacció de *Cuadernos para el diálogo*, una revista cultural que va ser tot un referent de l'ideari progressista dels anys 60 i 70. Quan es va fundar *El País*, el 1976, Juan Luis Cebrián la va trucar per incorporar-se al diari i va compaginar les dues feines fins que la revista va tancar i es va dedicar íntegrament al nou mitjà.

Encara hi treballa; de fet, és una de les poques persones que porten a *El País* des de la seva fundació. Són més de trenta anys d'experiència en aquest diari on ha fet, des d'informació parlamentària –quan començava el debat de la Constitució espanyola– fins a subdirectora del suplement dominical, defensora del lector, columnista o corresponçal a Brussel·les, Londres, París, Nova York, Buenos Aires. "No puc concebre treballar molt de temps en la mateixa cosa. Quan començo a avorrir-me, me'n vaig. També he tingut la sort que a *El País* sempre han sigut molt tolerants amb mi i m'han permès anar canviant d'activitat", apunta. Ara s'ha reincorporat als temes d'opinió, i cada diumenge publica les seves columnes sobre l'actualitat política i econòmica. Recentment l'Associació de Periodistes Europeus de Catalunya li ha entregat el Premi Ernest Udina a la Trajectòria Europeista 2012.

Gallego-Díaz ha estat testimoni dels canvis que s'han anat produint en la professió, però el que més destaca és, sens dubte, la incorporació de les noves tecnologies i l'aparició de les xarxes socials. "Són revolucionàries, en el sentit que han introduït un canvi brutal, no només en la manera de treballar, sinó en el propi concepte de l'empresa periodística. Un dels problemes és que el nou model de negoci encara no està assentat".

Davant "la situació inquietant que s'està produint en la professió", la periodista d'*El País* creu que el primer que s'ha de fer és recuperar el protagonisme perdut als debats que es fan en l'actualitat sobre els mitjans de comunicació i el futur del periodista, perquè, segons assegura, "no és lògic que tothom estigui debatent sobre el que passa menys nosaltres, que al cap i a la fi som els afectats". ■

La defensa de l'ofici de periodista

Soledad Gallego-Díaz



Han passat 40 anys des que una jove estudiant de periodisme va fer les seves primeres passes en una agència de notícies. Al llarg de tot aquest temps, Soledad Gallego-Díaz ha desenvolupat gairebé tota la seva carrera professional a *El País*, però sempre provant tasques noves: des de corresponçal fins a defensora del lector. La periodista veu en les noves tecnologies una oportunitat, però creu que no s'ha de confondre la tasca que fan els professionals amb els missatges que els ciutadans comuniquen a través de les xarxes

”El feminisme
ens dóna la vida diàriament”

Sara Berbel



Quan tenia 13 anys, Sara Berbel va escriure al seu diari que volia estudiar psicologia. Aquell desig es va fer realitat i es va especialitzar en Psicologia Social. La seva trajectòria professional és brillant: actualment és Directora de la Xarxa d'Inserció Sociolaboral de l'Ajuntament de Barcelona, i ha estat Directora General d'Igualtat d'Oportunitats de Treball al Departament de Treball de la Generalitat de Catalunya, i també Coordinadora de Polítiques per a la Igualtat de les dones a l'Ajuntament de Barcelona, entre altres càrrecs. Afirma que “gràcies al feminisme i a les dones que van lluitar abans que nosaltres, algunes a costa de les seves vides, les nostres filles i el jovent podran créixer i escollir professions i vincles afectius en llibertat i igualtat. El feminisme ens dóna la vida diàriament, a diferència de les dones que viuen en països on el sistema patriarcal és total”. Malgrat això, adverteix: “no tot està aconseguit al nostre país, pot haver-hi una regressió en la qualitat de vida si els postulats conservadors sobre el rol tradicional de les dones s'imposen. La violència de gènere continua com a mostra de màxima desigualtat i menyspreu per la vida femenina.”

La psicologia social li ha mostrat que la majoria de persones tracten d'assimilar-se al poder dominant en una organització, i que les dones no són immunes a aquest comportament social. Sembla que una dona en un lloc de poder ha d'esforçar-se més perquè la tractin seriosament. Berbel explica que quan les dones accedeixen a un lloc de decisió, xoquen amb l'estereotip que s'espera de la feminitat: “la mimetització amb el poder dominant masculí és molt més evident, i condueix a que les dones s'assemblin als models masculins”. Per evitar-ho i aconseguir que hi hagi més dones en llocs de decisió, proposa “llibertat per comportar-se tal com la persona és, i crear organitzacions democràtiques i flexibles que permetin lideratges ètics”. Berbel recorda una anècdota significativa referent als estereotips: “Quan treballava com a directora general -explica-, i baixava del cotxe oficial que utilitzava només per assistir a algun acte fora de Barcelona, sovint ningú es donava per al·ludit i els organitzadors continuaven esperant que el director general baixés del cotxe oficial. Donaven per suposat que jo era secretària o assistenta del Sr. Director”. A banda d'això, la seva experiència va ser un privilegi: va dur a terme projectes per millorar la vida de les dones i agraeix a la consellera de Treball d'aleshores, Mar Serna, que assumís el risc de crear la primera Direcció d'Igualtat en el Treball de l'Estat espanyol. Berbel té clar que calen estructures com l'Institut de la Dona, o Direccions Generals específiques, que sensibilitzin vers la igualtat de les dones: “Quan aquestes estructures treballen coordinadament i consensuada, com va passar en el govern que jo vaig ser-hi, sent Marta Selva Presidenta de l'Institut Català de les Dones, la força de les polítiques vers les dones es veu reforçada i té molta més potència.” ■

Sara Berbel és doctora en Psicologia per la Universitat de Barcelona, professora associada a aquesta universitat i també a l'Autònoma de Barcelona, i autora de diferents publicacions. Dirigeix actualment la Xarxa d'Inserció Sociolaboral Can Jaumandreu - Barcelona Activa de l'Ajuntament de la Ciutat Comtal. Va estudiar psicologia per ajudar als que tenien problemes del seu entorn. Desig impossible, vist amb la perspectiva del temps, però continua pensant que aquesta disciplina s'apropa a l'objectiu de millorar trajectòries vitals de persones i societats. Feminista convençuda, llença un missatge encoratjador: “hem de partir del que sabem i podem fer, no som víctimes ni esclaves, per tant, exercim la nostra llibertat: ni un pas enrere”

Per Isabel Cidoncha

“Com en l'espai, Montserrat Roig es mou en tres eixos: és feminista, catalanista i d'esquerres”, destaca el seu fill, Roger Sampere, en el pròleg del llibre *Diari d'uns anys* (1975-1981), publicació que recull articles no publicats fins el 2011.

L'editor històric d'Edicions 62, Josep Maria Castellet, també insisteix en aquesta brúixola intel·lectual i vital: “On sí que va militar i no va deixar de fer-ho fins el final va ser en els aspectes inalienables de la seva condició de dona i escriptora en català”, recorda a *Memòries confidencials d'un editor*.

La Roig periodista va ser especialment versàtil i es va atrevir amb tots els gèneres. S'havia forjat a les redaccions del *Tele-Exprés* i del *Diccionari de Literatura Catalana*, i més endavant treballaria per a un llarg llistat de capçaleres de l'època. També va arribar a la televisió de Miramar amb *Personatges* (1977-1978). Es recorda una entrevistadora àgil i directa, al mateix temps que una articulista sarcàstica, aflada i alhora quotidiana a les seves columnes d'opinió a *l'Avui* i a *El Periódico de Catalunya*.

“Hi treballa [com a periodista] per a guanyar-se la vida però també per afició. Li agradava, se sentia feliç fent periodisme: podia opinar, saciar la seva immensa curiositat”, descriu la seva amiga Isabel Clara Simó en el llibre *Si em necessites xiula: ¿Qui era Montserrat Roig?*

També es descobreix una Roig persistent i meticulosa, i que trenca el tabú de la memòria, en les recerques *Els Catalans en els camps nazis* (1977) i sobre el setge que va viure la població a Leningrad a *L'agulla daurada* (1985).

Darrera les galeries de l'Eixample

Si en el periodisme ja es perfila l'anhel de visibilitzar la història enterrada de les dones però ajustant-se a les limitacions de l'ofici, la recerca de l'esguard femení esdevindrà la constant en les obres de ficció. La seva carrera literària veu la llum pública als 24 anys amb el llibre de contes *Molta roba i poc sabó... i tan neta que la volen* (premi Victor Català, 1970), i segueix amb les novel·les *Ramona, adéu* (1972), *El temps de les cireres* (premi Sant Jordi 1976), *L'hora violeta* (1980), *L'òpera quotidiana* (1982) i *La veu melodiosa* (1987).

Roig, amb aquestes ficcions, crea un univers propi de sagues barcelonines cosides a partir de generacions de dones de l'Eixample petit burgès, on l'autora creix, en el marc d'una família ja amb tradició literària, heretada del seu pare, l'advocat Tomàs Roig i Llop i la seva mare, també vinculada al periodisme i al moviment feminista, Albina Fransitorra.

Literatura i feminismes. La quotidianitat del periodisme i la profunditat de la memòria. L'Ovidi Montllor i la Mercè Rodoreda. Tots aquests retalls temàtics i molts més, van filar la crònica d'un temps i d'un país, construït des de la mirada àvida d'un “dona lliure”, com la descriu Simó, i marcada ment violeta. ■

RECURSOS

- Aymerich, Pilar; Pessarrodona, Marta; *Montserrat Roig: un retrat*. Institut Català de la Dona, Barcelona, 1994.
- Castellet, J. M., *Memòries confidencials d'un editor. Tres escriptors amics*. Edicions 62, Barcelona, 2012.
- Roig, Montserrat; *Diari d'uns anys* (1975-1981). Acontravent, Barcelona, 2011.
- Roig, Montserrat; *Digues que m'estimes encara que sigui mentida*. Edicions 62, Barcelona, 1991.
- Roig, Montserrat; *Els catalans als camps nazis*. Edicions 62, Barcelona, 1977.
- Roig, Montserrat; *L'agulla daurada*. Edicions 62, Barcelona, 1985.
- Simó, Isabel-Clara; *Si em necessites, xiula ¿Qui era Montserrat Roig?* Edicions 62, Barcelona, 1995.

L'esguard violeta d'un temps i d'un país

Montserrat Roig



FOTO: PILAR AYMERICH

“Sabem que la paraula de la dona ha estat dita, que ha existit. Virginia Woolf deia que havia estat esborrada. Ara ho hem tornat a escriure amb tinta visible”. Tal i com ho va reivindicar en el seu llibre de teoria literària *Digues que m'estimes encara que sigui mentida*, Montserrat Roig (Barcelona, 1946-1991) ha deixat després de vint anys de la seva mort, un mosaic d'articles periodístics, novel·les, contes i assaigs, posicionat fermament des de la mirada de sentir-se dona. Un esguard volgudament violeta que va convertir-se precoçment en un referent del periodisme i la literatura de casa i universal

“El gran repte és que més dones, en igual nivell que els homes, apareguin com a veu autoritzada als mitjans”

Milagros Pérez Oliva



Milagros Pérez Oliva és una periodista rigorosa i compromesa, defensora de l'exercici veraç i crític de la professió. Responsable de l'àrea d'opinió de l'edició catalana d'*El País* i membre de l'equip d'editorialistes del diari, ha estat defensora del lector al llarg de tres anys. És experta en deontologia, tant en l'àmbit periodístic com en el mèdic, i reconeguda especialista en temes de biomedicina i salut. Combina la seva tasca professional amb l'activitat docent com a professora del màster de Periodisme 'El País-Universitat Autònoma de Madrid', i amb col·laboracions a ràdio i televisió

Nascuda a Osca al 1955, Milagros Pérez Oliva va tenir clara des de ben jove la seva vocació com a periodista: “Sempre m'havia agradat escriure i ja quan estudiava el Batxillerat vaig participar en l'edició d'una revista a l'institut”, recorda. Va ser quan feia primer de filologia quan es va adonar que “el que realment volia ser és periodista”, convicció que va sentir més forta després d'un breu contacte amb la revista *Andalán*, on va coincidir a la redacció amb José Antonio Labordeta. “Un parell de dies van ser suficients per adonar-me que tenia molta voluntat però cap preparació. I vaig decidir fer un altre salt i anar a estudiar la carrera de Periodisme”. Així que va marxar a Barcelona per començar els estudis.

Es va llicenciar en Ciències de la Informació a la UAB i va continuar amb estudis de Dret a la UB. Després d'estar quatre anys treballant a *El Periódico*, es va incorporar a l'edició catalana d'*El País* quan aquesta va sortir, el 1982, “al principi com a redactora de guàrdia, que és un lloc que enforteix molt, però al poc temps em van assignar a la secció de Societat”. Va ser llavors quan va descobrir la seva passió pel món de la medicina: “Allà vaig topiar amb uns estudis de salut pública que em van interessar molt, i d'un tema vaig passar a un altre, i cada cop em va interessar més de manera que em vaig especialitzar en un àrea en la qual no hi havia tradició d'especialització als diaris generalistes”.

Al llarg de la seva trajectòria ha rebut nombrosos premis i reconeixements, entre els quals destaca el premi Nacional de Cultura en la modalitat de Periodisme l'any 2006, concedit per la Generalitat de Catalunya; la medalla Josep Trueta al mèrit sanitari o el premi Benestar Social de l'Ajuntament de Barcelona l'any 1996. “També van ser molt importants per a mi el premi que em va donar l'Associació de Dones Periodistes de Catalunya per contribuir a fer una informació no sexista o el premi *Valentia* que em va donar el Foro Español de Pacientes”, assegura.

Milagros Pérez Oliva és una ferma defensora del paper del periodisme per a la qualitat democràtica, un repte difícil en moments de crisi com l'actual: “Paradoxalment tenim més lectors, més audiència que mai, però menys gent disposada a pagar per la nostra feina”, comenta. “Però no hi ha periodisme sense bons periodistes, i no hi ha democràcia de qualitat sense informació fiable i per tant sense bon periodisme”.

Respecte la perspectiva de gènere als mitjans, considera que cal reconèixer “els fruits que s'han aconseguit amb l'esforç de tantes dones”, però “la gran assignatura pendent segueix sent com aconseguir que la veu de les dones estigui més present en l'agenda informativa, en primer lloc com a protagonistes de la informació, però també com a font informativa, com a expertes o persones a qui es reconeix autoritat”. Creu que la premsa assumeix formalment el discurs de la igualtat, però la pràctica no és coherent amb aquest discurs, ni a nivell organitzatiu ni de continguts: “No hem progressat gens en la proporció de dones en posició de comandament, i en els continguts encara hi ha llacunes importants”. Per això, proposa plantejar la qüestió del gènere de manera estructural, introduir l'equilibri del gènere com a objectiu de qualitat. “La inèrcia juga a favor dels homes. Cal, doncs, establir mecanismes que contrarestin aquesta inèrcia”, conclou. ■

Per Anabel Herrera

“No vull parlar de literatura femenina, sinó de literatura escrita per dones. Què és femení? És pura ideologia”

Assagista, traductora, docent, crítica literària... A Laura Freixas li interessa la literatura “en totes les seves formes” i especialment les obres escrites per dones. “Però tot això sempre ho he fet amb l'únic objectiu d'escriure” - aclareix l'autora.

Els conflictes entre persones amb diferents nacionalitats, llengües o classes socials són una constant en les seves narracions, cosa que atribueix als seus orígens: el seu pare pertanyia a la “burguesia catalana”, mentre que la seva mare venia d'un entorn “més pobre”.

Encara ara, l'autora recorre a episodis de la seva infància i joventut a l'hora d'escriure, i la seva última novel·la *Los otros son más felices* (2011) relata l'experiència d'una jove madrilenya d'origen manxec que marxa a viure amb uns familiars rics i cultes de Cadaqués. Anteriorment, Freixas ja havia publicat tres novel·les més - *Último domingo en Londres* (1997), *Entre amigas* (1998) i *Amor o lo que sea* (2005) - o la col·lecció de relats *El asesino en la muñeca* (1988).

Abans de dedicar-se a l'escriptura, Freixas es va llicenciar en Dret el 1980, una carrera que, segons ella mateixa reconeix, va estudiar “per equivocació”: “En aquells anys, tots estàvem molt polititzats i els juristes tenien un paper polític destacat”.

De ben petita, Freixas també va estudiar al Liceu Francès i se sent influïda per la cultura francòfona: “El meu escriptor favorit per sobre de tots és Proust”. A més, es declara feminista i, entre les seves autores de referència, estan Simone de Beauvoir, Lidia Falcon o Virginia Woolf, de la qual ha traduït diaris personals.

Freixas també és autora de l'influent assaig *Literatura y Mujeres* (2000) i ha coordinat la publicació *Madres e hijas* (1996), una antologia de relats d'autores espanyoles contemporànies, a més de col·laborar amb *La Vanguardia* com a columnista i amb *El País*, com a crítica literària.

Freixas admet que les obres “escrites per dones” presenten trets comuns, com la presència de la relació mare-filla o de les dones com a protagonistes, però, tot i això, assegura: “No vull parlar de literatura femenina, sinó de literatura escrita per dones. Què és femení? És pura ideologia”.

A més de promoure les obres escrites per dones, Freixas també va introduir a Espanya textos d'autors estrangers com Amos Oz o Elfriede Jelinek, a través de la col·lecció *Espejo de Tinta* de l'editorial Grijalbo, fundada el 1987. Ella mateixa va endegar aquest projecte, hereu de la col·lecció Narrativa 80 de Montserrat Roig, quan va tornar a Espanya després de passar dos anys a Anglaterra, on va conèixer gèneres literaris com les cartes o els diaris íntims.

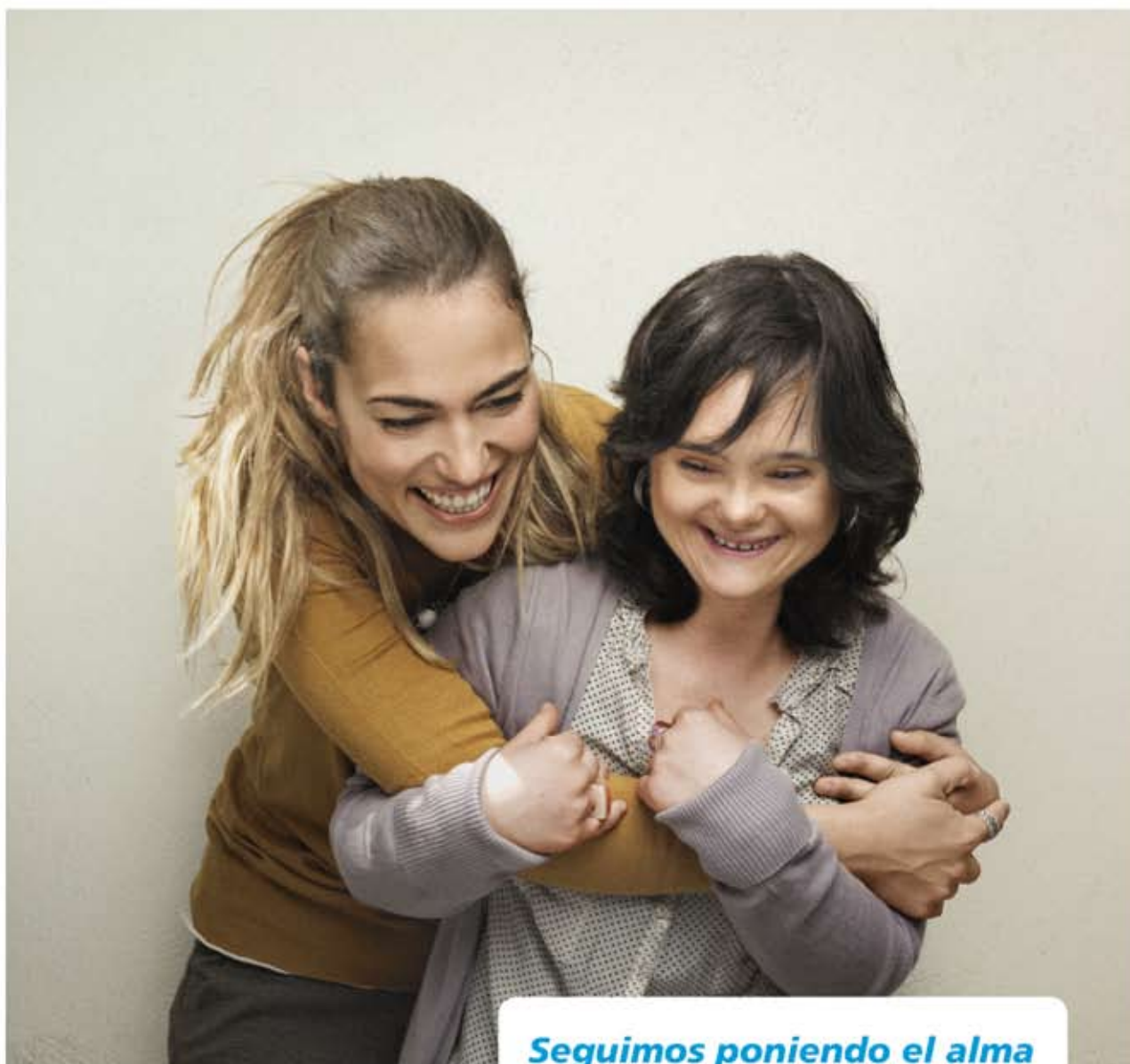
Actualment, Freixas segueix viatjant sovint, sobretot per impartir classes en universitats nord-americanes, però segueix vivint a Madrid, on té fixada la seva residència des que va marxar de Barcelona el 1992. L'autora manté un bon record de Catalunya, però se sent més còmoda professionalment a Madrid: “A Barcelona, la societat es divideix entre nosaltres, els de tota la vida, i els altres. A Madrid és més democràtic d'alguna manera, sento que jo valc pel que valc”.

La seva llar madrilenya està situada a la cèntrica Plaza de Chueca, en un barri que li recorda els contrastos que van caracteritzar la seva infància: “Chueca és alhora molt sofisticat i molt barri de tota la vida i aquesta combinació em fa molta gràcia”. ■

Laura Freixas



Polifacètica, però sempre al voltant de la literatura. Laura Freixas (Barcelona, 1958) se sent sobretot escriptora, però també ha estat traductora, editora o crítica, a més d'analitzar les obres escrites per dones. En les seves narracions, que parteixen d'elements autobiogràfics, són recurrents els conflictes entre persones amb diferents llengües o classes socials



Seguimos poniendo el alma



Obra Social "la Caixa"

El alma de "la Caixa"

Son muchos los clientes, empleados, voluntarios y beneficiarios que han puesto el alma para hacer de la Obra Social "la Caixa" la mayor obra social de nuestro país.

Con un presupuesto de 500 millones de euros, impulsamos más de 35.000 iniciativas sociales, como facilitar la integración laboral de los más frágiles, promover el papel activo de nuestros mayores, ofrecer atención al enfermo en la fase final de su vida y combatir la pobreza infantil.

Porque solo así podremos seguir ayudando a millones de personas.