

A. Carratalá Simón,
D. Palau Sampio, R. Miralles Lucena
i J. L. Gómez Mompart, eds.

Comunicar i marcar la diferència

Testimonis
de joves periodistes valencianes



COMUNICAR I MARCAR LA DIFERÈNCIA

Testimonis de joves periodistes valencianes

Adolfo Carratalá Simón,
Dolors Palau Sampio, Rafael Miralles Lucena,
Josep Lluís Gómez Mompert, eds.

COMUNICAR I MARCAR LA DIFERÈNCIA

Testimonis de joves periodistes valencianes

UNIVERSITAT DE VALÈNCIA

EN 7 CUADRES



Aquesta publicació no pot ser reproduïda, ni totalment ni parcialment, ni enregistrada en, o transmesa per, un sistema de recuperació d'informació, en cap forma ni per cap mitjà, sia fotomecànic, fotoquímic, electrònic, per fotocòpia o per qualsevol altre, sense el permís previ de l'editorial.

Aquest llibre ha rebut un ajut del Departament de Teoria dels Llenguatges i Ciències de la Comunicació de la Universitat de València.

© Dels textos: Les autores, 2020

© D'aquesta edició: Universitat de València, 2020

Producció editorial: Maite Simón

Disseny interior i maquetació: Inmaculada Mesa

Revisió lingüística: Lara Cruselles Lores, Inma Lázaro Martínez, Senén Magraner
Martí i Guillem Monteagudo Serrano (coordinador)

Disseny de la coberta: Celso Hernández de la Figuera i Maite Simon

ISBN: 978-84-9134-543-5

Dipòsit legal: V-501-2020

Impressió: Estudio Aguatinta, SL

Índex

PRÒLEG

Mitjans de comunicació: un obstacle o un motor per a la igualtat, per <i>Joana Gallego</i>	11
--	----

INTRODUCCIÓ.....	17
------------------	----

30 TESTIMONIS

Construint ponts feministes	
<i>Blanca Aparisi Galán</i>	23
Sense dones periodistes no hi ha futur	
<i>Elena Belenguier García</i>	30
La igualtat en el periodisme esportiu i de moda	
<i>Ada Blanes i Domínguez</i>	37
Rutina periodística, micromasclismes i ulleres violetes	
<i>Miriam Bouiali Brines</i>	44
Feminitzant els mitjans	
<i>Teresa Ciges</i>	51
Perseguint l'objectiu per a aconseguir un somni	
<i>Candela Copparoni Caballo</i>	55
Les dones com a força fonamental per a una comunicació social	
<i>Pilar Devesa Quinto</i>	61
La història d'una periodista convertida en dona orquestra	
<i>Carla Garrido Zanón</i>	70
Comunicar des de la consciència	
<i>Ana María Iborra Asencio</i>	78

He encès la llum i he trobat paneroles: Els macro i micromasclismes del periodisme	
<i>Maria Iranzo i Cabrera</i>	85
Capitalitzar la sororitat. Per què paràrem les periodistes el 8 de març	
<i>Esma Kučukalić Ibrahimović</i>	93
De la bellesa, la mirada i els perills del periodisme	
<i>Laura López David</i>	102
Dona i immigrant als Estats Units de Trump	
<i>Ana María Martínez Romero</i>	109
Comunicar i viure amb perspectiva feminista	
<i>Laia Mas Climent</i>	118
Precària	
<i>Alicia Medina Segura</i>	126
El feminisme com a resposta	
<i>Inma Mora Sánchez</i>	134
Periodistes de cursa	
<i>Paula Navarro Faus</i>	142
La nostra veu posa en valor el nostre treball	
<i>Eukene Oquendo Briones</i>	149
La igualtat no coneix els prejudicis	
<i>Anna Ortiz Sanchis</i>	156
Tenim fam de canvi	
<i>Naiara Reig Pellicer</i>	162
Preguntes sense resposta sobre els rols de les professionals de la comunicació	
<i>Irene Rodrigo Martínez</i>	169
Un sostre de vidre, però no de formigó	
<i>Carolina Salvador Quiles</i>	177
Ser periodista comporta una gran responsabilitat	
<i>Mar Sanjuán Santonja</i>	185
Soc feminista, proletària i llibertària	
<i>Inmaculada Saranova de Martín</i>	192

Com ser periodista i feminista dins de l'empresa sense morir en l'intent	
<i>Elvira Tejedor García</i>	200
Periodisme crític i canvi social	
<i>Violeta Tena Barreda</i>	207
Periodisme i (no) igualtat	
<i>Noa de la Torre Alfaro</i>	213
Que no ens penalitze ser dones	
<i>Nadia Tronchoni Furió</i>	220
Perquè ens concerneix a totes	
<i>Isabel Villar Hernández</i>	227
Què és comunicar en clau de dona?	
<i>Beatriz de Zúñiga Marqués</i>	234

Pròleg

Mitjans de comunicació: un obstacle o un motor per a la igualtat

JOANA GALLEGO

Universitat Autònoma de Barcelona

Vivim temps convulsos, tumultuosos, inquietants. En tots els nivells: polítics, socials, econòmics. Estem immersos en aquests moviments per la qual cosa de vegades creen il·lusions de renovació, però també produeixen inquietuds, pors, incertesa.

Tenim més preguntes que no pas respostes, perquè estem vivint aquests canvis. No sabem si culminaran, si seran conjunturals, si es consolidaran, ni en quina mesura, si tornarem a una situació anterior. Només podem afirmar que hi ha molts moviments. Alguns canvis ja consolidats pel que respecta al camp professional del periodisme o la comunicació són:

1. Tecnològics: l'evolució de la tecnologia ha canviat la manera de viure i de relacionar-nos.

2. Socials: l'aparició d'una nova esfera de relació, el camp virtual, ha trastocat moltes de les tradicionals formes de relació social. Les xarxes socials digitals han introduït modificacions i formes de compartir, difondre, consumir, relacionar-se, etc.

3. La manera d'accedir a la informació és diferent: els mitjans es troben en una voràgine de canvis molt accelerats. No sabem si desapareixeran els diaris impresos; com evolucionarà la recepció de ràdio i televisió; com es configurarà un nou model de periodisme...

4. La facilitat de circulació de la informació fa que es pugui difondre tant la informació veraç com els rumors, notícies falses o *fake news*, tant de moda actualment.

Canvis en el rol social de les dones

Un dels canvis més importants, no obstant, és l'experimentat per les dones en la societat, el que jo anomeno «Nou estat de consciència de les dones» que ja és imparable, i que ha provocat canvis en tots els ordres de la vida: en les relacions familiars, en la relació amorosa i en la sexualitat i, per descomptat, en el món del treball remunerat. I l'impacte que aquest canvi ha provocat en el model masculí, que ara es troba en el centre de l'huracà, i que encara no s'ha estudiat massa.

Concretament, en el món del periodisme, les dades parlen per si soles: tot i que encara les dones tenen més dificultat per accedir a càrrecs de direcció, és evident que tant entre l'estudiantat (on són majoria fa temps) com entre la professió periodística, cada dia hi ha, i n'hi haurà, més dones que accedeixen a la professió. Per posar uns quants exemples, a Europa les dones representaven el 68 % dels graduats en Periodisme i Informació en 2010, mentre que els homes eren el 32 % restant (EIGE, 2013). A Espanya, les dones titulades en Periodisme i Comunicació eren el 64 % mentre que els homes representaven el 36 % (APM, 2016). Ara bé, si parlem de la professió periodística les xifres canvien radicalment. A Europa, les dones empleades en el sector dels mitjans de comunicació representaven el 44 % en 2011. I si parlem d'Espanya veurem que les dones professionals representaven el 47,7 % en 2016, mentre que els homes eren el 52,3 %, segons el mateix informe mencionat abans. Això vol dir que mentre les dones es graduen en una proporció molt més elevada que els homes, a l'hora de trobar feina ho tenen pitjor.

I això encara empitjora si parlem dels càrrecs de responsabilitat, veurem que a Europa representaven el 25 % en 2010, molt semblant a les xifres d'Espanya o Catalunya, que estan entre el 27 % i el 30 %. Ara bé, si parlem del sector de la comunicació àmpliament considerat,

veurem que aquest percentatge de dones graduades en Periodisme que no s'han incorporat a la professió periodística. Podria haver trobat acomodament en gabinets de premsa o en altres perfils professionals, com gestoria de comunitats digitals, analista de dades i tràfic, gestoria de continguts digitals, desenvolupament de projectes d'informació, etc. (APM, 2016).

Aquesta important incorporació de les dones al mercat laboral, tot i la seva precarietat, ha provocat canvis en els mitjans? I si és així, de quina mena? És aquesta situació una oportunitat per al canvi social, per a la igualtat entre homes i dones, o els mitjans continuaran sent un obstacle, segons el que al meu parer han estat fins ara? (Gallego, 2013).

És difícil saber la resposta. Com he dit hi ha més preguntes que respostes, però intentaré fer algunes reflexions sobre com podria evolucionar i si aquest moment de canvi pot culminar en una major igualtat entre homes i dones en el món del periodisme, si ha experimentat canvis amb la incorporació massiva de dones.

Hi ha dos aspectes que crec que s'han d'abordar per separat: un és el dret legítim de les dones al treball, i intentar arribar on les seves capacitats, ambicions, projectes de vida, etc. les portin, i un altre és la incidència que aquesta incorporació al periodisme pot representar. És a dir, canvien les dones el discurs periodístic pel fet de ser més que abans (l'ONU estableix en un 30 % la massa crítica mínima per a que un col·lectiu pugui tenir incidència en un altre de més nombrós), o es manté malgrat la incorporació femenina a la professió? Alguns autors consideren que sí, que la incorporació de les dones a la professió modifica el discurs (Neveu, 2000). Mentre que altres han posat de relleu les dificultats de les dones en les redaccions i les diferents estratègies de supervivència que posen en funcionament per adaptar-se a que la cultura professional i les seves regles (doxa) (Melin, 2008).

Pel que a mi respecta, considero que el simple fet de ser dona no fa canviar automàticament el discurs, i que on cal posar l'accent és en els mecanismes, rutines i procediments periodístics que estan a la base de la cultura professional (Gallego, 2002).

Ara bé, reprenent la idea dels canvis que s'estan produint en la societat, als quals al·ludia al principi d'aquest text, és evident que els mitjans de comunicació, sobretot pel que fa a l'activitat informativa, i no tant en la seva faceta d'entreteniment han d'iniciar una fase de reflexió si no volen restar al marge d'aquests canvis i convertir-se cada vegada més en dispositius residuals desconnectats totalment de la societat.

Diferents nivells d'actuació

Per tant, i per no allargar massa aquest text, direm que hi ha diferents nivells on cal actuar simultàniament, i sobre els quals caldria reflexionar en profunditat.

1. Pel que fa a la producció de la informació: redefinir els procediments i rutines professionals que han estat la base del periodisme fins ara: Què és notícia, què és important, què no ho es, de què hem d'informar, de què no? A quins escenaris hem d'enfocar? Quines persones han d'actuar com a font?

2. Respecte a la representació de les dones: fins ara ha oscil·lat entre una representació com a subjecte i objecte: les dones amb molta freqüència són representades no com a individu que actua en la consecució dels seus interessos legítims, sinó com a complement, adorn, objecte decoratiu, font secundària, etc. Per posar només una dada: no potser que les mencions de dones continuïn sent des de l'any 2010 el 24 % (GMMP, 2015), o que apareguin en els informatius de la Televisió de Catalunya en un 29 % (un 30 % en debats i entrevistes) (CAC, 2012) quan representen el 51 % de la població.

I si parlem de la vessant qualitativa veurem que amb molta freqüència es fan servir estereotips recurrents per referir-se a les dones com a «reines de» «dames de ferro», «vídues negres», etc. La informació que fa referència a les dones sol ser més lleugera, més frívola, són presentades amb menys rigor i molt sovint apareixen en funció d'un home, com a mare de, esposa de, filla de, amant de, etc. la qual cosa obvia que les dones actuïn per elles mateixes i es limitin a fer-lo per persona interposada.

3. Pel que fa al llenguatge: l'home ha deixat de representar el conjunt de la humanitat. Fins ara, les dones han estat la part (elles, les altres), però els homes han representat al conjunt de la humanitat: quan parlen de futbol els mitjans es refereixen a futbol masculí, quan parlen de tennis, volen dir tennis masculí, etc. Per referir-se a l'esport practicat per dones han de dir futbol femení, tennis femení, etc. Caldrà dirimir cada vegada entre les dues meitats que configuren el ser humà.

4. Caldrà repensar el genèric masculí, per exemple, perquè no faci invisibles les dones, i sense arribar a forçar la llengua de tal manera que sigui incompreensible o impracticable, segurament caldrà trobar fórmules inclusives cada vegada més emprades per diferents sectors socials. Si entre «Els professors», per exemple, hi ha un 60 % de dones, caldrà trobar una fórmula que visibilitzi aquesta realitat, que en aquest cas seria senzill substituint els professors pel «professorat».

Això són només unes pinzellades per exemplificar els diferents problemes amb què els mitjans s'hauran d'enfrontar en un futur proper.

Conclusions

En definitiva, els mitjans podrien ser un motor per a la igualtat si realment es prenen seriosament la desigualtat entre homes i dones. Si deixen de referir-se a les dones com a només una part de la societat, posant de relleu la seva excepcionalitat (Una dona, la primera dona).

Representar les dones en la seva individualitat: sense subterfugis, sense apel·lacions a la seva intimitat o vida familiar, sense donar importància al seu aspecte físic, la seva indumentària, les seves relacions familiars o amoroses.

Introduint la perspectiva de gènere en els assumptes col·lectius, és a dir, posant de relleu la desigualtat entre homes i dones en la majoria dels àmbits socials, culturals, polítics, esportius, laborals, etc.

Mirant d'una altra manera la realitat i els temes dels quals cal informar, els escenaris que s'han de cobrir, les persones a les quals entrevistar, les fonts a què recórrer.

Si els mitjans són capaços d'aquesta nova mirada. Si les dones professionals (i els homes) són capaces de modificar les seves rutines professionals, els mitjans podrien convertir-se en motors per a la igualtat.

Si en canvi les dones professionals (i els homes) continuen reproduint els mateixos procediments, les mateixes rutines, es mostren cecs i cegues als canvis experimentats en la societat pel que fa a la desigualtat entre homes i dones, i continuen representant les dones com a una excepció, com a una minoria més de la qual es parla en plural sense atorgar individualitat pròpia, o bé com a un objecte decoratiu o subsidiari, una representació vicària en funció d'un home... podem dir que els mitjans seran, sens dubte, un obstacle per al canvi.

Referències

- APM (2017): *Informe anual de la profesión periodística en España*, Asociación de la Prensa de Madrid.
- CAC (2012): *La representació de les dones a la televisió. Informe sobre la diversitat i la igualtat*, Barcelona, Consell Audiovisual de Catalunya.
- EIGE (2013): *Advancing Gender Equality in decision making in Media Organisations*, Luxemburg.
- GALLEGO, Juana (2013): *De reinas a ciudadanas. Medios de comunicación ¿motor o rémora para la igualdad?*, Barcelona, Aresta.
- et al. (2002): *La prensa por dentro. Producción informativa y reproducción de estereotipos de género*, Jerez de la Frontera, Libros de la Frontera.
- GMMP (2015): *Who makes the news?* <<http://whomakesthenews.org>>.
- MELIN, Margareta (2008): *Gendered Journalism Cultures. Strategies and Tactics in the Field of Journalism in Britain and Sweden*, Malmö, JMG, University of Göteborg.
- NEVEU, Erik (2000): «Le genre du journalisme. Ambivalences de la féminisation d'une profession», en *Politix. Revue des sciences sociales du politique*, 51, pp. 179-212.

Introducció

Des de la seua implantació en el curs 2000-2001, les alumnes de Periodisme en la Universitat de València –un dels estudis en les Ciències Socials amb les qualificacions més altes d'accés– sempre han superat de manera significativa el nombre d'estudiants homes. La constatació, present en altres universitats de l'estat espanyol, també s'ha vist reflectida en la presència creixent de dones en les redaccions dels mitjans de comunicació. Tanmateix, aquesta tendència no s'ha traduït en la incorporació de les periodistes al mercat laboral en condicions d'igualtat. És una constatació confirmada per enquestes com la publicada per la Asociación de la Prensa de Madrid (APM) en 2017.

Les dades de l'APM revelaven que només un 70,6 % de dones treballava amb un contracte indefinit, davant d'un 83 % d'homes. Pel contrari, un 10 % de dones treballaven amb contracte d'obra o col·laboracions per article, una xifra que es reduïa al 3,6 % en el cas dels homes. A més, en condicions de crisi, són les periodistes qui pateixen de forma més greu els efectes. Al País Valencià, l'estudi de la Unió de Periodistes *Crisi al sector de periodistes i periodistes gràfics a la Comunitat Valenciana (2007-2016)* assenyalava que, en febrer de 2016, l'atur en la professió tenia un clar predomini femení: «Les dones suposen les dues terceres parts dels periodistes aturats, 722 d'un total de 1.129 (el 64 %). És una xifra idèntica que la que es registra a nivell nacional».

A més de la desigualtat en les condicions de treball, tampoc s'ha produït un accés efectiu als llocs de responsabilitat. Segons l'informe de l'APM, mentre un 10 % d'homes ocupaven càrrecs de sots-director, director adjunt i director, en premsa escrita només un 2,6 % de dones

ocupen càrrecs de la mateixa categoria. En canvi, en 2016 les dones representaven el 25,5 % dels llocs de redacció (l'escala laboral bàsica), mentre que en el cas dels homes aquesta xifra no superava el 15 %.

Desequilibris laborals

Les dades anteriors posen sobre la taula un desequilibri en el mercat laboral que condemna les dones periodistes a pitjors condicions de treball i més dificultats de progressió professional. És una realitat que ens obliga a reflexionar-hi i a prendre com a punt de partida experiències com les que han trobat en el seu recorregut laboral un grup representatiu de 30 dones professionals de les catorze promocions de la titulació de Periodisme de la Universitat de València.

Els estudis de Periodisme ofereixen a les estudiantetes eines per a desenvolupar la professió en clau d'igualtat? Quines barreres troben les joves periodistes per a exercir el seu ofici? Què cal reclamar a institucions i organitzacions comunicatives per a avançar en aquesta direcció? Cal reivindicar un estil i una manera femenina d'exercir el treball comunicatiu? Els mitjans, són receptius, valoren i reconeixen les maneres de les dones d'observar les realitats i de contar-les? Les estructures organitzatives i els discursos dominants de la professió, segueixen perpetuant percepcions i esquemes dominants del passat? La majoria d'edat dels estudis de Periodisme és un bon pretext per a copsar on estan i què fan les joves periodistes que han estudiat en la Universitat de València. Els testimonis d'una mostra d'estudiantetes que van passar per les aules del campus universitari de Blasco Ibáñez ens permetran conèixer el que han viscut aquestes dones després d'obtenir la titulació acadèmica.

Periodisme en clau de dona

En la jornada «Comunicar i marcar la diferència», celebrada el 2018 a la sala d'actes de la Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació de la Universitat de València, van estar presents tots els

temes anteriors mitjançant els testimonis d'un conjunt significatiu de dones periodistes joves que van explicar, en algun cas, com aquesta professió cada volta més feminitzada els havia permès accedir a les diverses temàtiques i estructures de les empreses de comunicació, particularment els àmbits de més prestigi i poder. El públic assistent a la jornada va escoltar el que contaven en primera persona unes professionals, exestudiantes reeixides de Periodisme, a les quals vam emplaçar perquè rescataren, reflexionaren i intercanviaren punts de vista sobre els múltiples itineraris que han recorregut, les tasques professionals que han desenvolupat i els entorns laborals amb què s'hi han enfrontat després del seu pas per la Universitat de València.

Redactar cada dia un seguit de notes de premsa, accedir a les fonts documentals d'un reportatge, enllestir els titulars d'un butlletí radiofònic, organitzar l'agenda d'una diputada, escriure el guió d'una peça documental, dirigir un reportatge audiovisual, dissenyar el web d'una organització no governamental, coordinar l'àrea de comunicació d'un sindicat, organitzar l'entorn digital d'una empresa comunicativa, preparar un programa docent en la universitat o informar des de l'estranger. La diversitat de llocs i perfils professionals amb què les nostres titulades en Periodisme s'obrin pas cada dia en el complex món de la comunicació, dins i fora del País Valencià, ens permet conèixer les seues rutines i els treballs que realitzen. Ens ajuda al capdavant a comprendre els conflictes amb què, enmig d'una profunda crisi social i econòmica, s'enfronten unes dones del País Valencià que des del llindar del segle XXI van optar per dedicar-se a estudiar i a exercir el periodisme.

Els testimonis que es presenten han estat escrits per aquest volum i guarden una estreta relació amb allò que les autores exposaren en la jornada esmentada. Les experiències d'aquestes joves periodistes valencianes poden ser un incentiu per a les noves promocions de periodistes que es disposen a exercir, amb coneixement ple i esperit crític, la professió més bonica del món.

*L'equip editor d'aquest volum i coordinador
de la Jornada «Comunicar i marcar la diferència»*

EN 7 CUADRES



2560
FINE

El mercat condemna les dones periodistes, una de les professions més feminitzades, a pitjors condicions de treball i més dificultats de progressió professional que els seus companys d'ofici. A partir d'aquesta constatació, els testimonis en primera persona de 30 periodistes titulades per la Universitat de València palesen les dificultats que pateixen per a accedir a les empreses de comunicació, particularment als àmbits de més prestigi i poder.

Quines barreres troben per a exercir la professió? Els mitjans, són receptius, valoren i reconeixen les maneres de les dones d'observar les realitats i de contar-les? Cal reivindicar un estil i una manera femenina d'exercir les tasques comunicatives? Les estructures organitzatives de les empreses i els discursos dominants dels mitjans, segueixen perpetuant percepcions i esquemes dominants del passat?



000

100
ANYS
fent llibres

UNIVERSITAT
DE VALÈNCIA

PUBLICACIONS

PUV



9 788491 345435