

Treball de fi de grau

Títol

Autor/a

Tutor/a

Grau

Data

Full Resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Autor/a:

Tutor/a:

Any:

Titulació:

Paraules clau (mínim 3)

Català:

Castellà:

Anglès:

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:

Castellà:

Anglès

Compromís d'obra original*

L'ESTUDIANT QUE PRESENTA AQUEST TREBALL DECLARA QUE:

1. Aquest treball és original i no està plagiat, en part o totalment
2. Les fonts han estat convenientment citades i referenciades
3. Aquest treball no s'ha presentat prèviament a aquesta Universitat o d'altres

I perquè així consti, afegeix a aquesta plana el seu nom i cognoms i la signatura:

***Aquest full s'ha d'imprimir i lliurar una còpia en mà al tutor abans la presentació oral**

RESUM DEL TREBALL

EL SOSTRE DE VIDRE O DE FORMIGÓ?

Estudi sobre la presència de les dones en els càrrecs de responsabilitat dels mitjans de comunicació de Catalunya

RESUM DEL TREBALL

La recerca a continuació té per objectiu analitzar quina és la presència de les dones en els càrrecs directius dels mitjans de comunicació de Catalunya així com també veure'n l'evolució històrica. Des de l'entrada de les dones al món laboral s'ha produït un degoteig cada cop més gran de periodistes als mitjans. El treball busca respondre si aquest degoteig també s'ha produït en els llocs de responsabilitat. Per contextualitzar la recerca sobre l'entrada de les dones periodistes als mitjans, el període de la II República (1936-1939) és el punt de partida a des del qual la qual es fa una evolució històrica fins a l'actualitat.

L'anàlisi de la presència actual de les dones als càrrecs ha estat realitzada a partir de les dades recollides de vint mitjans de comunicació amb seu a Catalunya de diferents àmbits: la premsa diària, la televisió, la ràdio, les revistes femenines, les agències de notícies i la premsa esportiva. Les dades quantitatives s'han interpretat tant separatament per mitjans com de forma comparativa. A més, per complementar la recerca, s'ha realitzat una entrevista a Neus Bonet, degana del Col·legi de Periodistes,.

D'aquesta manera s'han obtingut dades quantitatives a partir de les quals s'han extret conclusions que permeten actualitzar l'estat de d'aquesta qüestió. Així, la recerca estableix que en els vint mitjans de comunicació recollits en aquest treball i que tenen seu a Catalunya hi ha un total de 232 càrrecs de responsabilitat, dels quals només 69 els exerceixen dones. Això dona una xifra de proporcionalitat d'un 30% de dones enfront del 70% d'homes, és a dir, una presència marcadament desigual. El treball permet reafirmar l'existència del *sostre de vidre*, entès com una trava invisible que impedeix que les dones avancin en el món laboral; i planteja la necessitat de reflexionar al voltant de les oportunitats professionals de les periodistes a Catalunya.

EL SOSTRE DE VIDRE O DE FORMIGÓ?

Estudi sobre la presència de les dones en els càrrecs de
responsabilitat dels mitjans de comunicació de Catalunya

ÍNDIX

1. Introducció	1
2. Les periodistes de la II República. Les pioneres.	5
3. Incorporació al món professional. De les col·laboracions esporàdiques al contracte indefinit.	9
3.1. Els anys 50-60. Poques i especialitzades en publicacions femenines.	9
3.2. Els anys 70-80. Nous mitjans, noves oportunitats.	12
3.3. Els anys 90-00. Creixent degoteig de dones.	15
3.4. L'actualitat. Persistència de la desigualtat.	20
4. Presència d'homes i dones per mitjans a l'actualitat (2014)	26
4.1. Premsa diària	26
4.2. Televisió	28
4.3. Ràdio	30
4.4. Revistes	32
4.5. Agències	34
4.6. Premsa esportiva	35
5. Comparació. Incorporació lenta i presència insuficient.	37
6. Entrevista a Neus Bonet	39
7. Conclusions. Sostre de vidre o de formigó?	43
8. Referències	47
9. Annexos	50

1. INTRODUCCIÓ

Els inicis de la irrupció de les dones en el món laboral es remunten al segle XIX amb la industrialització. Fins al moment, la mà d'obra era majoritàriament masculina però amb el creixement de la indústria les dones es van incorporar al procés productiu, sempre compaginant-ho amb les tasques domèstiques. Amb la Segona Guerra Mundial, la presència femenina va augmentar notablement, ja que una gran quantitat d'homes es trobaven al front i les dones van haver d'assumir la seva feina a les fàbriques.

A partir d'aquest moment, i de forma gradual, les dones s'han anat introduint al mercat laboral. Primer, ocupant llocs tradicionalment reservats per a la població femenina, com el de secretària o d'infermera, i més tard, escalant posicions fins a ocupar llocs de responsabilitat a la feina.

L'accés de les dones a la feina remunerada ha suposat el reconeixement d'un dret que situa homes i dones en una condició equitativa. Malgrat això, la igualtat no és completa i encara hi ha sectors professionals que recelen de l'accés de les dones a ocupar càrrecs directius, a part d'una diferència en la remuneració per la seva feina, que actualment se situa al voltant d'un 20% menys que els homes.

Pel que fa a la presència femenina en el periodisme, la proporció a les redaccions no ha estat sempre igual. L'etapa de la II República (1931-1936) i els canvis polítics, socials, econòmics i culturals que va portar, va suposar la professionalització de la dona en el periodisme. Aquests anys van permetre que les dones entressin a les redaccions per exercir una feina remunerada, en unes condicions força similars amb les dels homes. Malgrat això, són ben pocs els noms femenins que van poder estar als despatxos de diaris.

Amb el franquisme, l'acceptació de la dona com a un treballador més va patir un cert retrocés, i van tornar a sentir-se vells discursos sobre la seva funció domèstica i familiar. Tot i això, n'hi va haver que van poder entrar als mitjans i, mica en mica, van ocupar més llocs a les redaccions.

En els anys de la transició, el degoteig de dones que arribaven i entraven als mitjans de comunicació va ser cada cop més gran, fet que també es va veure afavorit per l'auge de les emissores de ràdio, i posteriorment, dels canals de televisió. Aquests nous mitjans van oferir llocs de treball que les dones van saber aprofitar.

Avui dia, les facultats de Ciències de la Comunicació, no només a Catalunya, sinó a nivell mundial, presenten una tendència a l'alça del nombre d'alumnes dones. De fet, segons el *Llibre blanc de la professió periodística* (2006), les xifres se situen en un 70% d'alumnat femení, respecte d'un 30% de masculí. Com a contrapunt d'aquesta dada trobem la presència de les dones en l'exercici de la professió, el qual es redueix a menys de la meitat, concretament, un 45% de les redaccions (Col·legi de Periodistes 2013). Això vol dir que, tot i que la major part de l'alumnat de les facultats de comunicació són dones, més de la meitat no treballaran en allò que han estudiat.

Amb la crisi econòmica actual, la presència de dones en els càrrecs directius de les empreses en general, no només periodístiques, ha disminuït notablement, segons un estudi d'Eada i ICSA. Concretament, la quota de presència de dones en la categoria professional de directiu és de l'11,7%. Es tracta d'una xifra que es troba molt lluny de l'objectiu de paritat establert per la Llei per la Igualtat Efectiva de Dones i Homes (Llei orgànica 3/2007), segons la qual l'any vinent les empreses, no només del món periodístic, de més de 250 treballadors haurien de "procurar incloure" en el seu Consell d'Administració un nombre de dones que permeti assolir un equilibri entre ambdós sexes.

Certament, el món del periodisme s'ha anat feminitzant mica en mica. La imatge del reporter amb bolígraf i llibreta en mà, o del corresponsal de guerra, ja inclou algunes figures femenines. Però això no vol dir que la feminització s'hagi donat en tots els nivells dins de la indústria de la comunicació. Més enllà del paper de la dona i el seu tractament en els continguts dels mitjans, analitzat en altres estudis, aquest treball se centra en saber quin és el grau de presència femenina en els òrgans de decisió.

En aquest treball em proposo estudiar i reflexionar sobre la presència de les dones en els càrrecs directius i de responsabilitat en els mitjans de comunicació de Catalunya en el moment actual, i esbrinar si encara existeix l'anomenat "sostre de vidre"¹. És a dir, quin és el paper que tenen les dones darrere de les decisions que es prenen en cada un dels mitjans, les seves opcions de promoció i els rols que adopten dins l'empresa. Aquest treball busca ser una actualització de les dades en relació a altres estudis realitzats anteriorment amb una línia d'investigació similar.

També és interessant preguntar-se quin és el grau d'influència que exerceixen les dones en el funcionament intern dels mitjans. És a dir, si participen en la presa de decisions d'assumptes com per exemple, marcar les línies d'actuació del mitjà, la coordinació de les seccions, la jerarquitització dels continguts, etcètera. O a nivell més pràctic i quotidià, quan obrim un diari, ens hem de preguntar quin és el paper que han tingut les dones a l'hora de decidir què és notícia i què no, quin enfocament se li dóna al tema, els recursos que es destinaran a cobrir els fets o qui n'escriurà un article d'opinió.

El treball realitzat ofereix un diagnòstic, una visió panoràmica del grau de participació de les dones en la direcció de les línies d'actuació dels mitjans. Per tant, posa de relleu la desigualtat de gènere, encara present, en el periodisme a Catalunya. I per extensió, la recerca permet comprovar si la incorporació de les dones al món laboral s'ha fet de manera completa i efectiva, o bé si encara hi ha traves que li impedeixen estar en igualtat amb els homes en els mitjans, i més concretament, en els seus òrgans directius.

A nivell més general, i amb perspectiva de futur, aquest treball podria servir d'orientació a totes les estudiants que vulguin dedicar-se al periodisme a Catalunya, per tal que sàpiguen quin és el panorama actual i quines són les estructures establertes de cara a la promoció i a la direcció dels mitjans. A més,

¹ Segons Mabel Burin "Se denomina así a una superficie superior invisible en la carrera laboral de las mujeres, difícil de traspasar, que nos impide seguir avanzando. Su carácter de invisibilidad viene dado por el hecho de que no existen leyes ni dispositivos sociales establecidos ni códigos visibles que impongan a las mujeres semejante limitación, sino que está construido sobre la base de otros rasgos que por su invisibilidad son difíciles de detectar." Definició extreta de la pàgina web de la Junta de Castilla i Lleó http://www.stecyl.es/Mujer/el_techo_de_cristal.htm.

de ser un punt de referència per motivar el canvi, per incentivar la participació de les dones els òrgans decisoris i per demanar la igualtat d'oportunitats de promoció i de les condicions laborals en general.

2. LES PERIODISTES DE LA II REPÚBLICA. LES PIONERES.

La incorporació de les dones de forma professional en el periodisme català se situa al temps de la II República, a la dècada dels anys 30. Aquesta època, a més, va viure una modernització del periodisme, afavorida pel context històric i pels avenços tecnològics. Es tracta d'un canvi que es va produir de forma paral·lela a altres països europeus, com França o Alemanya, i que va suposar la substitució del periodisme de rerefons literari per un periodisme funcional i informatiu, exercit per professionals. Per comprendre com va ser possible l'entrada de les dones al món de la premsa és necessari conèixer-ne el context social i polític del moment. La feina d'aquestes pioneres va estar marcada, a més de la situació personal de cadascuna, per les característiques de l'entorn en què es trobaven, que sovint va posar traves a la seva professionalització. Qüestions com l'educació, les lleis o la cosmovisió del moment van condicionar la incorporació de la dona al món laboral, i concretament al periodisme. Elvira Altés és autora del llibre *Les periodistes en el temps de la república*, el document més complet sobre la professionalització de les dones periodistes a Catalunya durant aquest període.

A partir de la Il·lustració (segle XVIII) es va anar configurant un discurs de la burgesia que delimitava uns espais i comportaments concrets a cada gènere, i que s'anirà incorporant a altres sectors socials a partir del segle XIX. La modernitat d'aquesta època establia una vida pública protagonitzada per homes i un espai privat protegit per la decència i moral de la dona. En aquest context, segons explica Elvira Altés:

“La premsa femenina es va convertir en un excel·lent vehicle d'enculturació. Les revistes femenines o les pàgines de dones servien per transmetre i sancionar el capteniment més adequat, el que corresponia en cada cas i situació” (Altés 2007: 23).

Les pàgines femenines eren una mena de suplement adreçats a les dones generalment de publicació setmanal, que tractaven temes que es consideraven d'interès femení, com per exemple les qüestions domèstiques, la maternitat, la

costura, la cuina, la cura dels infants, així com també les regles per complir el rol que la societat demanava a les dones. .

Als anys 30, uns moments en què la República va suposar un punt d'inflexió pel que fa a les expectatives socials de les dones, va sorgir un conjunt de veus que van escapar i qüestionar l'univers que construïen aquestes publicacions femenines. Es tractava de dones que bevien de la influència de les sufragistes angleses i americanes i buscaven un trencament del model social únic de representació humana. La reivindicació de la diversitat de models és el lloc a través del qual aquestes dones exerciran l'escriptura pública. Les periodistes de la II República van poder viure reconegudes com a periodistes gràcies, en part, a la tasca de dones que anteriorment havien divulgat els seus escrits en diverses publicacions periòdiques de Catalunya, en la mesura que el context social i polític ho havia permès. El paper d'aquestes escriptores és fonamental ja que, tal i com recull Altés: "si aquestes noves periodistes dels anys 30 del segle passat poden transitar de l'actitud diletant a la professional és perquè recullen el llegat i l'experiència de les seves predecessores" (Altés 2007: 24). La incorporació de les periodistes com un treballador més va generar discussió entre els sectors majoritaris que estaven en contra que les dones, especialment les casades, exercissin una activitat extradomèstica retribuïda. Segons un estudi de María Gloria Núñez Pérez (1989) durant l'època de la II República, tan sols el 9% de les dones espanyoles treballaven, i d'aquestes un 3,6% es dedicaven a professions liberals, entre les quals hi ha el periodisme (Núñez Pérez 1989: 389).

Als anys 30 del segle XX, a Catalunya, com a la resta de l'Estat espanyol, existien unes normes que exercien un control social cap a les dones. D'entre aquestes normes, n'hi havia que exercien un control de tipus més formal, com la discriminació legal, la desigualtat educativa o la segregació laboral. En relació a la primera restricció de les tres normes esmentades, la Constitució republicana de 1931 establia, per primera vegada, la igualtat política entre sexes i també atorgava a les dones el dret de vot. Tot i això, en el pla legal homes i dones no rebien el mateix tracte, sinó que, per exemple, les dones necessitaven una autorització marital per administrar el seu sou, ja que es

concebia que era l'home qui tenia el poder d'exercir-ne el control (Núñez Pérez 1989: 218). Pel que fa a l'educació, era insuficient en general, però especialment per a les dones. També segons l'estudi de Núñez Pérez, l'any 1931, només el 52,5% de les dones espanyoles sabien llegir. A això cal sumar-hi la segregació laboral existent en el moment, basada en al divisió sexual del treball, de manera que es restringia les activitats de les dones a l'àmbit domèstic. Aquestes tres esferes, estatus legal, educació i oportunitats laborals, marcaren l'entrada professional de les dones en el periodisme.

Altés destaca tres característiques que mostren la professionalització de les dones: la retribució econòmica; la dedicació i el compromís; i el fet que coneixien i empraven les eines de l'ofici. Els moments de crisi i transició viscuts durant la II República van permetre una escletxa a través de la qual les dones van poder disposar d'uns mitjans de subsistència econòmica dignes i identificar-se amb la professió periodística. Així, van poder expressar públicament les noves idees que es plantejaven en aquests anys de canvis i obertura ideològica amb una certa llibertat. Tot i haver-se professionalitzat, segons Altés "el mite de la masculinització va exercir una gran pressió en aquestes dones que van haver de compatibilitzar la seva modernitat amb les formes més tradicionals per tal de poder practicar la seva incipient professió". És a dir, que van haver de mantenir un discurs segons el qual es podia portar una vida moderna sense perdre feminitat, potser per tranquil·litzar aquells sectors que temien les dones com a possibles rivals.

Tot i que les dones es van poder incorporar al món del periodisme, el camí per aconseguir-ho no va ser fàcil i a l'hora d'entrar al periodisme de manera professional es van trobar en desigualtat amb els seus companys homes. Les redaccions eren un univers marcadament masculí en què les dones havien de demostrar amb escreix el seus mèrits per poder-s'hi fer un lloc. Algunes d'elles, a més, havien d'aguantar bromes dels seus companys, a qui resultava estrany compartir lloc de feina amb una dona. Llucieta Canyà ho va explicar en una entrevista a Mercè Rodoreda:

“Me’n feien tantes com podien, un dia s’esfondrava una gran rastellera de llibres; un altre m’apagaven el llum; un altre dia em posaven aigua al tinter...”
(Citat per Altés 2007: 120).

Malgrat les dificultats a què van haver de fer front, les pioneres del periodisme a casa nostra van obrir un camí que fins al moment estava reservat als homes i van demostrar compromís amb la professió, ja que moltes van estar vinculades amb les associacions professionals. Per exemple, la periodista Irene Polo va participar en la creació de l’Agrupació Professional de Periodistes, l’any 1933, i va ser vicesecretària de la Junta. Aquesta voluntat i implicació amb la professió va compensar la curta trajectòria de les dones en el món periodístic. Van mostrar un domini de les tècniques dels diferents gèneres, de les rutines de treball i les pràctiques més habituals. A més, van aportar-hi les seves pròpies innovacions i van aprofundir en l’ús de gèneres menys treballats fins al moment, com l’entrevista o el reportatge.

Els canvis socials, polítics i culturals viscuts durant la II República van permetre a aquestes dones entrar a les redaccions per a quedar-s’hi. De fet, no només van començar en les feines de rang més baix sinó que algunes van arribar a ocupar llocs de responsabilitat, per sobre de la resta de companys redactors masculins. Bons exemples d’això van ser Anna Murià, directora del *Diari de Catalunya* l’any 1938, o María Luz Morales, directora de *La Vanguardia* entre el 1936 i el 1937.

Sobre la professionalització de les dones en el periodisme durant aquest període, Altés conclou que aquesta incorporació formal a les redaccions no hagués estat possible sense les dones que en èpoques anteriors havien publicat els seus escrits, en més o menys quantitat i amb graus de llibertat segons l’entorn del moment. Gràcies a aquest substrat, les periodistes de la II República van exercir la professió amb ple coneixement de les eines i rutines productives, amb un compromís sincer amb el periodisme i amb prou valentia com per haver desafiat els sectors socials reticents a acceptar la dona al món laboral.

3. INCORPORACIÓ AL MÓN PROFESSIONAL. DE LES COL·LABORACIONS ESPORÀDIQUES AL CONTRACTE INDEFINIT.

3.1. ELS ANYS 50-60. POQUES I ESPECIALITZADES EN PUBLICACIONS FEMENINES.

Un cop acabada la guerra civil (1936-1939), l'arribada del franquisme va acabar de cop amb moltes de les innovacions i canvis que havia portat la II República. Es va passar a considerar que totes les modernitats anteriors que havien fomentat l'autonomia femenina eren culpables del desordre social i la masculinització de les dones (García-Albi 2007: 7). El nou règim franquista tenia per objectiu relegar la dona a un paper domèstic i allunyar-la dels centres educatius, on creien que no haurien d'haver entrat mai. L'any 1941 la *Sección Femenina* va crear les *Escuelas del Hogar*, que tenien com a finalitat formar la dona com una mestressa de casa perfecta a través dels continguts que es consideraven imprescindibles, com la costura, la higiene o la puericultura, a més de la formació religiosa i falangista. Tal i com explica Inés García-Albi en el llibre *Nosotras que contamos. Mujeres periodistas en España*, les poques dones que es dedicaven als mitjans de comunicació després de la guerra civil, ho feien des de les pàgines de la Sección Femenina sempre que tractessin els temes que es creien específics per a les dones.

Les revistes més importants de l'època van ser *Y*, que va estar dirigida per Marichu de la Mora, i *Medina* (1941-1944), impulsada per Pilar Primo de Rivera. En l'editorial del primer número es pot llegir: "El servicio de la mujer es heroico, militar pero femenino. Un fusil en manos de una mujer deshonra el fusil, a la pobre infeliz que lo lleva y a los hombres que lo contemplan" (Citat per Gallego 2013: 272). Pedro Laín Entralgo i Mercedes Formica van ser dos dels directors de la publicació, i Lula de Lara, Regidora de Premsa i Propaganda de la Sección Femenina, ideòloga de les anteriors publicacions i d'altres similars. Per exemple, *Consigna* (1941-1960) va ser una publicació adreçada a les mestres, on es donaven consells sobre com s'havia d'educar als nens i nenes:

“Considerar al niño como futuro productor de valores económicos y como sujeto de autoridad y fuerza. A la niña consideradla como creadora de valores morales, principalmente, y colaboradora del hombre en el ejercicio de la autoridad y sujeto de resistencia. El niño mirará al mundo. La niña mirará al hogar”. (*Consigna*, gener 1942)



Portada de la revista *Medina*



Portada de la Revista Y

L'any 1941 es va fundar l'Escola de Periodisme a Madrid, que seria el lloc on van estudiar algunes de les periodistes més destacades durant les dècades dels 50 i 60. Tot i que fins l'any 1950 a l'Escola de Periodisme no hi assistirien més de 10 noies a cada curs (García-Albi 2007: 82). Va ser a partir d'aquests anys que es va iniciar un degoteig cada cop més gran de dones que es dedicaven al periodisme. Durant els primers anys, van haver de lluitar intensament contra els prejudicis i traves socials, i algunes també contra l'oposició dels familiars. Per trobar feina en el món del periodisme les dones es van trobar, a més de les traves socials, amb la dificultat de conciliar la vida laboral amb la vida familiar.

Per tots aquests factors, les dones que exercien el periodisme eren poques. De fet, segons el llibre *Historia de la agencia EFE*, de Víctor Olmos, fins l'any 1965 l'agència de notícies només havia tingut tres dones en plantilla, però aquestes

no desenvolupaven les tasques de periodista ni tampoc constaven com a redactores, sinó que eren secretària, ajudant de laboratori i telefonista, respectivament (Olmos 1997: 104). Tot i que algunes dones exercien el periodisme de manera professionalitzada, moltes d'elles encara s'havien de dedicar de forma exclusiva a les pàgines destinades a les dones, és a dir, als continguts que reflectien allò que es creia que havien d'aprendre. La majoria de periodistes d'aquesta època van començar la trajectòria en els mitjans en un règim de pràctiques. Amb sort, un cop acabat el període de pràctiques (que gairebé mai no eren remunerades), el periòdic o revista li ofería un contracte. Si això no passava, moltes de les periodistes havien de buscar-se la vida a través de col·laboracions en diferents mitjans.

També durant els anys 50, és quan les dones comencen a iniciar-se en el món de les corresponsalies. Es tracta d'uns anys en què era necessari ampliar i reforçar la informació internacional, a causa del creixent interès pel que passa a l'exterior. Per fer-ho, es van obrir delegacions dels mitjans a diferents llocs, més o menys llunyans, on es van enviar algunes periodistes.

Per altra banda, si hi va haver algun sector de la premsa que des dels inicis de la professionalització de les periodistes va tenir gran part de la plantilla ocupada per dones eren les revistes femenines. Pel fet d'adreçar-se a un públic femení es considerava les dones com aquelles que millor podien tractar els temes que interessaven a altres dones. Per aquest mateix motiu, diverses publicacions comptaven amb dones que exercien els llocs directius en el mitjà, tot i que no era així en els òrgans directius del grup editorial al qual pertanyia la publicació.

Com a dones pioneres en el món de la informació, pel que fa a la ràdio es podria citar el cas de Sara Estévez, una noia de Bilbao que va ser la primera periodista esportiva. Va entrar a Radio Juventud de Vizcaya el 1954, amb 27 anys, i es va jubilar el 1990 a Ràdio Nacional. Durant la seva carrera professional va fer servir el pseudònim de *Maratón*. Altres veus femenines molt populars a la ràdio van ser la manresana Maria Matilde Almendros, o la no tan coneguda Francina Boris, que va entrar a Ràdio Girona al 1933 i va estar més de 70 anys com a professional. Però malauradament poques, per no dir cap, va poder arribar a càrrecs de decisió.

3.2. ELS ANYS 70-80. NOUS MITJANS, NOVES OPORTUNITATS.

En primer lloc, cal destacar el cas concret d'un diari singular. Es tracta de *Diario Femenino*, creat el 1968 per iniciativa de Víctor Sagi. Aquest era un periòdic que tenia una característica diferencial: anava adreçat específicament a les dones. A més, comptava amb una bona part de la plantilla formada per dones. Els continguts del *Diario Femenino*, però, no rebien un tractament similar a les revistes femenines de l'època, sinó que més aviat eren crítics amb els temes habituals de les publicacions destinades a les dones (Pàmies 1993: 55). A causa dels problemes econòmics que arrossegava el diari, va ser posat en venda i absorbit pel grup Mundo l'any 1971. A partir d'aquest moment, el diari va evolucionar i canviar de nom (*Mundo Diario*), i passava a ser un diari d'informació general. *Diario Femenino* va comptar amb algunes firmes de grans periodistes de l'època, com Ana Maria Matute o Maria Aurèlia Capmany. Cal destacar la figura d'Àngels Masó, que va ser la directora del diari durant dos anys i mig des de 1969, quan va deixar la direcció per ocupar una vacant a *La Vanguardia*. Masó va ser la primera directora de diari a Espanya des de la guerra civil. Tot i la història relativament curta de *Diario Femenino*, va ser un cas pioner i singular en la premsa diària a Catalunya i Espanya, que va donar cabuda a un gran nombre de dones periodistes i va posar distància respecte de la premsa femenina feta fins al moment.



Portada de *Diario Femenino*.



Part de l'equip de redacció de *Diario Femenino*.



A principis dels anys 70, amb el final de la dictadura franquista, el periodisme va viure un temps de canvi d'etapa. En aquesta nova etapa es necessitaven professionals, tota una generació de periodistes que escrivís la crònica del que estava passant. Es van modernitzar les redaccions i hi va haver canvis en les rutines de producció de la informació. Tot això va suposar una via d'entrada de les dones a les redaccions, on van demostrar que eren igual de professionals que els homes (García-Albi 2007: 101). Un exemple a nivell de tot l'Estat espanyol del nou periodisme va ser el diari *El País*, que va incorporar els canvis polítics i socials a les redaccions, tot i que, en cap cas, no era un exemple de paritat. Soledad Álvarez-Coto va ser cap de nacional a aquest diari, una posició que va ser vista amb recel per part d'aquells altres que també aspiraven a aquesta posició tan cobejada:

“Sufrí muchas peleas en nacional porque cada día tenía que mirar quién me había puesto la bomba debajo de la mesa, y afronté innumerables puyas porque había mucha gente que quería mi puesto. Era la sección estrella del periódico y había muchos hombres con ganas, que yo fuera mujer era un argumento más: cómo una sección tan importante podía estar dirigida por una mujer...” (Citat per García-Albi 2007: 110).

Les dones havien arribat als mitjans de comunicació però no als despatxos, als llocs dels càrrecs de responsabilitat. Certament, hi va haver dones periodistes que van explicar la transició, en tertúlies polítiques, informant a les portes del Congrés, etc. Tot i això, la seva presència a les columnes, als caps de secció, als consells editorials i, ja no diguem, la direcció, era més que escassa. Sobre aquests anys no hi ha gaires dades que permetin establir una definició quantitativa de la presència de dones en els mitjans de Catalunya, ja que no hi ha estudis de tipus teòric al voltant d'aquesta qüestió a nivell català.

La dècada dels 80 va arribar amb més canvis. La nova Constitució, de 1978, establia igualtat entre els homes i les dones, però la desigualtat encara no havia desaparegut en absolut. Les Facultats de Comunicació acollien cada cop més dones, i aquesta vegada hi havia un mercat laboral més ampli gràcies a l'inici d'una indústria audiovisual en expansió (García-Albi 2007: 130). Les noves emissores de ràdio i l'aparició de televisions privades i autonòmiques

van oferir l'oportunitat professional a moltes dones que s'iniciaven en el món del periodisme.

La majoria de periodistes entrevistades per Inés García-Albi a *Nosotras que contamos. Mujeres periodistas en España*, reconeixen que en aquesta època no van trobar-se amb tantes traves com amb les que s'havien trobat altres dones de generacions anteriors a l'hora d'assumir càrrecs en llocs de responsabilitat als mitjans. Tal i com explica la periodista Sol Gallego-Díaz, durant aquests anys moltes dones van poder entrar als diaris:

“Muchas mujeres, estudiantes universitarias, entraron en las redacciones. Habían participado como estudiantes y como periodistas, en la lucha contra Franco, en los sindicatos y en los partidos políticos. Incorporaron su actividad política antifranquista a los medios de comunicación, un bagaje cultural que dificultaba que te pusieran a hacer información de cocina” (Citat per García-Albi 2007:109).

Tot i això, el problema de la conciliació laboral i familiar, la maternitat o la reducció de jornada, eren impediments a l'hora d'aconseguir que es confiés en elles pels càrrecs de direcció o caps de secció.

3.3. ELS ANYS 90-00. CREIXENT DEGOTEIG DE DONES.

A principis dels anys 90 la presència d'homes i dones a la premsa a Catalunya seguia sent desigual (Gallego 1992: 26). Prenent com a base l'Anuari de la Comunicació de 1992, editat pel Col·legi de Periodistes, en cap dels cinc diaris principals del moment a Barcelona (*El Periódico*, *La Vanguardia*, *El País*, *Avui* i *Diari de Barcelona*) la presència de dones amb càrrec no supera el 21%. El diari *Avui*, dels 74 treballadors en plantilla, només 16 són dones i d'aquestes una ostenta el càrrec de cap de l'arxiu. El *Diari de Barcelona* és la publicació amb més dones al capdavant d'una secció, concretament quatre (Edició, Comunicació, Dominical i Economia) dels 19 càrrecs totals. Del total dels cinc diaris, la mitjana de dones que ocupen càrrecs de responsabilitat és del 12,5%, que en alguns casos arriba al 21% i en altres és només d'un 3,8%.

PRESÈNCIA D'HOMES I DONES ALS CÀRRECS DE LA PREMSA DIÀRIA DE BARCELONA (1992)

Mitjà	Càrrecs directius	Homes	Homes %	Dones	Dones %
El Periódico	36	31	86,1%	5	13,9%
La Vanguardia	41	35	85,4%	6	14,6%
El País	13	12	92,4%	1	7,6%
Avui	26	25	96,2%	1	3,8%
Diari de Barcelona	19	15	79%	4	21%
Total	135	118	87,4%	17	12,6%

Font: *El Sostre de Vidre* (Gallego 1992).

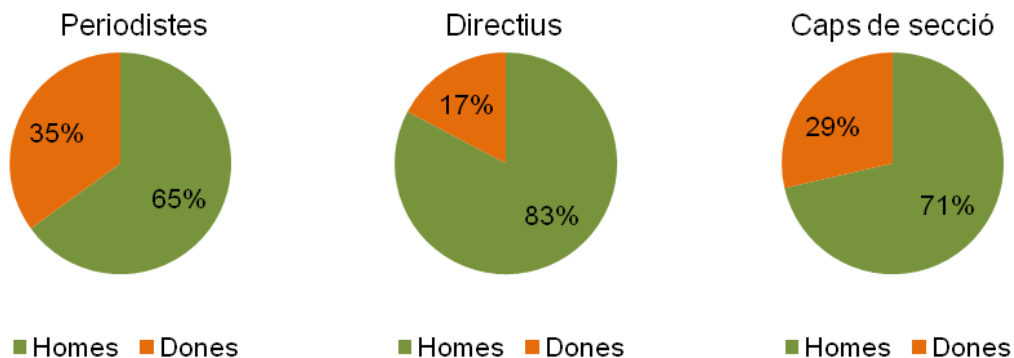
El Col·legi de Periodistes de Catalunya va publicar un estudi l'any 1992 que mostrava que el 70,1% dels periodistes enquestats (un total de 609 professionals) de Catalunya eren homes, i només un 29,9% eren dones, de les quals més de la meitat tenien entre 26 i 35 anys. Aquesta dada era rellevant, ja que provava la joventut de les periodistes a casa nostra. Cal destacar també, que el 43,4% de les enquestades pel Col·legi consideraven que ser dona era un inconvenient a l'hora d'exercir la professió.

L'any 1996 en un total de sis diaris d'informació general (*La Vanguardia*, *El Periódico de Catalunya*, *El País*, *Avui*, *El Mundo* i *Abc*), el 91,7% de l'staff estava ocupat per homes, mentre que la presència de les dones no arribava al 10% (Associació de Dones Periodistes de Catalunya 1998: 20). De les sis capçaleres, la que tenia més dones en càrrecs directius era *El País*, amb un 11,9% del total de llocs de responsabilitat, i la que menys *La Vanguardia*, amb un escàs 6,5%.

Aquest mateix any, una investigació del Col·legi de Periodistes tornava a oferir dades sobre la proporcionalitat d'homes i dones a la professió. Les enquestes fetes a 600 professionals van mostrar que el 65% de periodistes enquestats eren homes i el 35% dones, de manera que en quatre anys la presència de dones exercint la professió havia augmentat (Col·legi de Periodistes de Catalunya 1996). Tot i la importància de l'augment de dones en els mitjans, els càrrecs estaven, en gran majoria, ocupats per homes. Dels 81 directius, un 83% eren homes i un 17% eren dones. I pel que fa als caps de secció, la xifra

era una mica menys desigual: dels 63 càrrecs, un 71% eren ocupats per homes i un 29% per dones.

PRESÈNCIA D'HOMES I DONES SEGONS EL CÀRREC EN EL MITJÀ (1996)



Font: Col·legi de Periodistes de Catalunya (1996).

Aquest estudi també va oferir una altra dada rellevant sobre la consideració del fet de ser dona dins d'un mitjà. El 33,5% dels enquestats consideraven que ser dona era un inconvenient en l'àmbit laboral. A més, aquesta xifra arriba al 40,7% en el cas dels directius, fet que ens fa pensar que qui ocupava els càrrecs era qui tenia més consciència sobre la desigualtat a l'hora d'assignar responsabilitats en el propi mitjà.

Dos anys més tard, la proporció de dones amb càrrecs augmenta, tot i que en cap cas s'acosta a la paritat. A *La Vanguardia*, dels 8 càrrecs de cap de direcció ni un estava ocupat per dones. I, a més, dels 17 redactors en cap i els 17 caps de secció, només un 15% dels llocs a cada bloc (un 3%) els exercia una dona (Gallego 2002: 226). *El Periódico de Catalunya* presenta una plantilla similar, amb gairebé un 12% dels llocs de cap de redacció exercits per dones (Gallego 2002: 180). Pel que fa a altres mitjans fora de la premsa diària, l'agència de comunicació EFE l'any 1999 presenta una distribució més equitativa, en termes relatius, ja que un terç dels llocs de responsabilitat estan ocupats per dones, davant del 66,7% dels homes (Gallego 2002: 267).

PRESÈNCIA D'HOMES I DONES ALS CÀRRECS DELS MITJANS (1998)

Mitjà	Càrrecs directius	Homes	Homes %	Dones	Dones %
El Periódico	42	37	88,1%	5	11,9%
La Vanguardia	52	46	88,5%	6	11,5%
El País	54	42	77,8%	12	22,2%
Agència EFE	15	10	66,7%	5	33,3%
Total	163	135	82,8%	28	17,2%

Font: *El Sostre de Vidre* (Gallego 1992).

Concretament a Catalunya, en premsa de publicació diària, els homes són majoria a la redacció i també als càrrecs. Per exemple, l'any 2002 a *La Vanguardia* de les 72 dones que hi havia a la redacció (enfront a 166 homes), només 7 tenien un càrrec (Fundació Centre Internacional de Premsa de Barcelona 2002: 166). Al mateix any, *El Periódico de Catalunya* tenia 151 periodistes homes i 63 dones, de les quals 6 ocupaven un lloc de responsabilitat (Fundació Centre Internacional de Premsa de Barcelona 2002: 155), fet que representa un 2,8% del total de treballadors. L'*Avui* era el diari generalista més equitatiu tant en el total de la plantilla com en els càrrecs. La plantilla, de 111 treballadors, comptava amb un 54% d'homes i gairebé un 46% de dones, mentre que dels 9 llocs de responsabilitat, 4 eren ocupats per dones.

Els diaris esportius seguien una tendència similar a la premsa diària, o fins i tot més pessimista. A principis de la dècada dels 2000, a *El Mundo Deportivo* no hi havia ni una dona ocupant llocs de treball amb capacitat de decisió, i al *Sport* hi havia una cap de la secció d'infografia i una a documentació (*Dones*, desembre 2002)

Pel que fa a la televisió, amb una història molt més recent que la premsa escrita, la incorporació de la dona en les redaccions va ser, lògicament, més ràpida, fet també afavorit per l'ampli ventall de categories laborals existent en el mitjà. Però que les dones s'incorporessin ràpidament a les plantilles no significa que exercissin tasques de més responsabilitat. Certament, en aquesta dècada hi havia dones que presentaven i dirigien informatius, *magazines* i reportatges; deixaven de ser un bust parlant i adquirien certa responsabilitat en l'edició i la

redacció. No obstant això, el càrrec de cap d'informatius segueix estant, en la gran majoria, en mans dels homes. La plantilla total de *Televisió de Catalunya* l'any 2000 era de 209 treballadors, un 43% dels quals eren dones, una xifra prou equitativa en comparació amb el 15% de dones que ocupava càrrecs de responsabilitat, enfront al 85% dels homes. *TVE Catalunya* presentava una proporció similar tant en la plantilla total, amb un 60% de presència masculina com en el llocs amb capacitat decisòria, amb 8 homes i 1 dona (Fundació Centre Internacional de Premsa de Barcelona 2002: 203).

Les periodistes radiofòniques dels primers anys del segle XXI van guanyar protagonisme i se les reconeixia amb noms i cognoms, però seguien amb poca capacitat de decisió. Eren el cap visible de programes, informatius, tertúlies i espais diversos, però no eren majoria en consells de redacció. La plantilla de *Catalunya Ràdio*, *Catalunya Informació* i *Catalunya Cultura* era de 90 treballadors, dels quals 28 tenien càrrec distribuïts de la següent manera: un 71% dels llocs per a homes i un 29% per a dones (Fundació Centre Internacional de Premsa de Barcelona 2002: 172). *COM Ràdio* tenia una plantilla de 64 treballadors, repartits equitativament (50% homes i 50% dones) al staff, però amb una gran desigualtat en els càrrecs, 10 homes i 1 dona.

Les revistes seguien pautes una mica diferents, ja que socialment eren considerades un gènere menor en comparació a la premsa diària. El sector de les revistes era el que comptava amb més presència femenina de tots els mitjans de comunicació principals. La lògica seria pensar que aquestes publicacions haurien de tenir més càrrecs de responsabilitat ocupats per dones, i per tant, més intervenció en els continguts i les decisions, però no era necessàriament així. En la majoria de casos, els càrrecs de cap de secció o, fins i tot, direcció de la revista els ocupava una dona, però, en canvi, la direcció del grup editorial al qual pertanyia la publicació era liderada per homes.

Segons una investigació del Col·legi de Periodistes de Catalunya del setembre de l'any 2000, el 68,2% dels periodistes enquestats eren homes, enfront d'un 31,8% de dones, la meitat de les quals es trobaven en la franja d'edat entre els 26 i 35 anys. Pel que fa als càrrecs, el 14,7% d'homes enquestats exercien de director i un 15,4% de cap de secció; mentre que el 9,4% de dones eren

directores i un 8,9% exercien de cap de secció. Una altra dada important de l'estudi del Col·legi és que el 33% de les persones enquestades consideraven que ser dona era un inconvenient a l'hora d'exercir la professió. És a dir, 1 de cada 3 persones que vivien el periodisme des de dins creien que el fet de ser dona afegia una dificultat. Una xifra similar a la mateixa pregunta feta quatre anys abans, també un 33%, però 10 punts inferior a la investigació del 1992, en què el 43,4% dels enquestats ho considerava un inconvenient.

3.4. L'ACTUALITAT. PERSISTÈNCIA DE LA DESIGUALTAT.

En els últims anys, i seguint amb la tendència iniciada a meitat del segle XX, les dones han anat adquirint cada cop més llocs dins dels mitjans de comunicació però això no s'ha traduït en un augment igual pel que fa a la presència en càrrecs de responsabilitat.

Pel que fa a la presència d'homes i dones a les plantilles dels mitjans, l'any 2004, el *Llibre blanc de la professió periodística a Catalunya* publicava que dels 420 periodistes enquestats, un 62,9% eren homes i un 37,1% eren dones. Aquesta dada per si sola ja és prou alertant de la presència desigual entre gèneres a les redaccions. Però si, a més, es compara amb el percentatge de noies que estudien en les facultats de comunicació, un 70% dones i un 30% homes, és més dramàtica. Les xifres mostren com hi ha una majoria de dones que es formen en el periodisme però, en canvi, no l'exerceixen.

Segons dades proporcionades per Joana Gallego, tutora del present treball, entre els anys 2002 i 2003, els càrrecs dels mitjans a Catalunya eren ocupats per homes en un 77,3%, enfront d'un 22,7% de dones. El mitjà més proper a l'equilibri eren les agències de notícies, mentre que el menys igualitari era la premsa diària.

PRESÈNCIA D'HOMES I DONES ALS CÀRRECS DELS MITJANS (2002-2003)

Mitjà	Càrrecs directius	Homes	Homes %	Dones	Dones %
Prensa diària	296	253	85,5%	43	14,5%
Televisió	84	60	71,4%	24	28,6%
Ràdio	112	76	67,9%	36	32,1%
Agències	37	20	54,1%	17	45,9%
Total	529	409	77,3%	120	22,7%

Font: Joana Gallego

Segons el llibre *El cuarto poder, ¿un poder de mujeres?*, l'any 2003, només l'11% dels càrrecs directius dels periòdics de Catalunya eren ocupats per dones. L'autora, a més, emfatitzava en el fet que aquesta poca presència era inexistent en els nivells de poder més elevats. En el tercer nivell de l'staff directiu només hi havia una dona enfront de 25 homes (Menéndez 2003: 65).

Els anys 2007 i 2008, segons dades recollides per Joana Gallego, el percentatge de dones que ocupaven càrrecs directius havia augmentat (un 25,9% de dones respecte d'un 71,1%) d'homes, segons el mateix estudi fet cinc anys abans. En aquest cas, la premsa diària segueix sent el mitjà amb menys presència femenina i les agències de notícies el més equitatiu, que fins i tot té més dones que homes als càrrecs. També és destacable l'increment de dones en el cas de la televisió, amb una xifra que s'acosta a la paritat (43,1%). I crida l'atenció que en el cas de les agències de notícies, les dones superin als homes en els càrrecs de direcció, amb un 54,4%, la qual cosa contrasta amb el 17,2% de càrrecs femenins a la premsa diària.

PRESÈNCIA D'HOMES I DONES ALS CÀRRECS DELS MITJANS (2007-2008).

Mitjà	Càrrecs directius	Homes	Homes %	Dones	Dones %
Prensa diària	273	226	82,8%	47	17,2%
Televisió	58	33	56,9%	25	43,1%
Ràdio	156	108	69,2%	48	30,8%
Agències	22	10	45,5%	12	54,5%
Total	509	377	71,1%	132	25,9%

Font: Joana Gallego

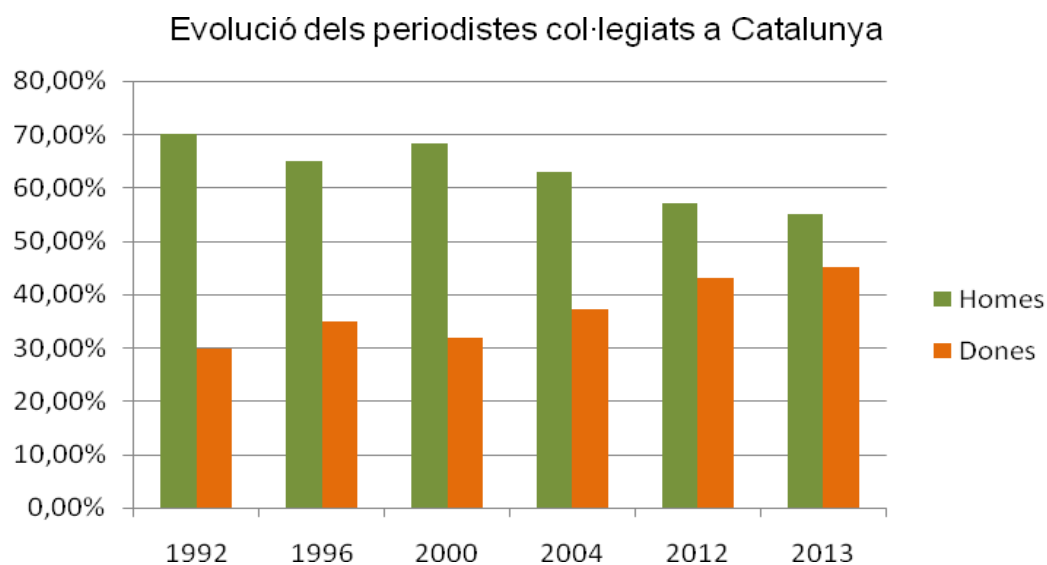
Segons un estudi d'International Women's Media Foundation, l'any 2011, les dones ocupaven, de mitjana, el 27% dels llocs de responsabilitat en els mitjans de comunicació. L'estudi va entrevistar més de cinc-centes empreses periodístiques de fins a 59 països de tot el món. Els països de l'Europa Occidental compten amb una participació de les dones del 43% a la plantilla de l'empresa. A Espanya la xifra baixa fins al 40,7% pel que fa a la quota de dones que treballen a les empreses informatives. I aquest descens és encara més gran quan es tracta de dones que ocupen càrrecs, concretament les dones representen un 18,5% dels nivells de màxima responsabilitat (*Capçalera* octubre 2011).

Amb l'actual crisi econòmica, el 2012 el Col·legi de Periodistes va publicar un informe sobre *Nínxols d'ocupació per a periodistes. Crisi, oportunitats en el sector i necessitats de formació*, dirigit per Josep Lluís Micó. En aquest document, s'ofereix un diagnòstic sobre l'estat de la professió, i fa èmfasi en les poques expectatives professionals, només 1 de cada 4 graduats treballarà en un mitjà convencional (Col·legi de Periodistes 2012: 13). Pel que fa a les dones, s'alerta que són el col·lectiu més castigat per la crisi. Justament, el perfil de periodista aturat és una dona d'entre 28 i 37 anys amb experiència. Segons l'Informe: "Un 58,28% dels registrats al SOC que busquen feina són periodistes de sexe femení. I més del 60% dels estudiants de Periodisme són dones. Per contra, el 59% dels treballadors són homes. En els càrrecs de direcció, la desproporció és encara major: només hi ha un 20% de representació femenina. Tampoc en els continguts les dones tenen pes. Únicament el 28% de les persones que apareixen en les informacions –fonts, experts o personatges destacats de l'actualitat– són dones." (Col·legi de Periodistes 2012: 22).

Precisament, aquest context de crisi és un factor més que contribueix al deteriorament del sector i, en conseqüència, suposa un retrocés en la incorporació de les dones als llocs de responsabilitat. Així ho explica Neus Bonet, degana del Col·legi de Periodistes de Catalunya i editora i presentadora de l'Informatiu del Migdia de Catalunya Ràdio, en una entrevista feta per a aquest treball: "Amb la crisi hem fet una regressió brutal en aquest aspecte, juntament amb les polítiques de dretes. En temps de crisi es torna a veure els

homes com a cap de família. Per tant, a l'hora de triar algú per dirigir es diu "és que ell té família, i ella no". I això no hauria d'importar."

L'any 2012, el 43% dels col·legiats al Col·legi de Periodistes de Catalunya eren dones, enfront a un 57% d'homes, d'un total de 3720 inscrits (Col·legi de Periodistes de Catalunya 2012). L'any passat, dels 3831 col·legiats un 45% eren dones, fet que suposa un augment de dos punts respecte de l'any anterior (Col·legi de Periodistes de Catalunya 2013) i de 14 punts respecte l'any 1992.



Font: elaboració pròpia a partir de dades del Col·legi de Periodistes.

En relació a l'estat de la professió a l'actualitat, el llibre *De reinas a ciudadanas: medios de comunicación, ¿motor o rémora para la igualdad?* (2013), de Joana Gallego, ofereix dades sobre la presència d'homes i dones als diferents nivells dins la jerarquia empresarial dels mitjans². En primer lloc, sobre les empreses informatives europees, veiem que els homes són majoria en els mitjans, tot i que amb una proporció bastant propera a l'equilibri (56,7% homes i 43,3% dones). Ara bé, la seva presència als càrrecs més alts, com són govern i

² Les dades que ofereix el llibre de Gallego provenen d'un estudi realitzat per la International Women Media Foundation (IWMF), dirigit per la Dra. Carolyn Byerly, i publicat el 2011, que escaneja 59 països en relació a l'estat de les dones a les empreses informatives. Per a l'estudi, es van analitzar fins a 522 companyies; i pel que fa a Espanya, se'n van entrevistar 11 (4 periòdics diaris, 4 cadenes de televisió i 3 emissores de ràdio).

management d'alt nivell, es redueix de forma dràstica, ja que en cap dels dos nivells no s'arriba al 30%.

JERARQUIA OCUPACIONAL. NIVELLS SEGONS SEXE A LES EMPRESES INFORMATIVES A EUROPA OCCIDENTAL.

Nivell ocupacional	Homes	Homes %	Dones	Dones %
Govern	153	70,2%	65	29,8%
Management alt nivell	131	74,0%	46	26,0%
Management Sènior	502	77,3%	147	22,7%
Management mig	886	67,8%	420	32,2%
Professionals Sènior	4934	58,2%	3549	41,8%
Professionals Júnior	3419	51,5%	3320	48,5%
Producció i disseny	1038	61,0%	658	39,0%
Professionals tècnics	3254	70,3%	2657	29,7%
Vendes, finances, administració	2034	43,4%	2657	56,6%
Altres	1999	51,5%	1886	48,5%
Totals	18.340	56,7%	14.020	43,3%

Font: *De reinas a ciudadanas* (Gallego 2013: 30)

Pel que fa a les empreses informatives espanyoles, en primer lloc cal destacar que, respecte de les dades europees, la presència de dones als mitjans, independentment del seu càrrec, ja disminueix, tot i que no de manera accentuada (representen un 40,7% de l'ocupació dels mitjans). Ara bé, la xifra més alarmant és el 17,6% de presència femenina als governs de les empreses. En cap dels càrrecs de més alt nivell (govern, management alt nivell i management Sènior) les dones no representen ni una quarta part dels llocs de responsabilitat, amb una participació d'un 17,6%, un 20% i un 19,7%, respectivament.

JERARQUIA OCUPACIONAL. NIVELLS SEGONS SEXE A LES EMPRESES INFORMATIVES ESPANYOLES.

Nivell ocupacional	Homes	Homes %	Dones	Dones %
Govern	14	82,4%	3	17,6%
Management alt nivell	28	80,0%	7	20,0%
Management Sènior	57	80,3%	14	19,7%
Management Júnior	317	73,0%	117	27,0%
Professionals Sènior	1764	56,0%	1384	44,0%
Professionals Júnior	640	65,4%	339	34,6%
Producció i disseny	431	59,6%	292	40,4%
Professionals tècnics	1903	73,2%	698	26,8%
Vendes, finances, administració	911	47,7%	1000	52,3%
Altres	990	49,7%	1001	50,3%
Totals	7.055	59,3%	4.855	40,7%

Font: *De reinas a ciudadanas* (Gallego 2013: 31)

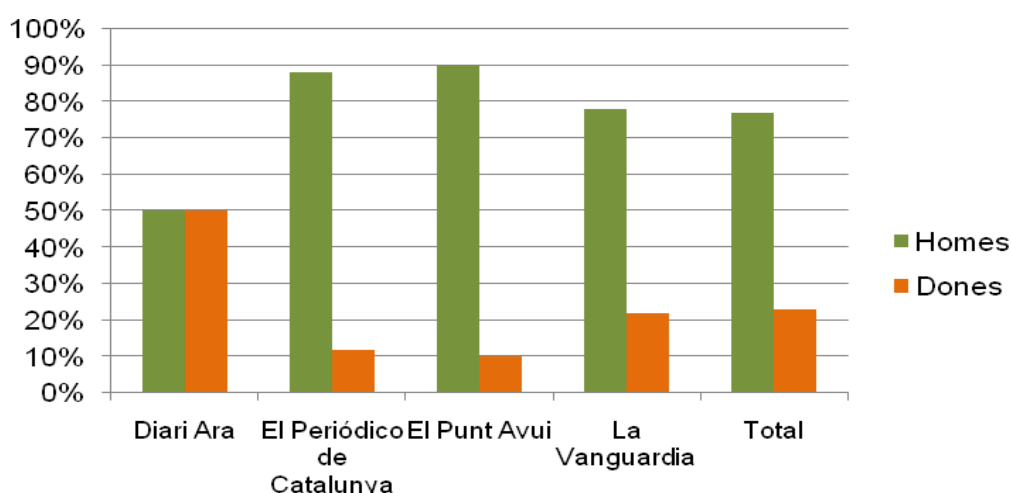
Vist en perspectiva, les xifres mostren un augment considerable de la presència de dones en els mitjans de comunicació, a les redaccions. Pel que fa als llocs de responsabilitat, certament, avui dia hi ha més dones fent de caps de secció, d'editores, subdirectores, que anys enrere. No obstant això, els mitjans de comunicació segueixen estancats en una estructura interna rígida, que segueix priorititzant els homes pel que fa als càrrecs, és a dir, a la presa de decisions i a l'establiment d'una línia de treball en l'empresa comunicativa.

4. PRESENCIA D'HOMES I DONES PER MITJANS A L'ACTUALITAT (2014)

L'apartat a continuació és una anàlisi sobre la presència femenina als càrrecs dels mitjans de comunicació a Catalunya feta expressament per a aquest treball de recerca. Primerament, s'analitzen els mitjans per separat i al final es fa una comparació per poder oferir una visió més panoràmica de la situació. La metodologia de l'anàlisi ha consistit en la consulta de fonts documentals (per exemple les manxetes que apareixen en els mateixos diaris i revistes, o l'*Agenda de la Comunicació 2013*), bibliogràfiques i personals per tal de recollir les dades de cada un dels mitjans. A més, s'ha fet una entrevista a la degana del Col·legi de Periodistes, Neus Bonet, per aprofundir més en la qüestió.

4.1. PREMSA DIÀRIA

La premsa escrita és un dels mitjans que més canvis ha patit, en tant que té una història molt més llarga que altres mitjans més recents, com la televisió. En aquest estudi, no s'ha tingut en compte l'edició digital dels diaris en qüestió, sinó que les dades fan referència a la direcció de la publicació en paper dels diaris. En part perquè els continguts digitals estan a càrrec dels mateixos redactors que treballen per a la versió en paper.



Font: elaboració pròpia a partir de les manxetes dels diaris.

Com reflecteixen les dades recollides, el 77% dels càrrecs dels diaris estan ocupats per homes. Això vol dir, que només 1 de cada 4 llocs de responsabilitat està exercit per una dona. Per tant, els diaris catalans són el resultat de les decisions que prenen les direccions, formades majoritàriament per homes. Això es pot reflectir tant en la gestió, en el vessant purament empresarial, com en els continguts i tractament de la informació.

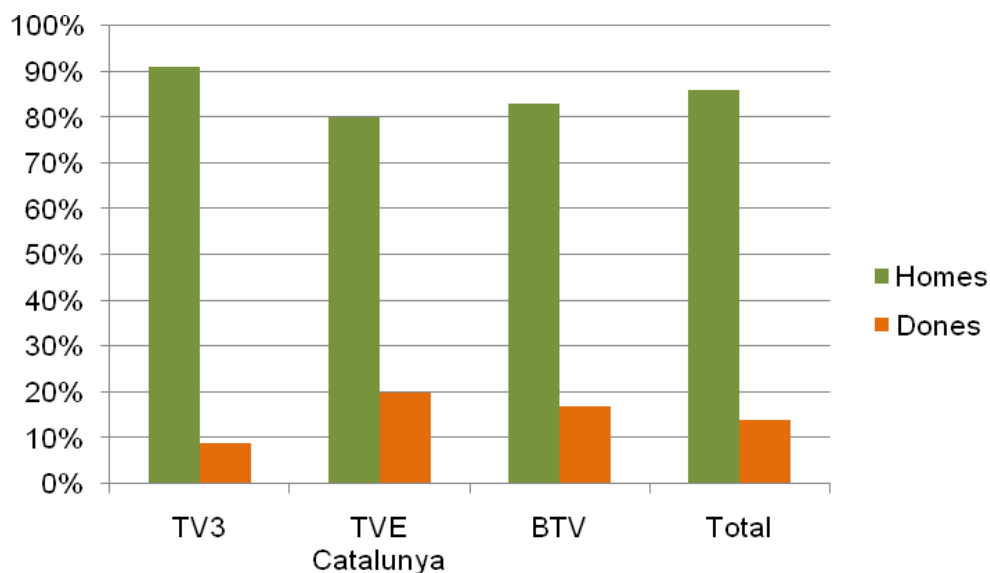
Dels quatre diaris de gran tirada de Catalunya reflectits a la taula, l'*Ara* és, amb diferència, el mitjà més equitatiu, ja que cada gènere ocupa la meitat dels càrrecs, concretament 4 i 4. A l'altra banda de la balança trobem *El Punt Avui*, amb només 1 càrrec dels 10 exercit per una dona; seguit de ben prop per *El Periódico*, que també té tan sols una dona en 1 dels 8 llocs de responsabilitat del diari. En cap cas, però, no hi ha cap publicació de premsa diària que tingui més dones en els càrrecs de direcció que no pas homes.

A més, cal tenir en compte que, tot i que algun diari té més d'una dona en els càrrecs, no n'hi ha cap exercint la direcció del mitjà. És a dir, les dones van entrant en comptagotes als despatxos però encara no s'ha aconseguit que ocupin el lloc de màxima responsabilitat per damunt d'altres homes.

4.2. TELEVISIÓ

L'arribada de la televisió a Espanya va ser el 1959. Al llarg dels anys següents es va anar estenent i va permetre la incorporació laboral de moltes dones que ja s'havien format com a periodistes. Per aquest motiu, les plantilles de les televisions a Catalunya compten amb una presència femenina molt destacable.

Ara bé, això no es tradueix en una presència igual de destacable als despatxos de direcció. Com mostren les dades recollides al gràfic, només una dona ocupa un lloc de responsabilitat de les tres televisions analitzades. Per tant, les dones no arriben ni al 15% de presència en els càrrecs directius (14%), mentre que els homes estan sobrerrepresentats amb un 86%.



Font: elaboració pròpia a partir de l'*Agenda de la Comunicació 2013* i el Departament de Comunicació de BTV.

És curiós, per no dir dramàtic, el fet que com a mitjà que més ràpidament va incorporar les dones a les seves plantilles, no hagi potenciat la seva presència en els llocs de responsabilitat, sinó que justament és dels mitjans menys equitatius en aquest sentit. Així ho explicava la periodista Almudena Ariza a Inés García-Albi:

“Cuando yo empecé en televisión –recuerda Almudena Ariza–, el 90% de los editores eran hombres; las presentadoras no editaban. Además, tenía que luchar para escribir las entradillas. Una vez me peleé con mi director de

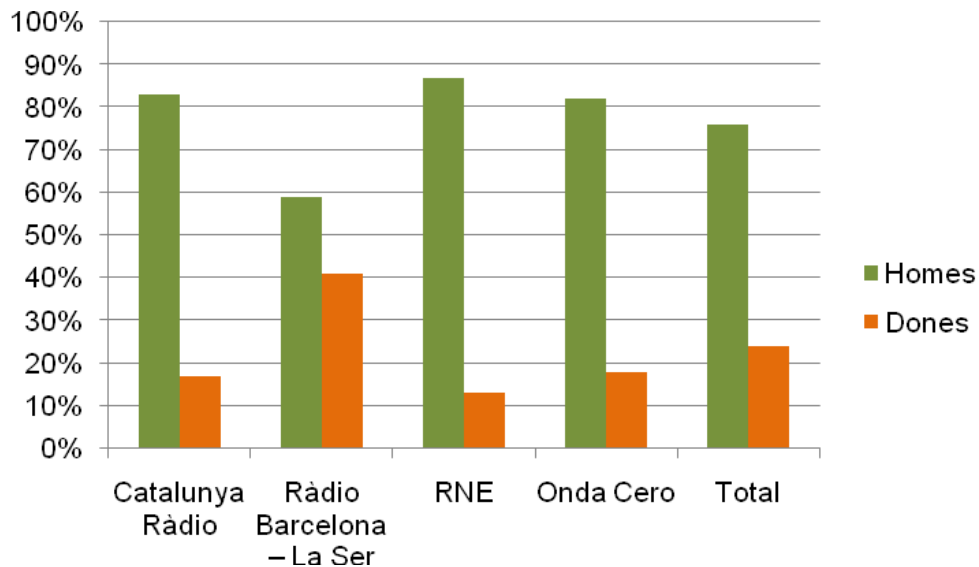
informativos porque había que hacer una entrevista a Almunia. Yo presentaba con Matías Prats, y a mí me tocaba, por turno, hacer tres preguntas a Almunia. Entonces el editor me dijo que no, que lo hiciera Matías. Y todo porque se suponía que como el político era importante las preguntas las tenía que hacer el hombre. De esas cosas todavía hay mucho, cada vez menos, pero existen.” (García-Albi 2007: 149)

Un exemple del rol que s’ha atribuït a la dona en el món televisiu, lluny de la responsabilitat editorial i de la direcció. Hi és present però no en igualtat als homes, als quals sí se’ls atorga el pes de conduir el mitjà de comunicació.

Cal destacar, però, la figura de Mònica Terribas com a directora de *Televisió de Catalunya* entre els anys 2008 i 2012, que ha estat una de les poques dones al capdavant d’un mitjà de comunicació a casa nostra.

4.3. RÀDIO

La presència de dones a la ràdio ha permès incorporar veus càlides i suaus que s'han sumat a les veus masculines. Ara bé, aquesta incorporació no ha anat acompanyada d'un augment en la seva presència als llocs de responsabilitat. És a dir, els mitjans radiofònics han donat veu a les dones però no responsabilitat per decidir sobre els continguts.



Font: elaboració pròpia a partir de l'*Agenda de la Comunicació 2013* i una font documental proporcionada per la tutora.

Segons les dades recollides en el present treball, les dones que exerceixen els llocs de responsabilitat no arriben al 25%. O el que és el mateix, gairebé 1 de cada 4 càrrecs és ocupat per una dona, una xifra desoladora si es té en compte la important presència femenina al sector.

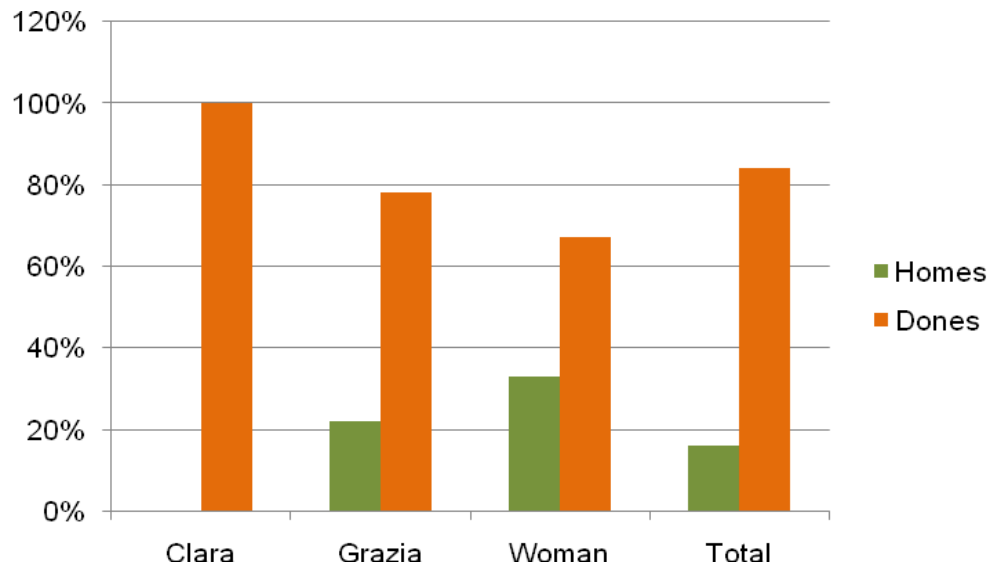
De les quatre emissores de ràdio que emeten a Catalunya analitzades, només *Ràdio Barcelona (La Ser)* està bastant prop d'assolir l'equitat, amb un 41% de dones en càrrecs directius. La resta, no arriben ni al 20%. Aquest és un fet que contrasta amb la presència de dones en les plantilles, a les redaccions en general. Neus Bonet, degana del Col·legi de Periodistes de Catalunya i editora i presentadora de l'informatiu del Migdia de *Catalunya Ràdio*, considera rellevant el contrast entre la presència de les dones als mitjans i les facultats de comunicació en relació amb la manca d'oportunitats en l'exercici de càrrecs de responsabilitat:

«Les redaccions en general són molt femenines. Des de fa uns quants anys que són una mica el reflex de les facultats de comunicació. Hi ha moltes dones a les facultats, i per tant, hi ha moltes dones a la redacció. Però això canvia completament quan parlem de dones als despatxos. (...) Sí que hi ha dones en càrrecs intermedis, com ara caps de secció, però al capdavant en les direccions dels mitjans no.» (Entrevista sencera a l'apartat 6)

La ràdio és un mitjà amb història al nostre país i ha comptat amb una gran penetració social pel que fa al teixit de les emissores locals. Fóra bo que les principals cadenes a nivell català reflexionessin sobre aquesta desigualtat i procurassin incorporar més dones als llocs de responsabilitat, ja que això permetria la inclusió del pensament femení pel que fa a la presa de decisions i, a més, podrien ser un model per a les emissores locals, a més d'una qüestió de justícia i equitat social.

4.4. REVISTES

Les revistes femenines són un cas que es diferencia de la resta de mitjans. Probablement, pel fet que s'adrecen de forma intencionada a les dones es considera que és millor que estiguin encapçalades per les mateixes dones. Es tracta del mitjà de comunicació amb més presència femenina, tant al staff com als llocs de responsabilitat.



Font: elaboració pròpia a partir de les manxetes de les revistes.

Aquest tipus de publicacions són hereves de les revistes femenines que s'editaven pels volts dels anys 50, que van ser el lloc on les dones van trobar més facilitat per exercir el periodisme. Com explica García-Albi a *Nosotras que contamos. Mujeres periodistas en España*, les revistes van servir per incorporar moltes dones en el periodisme, en uns anys en què no tenien gaire presència en la premsa diària:

“En resumen, los magazines dedicados a la mujer hasta bien entrado el siglo XX trataron de cultura, moda, consejos útiles para llevar la casa, agenda, sociedad, consultorio sentimental... La base: belleza, moda, amor y consejos prácticos. En el fondo las revistas han cambiado en la medida en que la mujer ha cambiado, pero el sustrato es más o menos el mismo. Y en ellas siempre han encontrado acomodo las mujeres periodistas o escritoras.” (García-Albi 2007: 203).

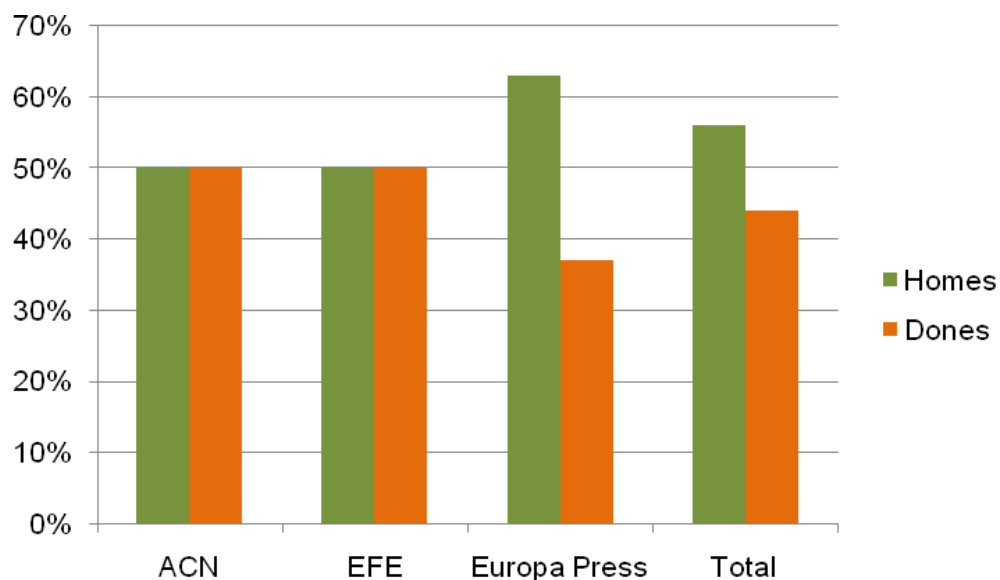
Amb els anys, les revistes femenines han anat incorporant temes als dos eixos troncats, moda i bellesa, per afegir-ne d'altres com la cultura o l'entreteniment. Això sí, igual que abans, se segueix confiant en les dones perquè elaborin els continguts adreçats a altres dones.

Com mostra el gràfic, quatre de cada cinc lloc de responsabilitat de les revistes amb seu a Catalunya són ocupats per dones. Un cas destacat és el de *Clara*, amb un 100% dels càrrecs exercits per dones. Incloure dones en els llocs de direcció i caps de departament vol dir, més enllà de la xifra concreta, que els continguts i el seu tractament són decidits segons els criteris femenins, a diferència dels altres mitjans, on l'aclaparadora presència d'homes defineix el criteri editorial. És curiosa, com a mínim aquesta oposició homes-dones, enfrontats en dos móns comunicatius, en ple segle XXI.

Ara bé, tot i que les hi hagi més presència femenina a les revistes i als seus llocs de responsabilitat, no cal oblidar que no és així en els consells d'administració dels grups editorials de les publicacions, com són RBA, Planeta o el Grupo Zeta, respectivament.

4.5. AGÈNCIES

Les agències de notícies són un exemple de mitjà força equilibrat. Com mostren les dades, un 44% dels llocs de responsabilitat a les agències està exercit per dones, enfront al 56% dels homes.



Font: elaboració pròpia a partir de l'*Agenda de la Comunicació 2013*.

Si prenem l'agència *EFE* com a exemple, a un índex onomàstic de l'empresa editat l'any 1997, hi figuraven 1.292 noms, dels quals només 41 eren de dones periodistes. Des de llavors, la presència de dones a la plantilla de l'agència ha augmentat. I, sobretot, destaca el fet que el 2013 s'ha arribat a l'equitat en els 16 llocs de responsabilitat de l'empresa.

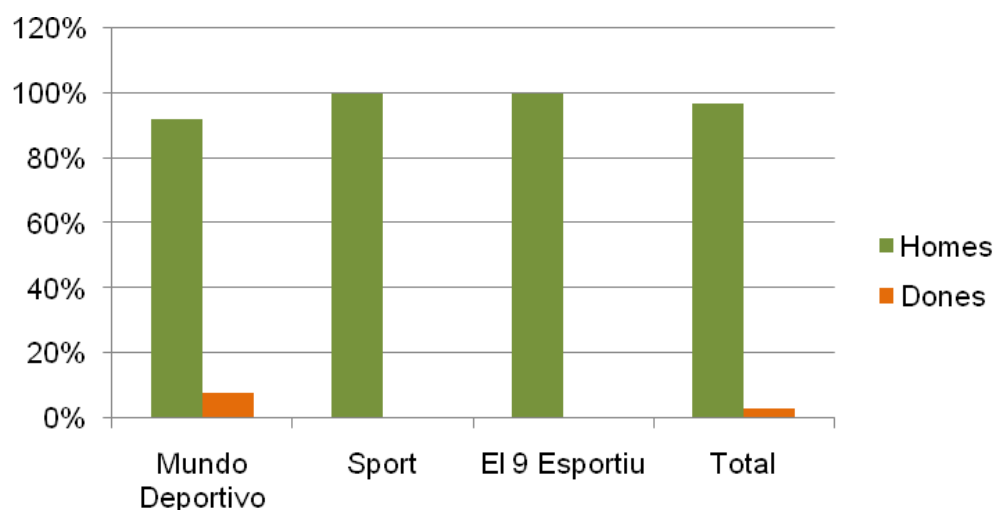
Cal tenir en compte que de les tres agències analitzades, només una treballa exclusivament en l'àmbit de Catalunya. L'*Agència Catalana de Notícies* (ACN) té una història curta, en comparació amb altres agències, i no té un desplegament igual de corresponsals i delegacions ni evidentment el seu potencial econòmic. Potser és per aquesta mateixa raó, perquè és una agència nova, nascuda ja en democràcia i quan les dones són ja, com hem vist, majoria a les facultats de periodisme, que l'agència compta amb el mateix nombre de dones exercint llocs de responsabilitat que el d'homes, una dada esperançadora per a les agències de notícies i per a tots els mitjans de Catalunya.

4.6. PREMSA ESPORTIVA

El món de l'esport ha estat històricament protagonitzat per homes, en la gran majoria de disciplines. Inevitablement, aquest esquema de preeminència masculina s'ha repetit a la premsa especialitzada en esports.

Es tracta d'un tipus de premsa caracteritzada per l'absència de dones, tant en els continguts com en la seva redacció. Segons *Gènere i Informació* (1998), les publicacions sobre esports es dirigeixen a homes i, per això, l'espai dedicat a l'esport femení és ínfim. En aquell any la presència de dones a les pàgines d'esport era del 3,13% (Associació de Dones Periodistes de Catalunya 1998: 89), però 16 anys més tard no sembla que la situació hagi millorat gaire, malgrat l'important nombre de dones que practiquen esport i la gran qualitat de les esportistes actuals.

A més, hi ha una insidiosa tendència al sensacionalisme, especialment quan hi ha una dona esportista protagonitzant la informació. Els criteris de selecció de les notícies i el seguiment discontinu dels esdeveniments esportius femenins denoten la masculinització històrica del sector.



Font: elaboració pròpia a partir de les manxetes dels diaris.

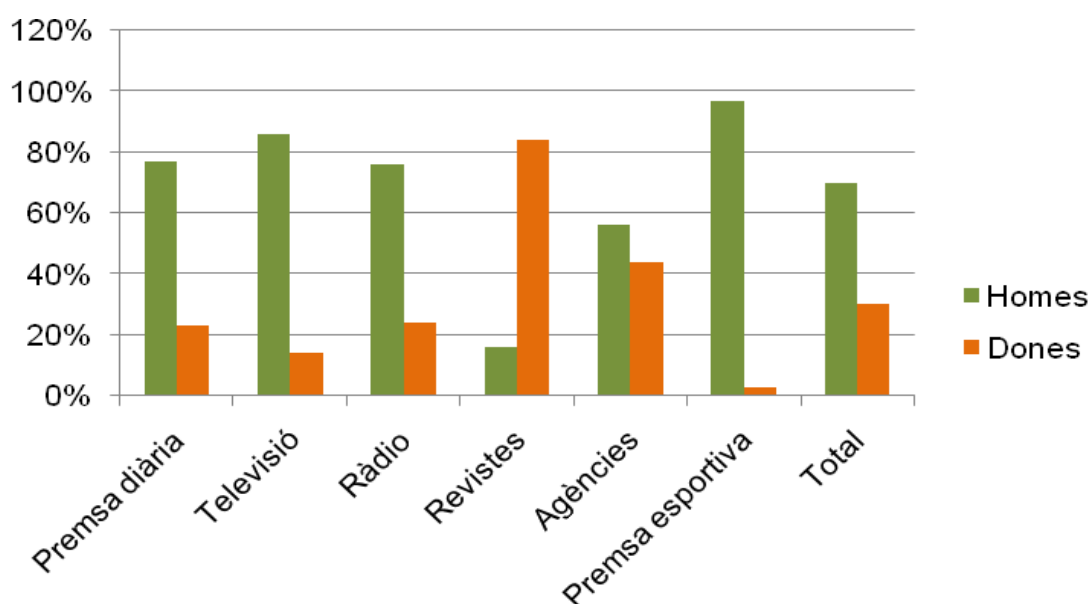
Si ja ha estat prou difícil que les dones poguessin dedicar-se la periodisme esportiu, més ho és encara que exerceixin feines de més responsabilitat. Segons les dades, la mitjana és que del total de 36 càrrecs en els tres diaris esportius principals de Catalunya, només 1 és exercit per una dona (3%), que

és el cas d'*El Mundo Deportivo*. Una situació prou dramàtica, si es té en compte que dos dels tres diaris no compten amb cap dona en els llocs de responsabilitat, per tant, el 100% dels càrrecs directius estan ocupats per homes.

Tot això apunta a indicar que el funcionament i les rutines productives de la premsa esportiva es mantindrà si no es potencia la presència de dones en els òrgans de decisió. Sembla que el tema és prou important com perquè s'encetés una reflexió al voltant d'aquesta pràctica absència de dones en el periodisme esportiu.

5. COMPARACIÓ. INCORPORACIÓ LENTA I PRESENCIA INSUFICIENT.

Un cop fetes les anàlisis dels mitjans separatament, passem a fer una ullada al seu conjunt. En els vint mitjans de comunicació que hem recollit en aquest treball i que tenen seu a Catalunya hi ha un total de 232 càrrecs de responsabilitat, dels quals només 69 els exerceixen dones. Això dóna una xifra de proporcionalitat d'un 30% de dones enfront del 70% d'homes, és a dir, una presència marcadament desigual. I això tenint en compte el sector de les revistes femenines, que com hem vist en l'apartat corresponent inverteixen la presència de dones en els càrrecs directius en relació als homes (en favor d'elles).



Font: elaboració pròpia a partir de les dades dels apartats anteriors.

Per ordre, de més a menys presència de dones, els mitjans són: a) les revistes femenines, b) les agències de notícies, c) la ràdio, d) la premsa diària, e) la televisió i f) la premsa esportiva. Cal tenir molt en compte que les revistes analitzades són les que es consideren “premsa femenina” que se centra específicament en aquest segment de població, i que, suposadament per aquest motiu, compten amb una gran presència de dones tant a les redaccions com als despatxos. Si analitzéssim la presència de dones als càrrecs de responsabilitat dels mitjans sense tenir en compte aquestes revistes femenines,

la proporció seria d'un 23% de dones i un 77% d'homes, una xifra encara més dramàtica que l'anterior.

En aquesta línia, cal remarcar que només les revistes femenines són el sector que té dones en la direcció, encara que no en el grup editorial al qual pertanyen. Les dades recollides al gràfic mostren que el gruix del poder dels mitjans de comunicació a Catalunya està actualment en mans dels homes. El cas més desequilibrat és el de la premsa esportiva, un àmbit que, com s'explica a l'apartat referent a aquest tipus de publicacions, està fortament dominat pels homes. Només un 3% dels llocs de responsabilitat d'aquests mitjans està ocupat per dones, és a dir, que hi ha una sola dona en el total de 36 càrrecs.

Podem observar que hi ha una certa continuïtat pel que fa a l'estructura més tradicional dels mitjans de comunicació. Per una banda, la premsa esportiva, malgrat la seva història, no ha evolucionat gaire en termes d'incorporació de dones, especialment de dones que puguin prendre decisions editorials dins del mitjà. I, per l'altra, les revistes femenines, igual que ho feien fa més de setanta anys, segueixen reservant els seus llocs de treball a les dones, amb el pensament que són qui millor podria adreçar-se al seu públic.

La premsa diària és un dels mitjans amb més història però, no obstant això, els anys no han aconseguit fer augmentar gaire la presència femenina als seus càrrecs. Ben al contrari, segueix sent un dels mitjans més poc igualitaris, amb una presència femenina que supera per poc el 20%.

La ràdio i la televisió presenten xifres d'equilibri, o desequilibri, pràcticament idèntiques. En primer lloc la ràdio, per incorporar la veu femenina, i més tard la televisió, per incorporar-hi la imatge, són dos mitjans que van obrir les portes a les periodistes com a transmissores dels missatges. Ara bé, malauradament, la seva entrada i expansió dins d'aquests mitjans ha quedat força lluny d'arribar a les instàncies més altes de responsabilitat.

Les agències de notícies, en canvi, sí que han millorat en aquest sentit i han aconseguit una proporció de 44% de dones i 56% d'homes. D'aquesta manera, s'han convertit en el mitjà de comunicació més igualitari que incorpora gairebé en igualtat el mateix nombre d'homes que de dones en els òrgans directius.

6. ENTREVISTA A NEUS BONET

Neus Bonet (Barcelona, 1959) és la degana del Col·legi de Periodistes de Catalunya des del 18 de març del 2014. Actualment, edita i presenta l'Informatiu del Migdia de *Catalunya Ràdio*. Ha estat professora de ràdio a la Universitat Pompeu Fabra i va participar molt activament en l'inici de



Font: Catalunya Ràdio

Catalunya Ràdio. Des de llavors, ha dirigit i presentat diversos programes, com *Catalunya Matí* o els informatius d'aquesta emissora. Al llarg de la seva trajectòria professional, ha obtingut diversos guardons, entre els quals hi destaquen dos premis a la igualtat d'oportunitats concedits per l'Institut Català de les Dones o el premi al millor professional de Ràdio Associació de Catalunya.

És igual la presència d'homes i dones a les redaccions dels mitjans de comunicació de Catalunya?

Les redaccions en general són molt femenines. Des de fa uns quants anys que són una mica el reflex de les facultats de comunicació. Hi ha moltes dones a les facultats, i per tant, hi ha moltes dones a la redacció.

Aquesta presència és igual si parlem dels despatxos, dels òrgans de decisió dels mitjans?

Canvia completament, no té res a veure. Pel que jo sé, ara hi comença a haver dones, com ara la Mònica Terribas dirigint el Matí de Catalunya Ràdio. Però directores dels diaris principals no en conec cap, ni editores. La tendència a la redacció i als òrgans de responsabilitat és completament diferent. Sí que hi ha dones en càrrecs intermedis, com ara caps de secció, però al capdavant en les direccions dels mitjans no.

Aquesta diferència s'ha atribuït a diverses causes. Hi ha qui parla de la falta d'oportunitats cap a les dones, del fet que han de demostrar més o

de la dificultat en la conciliació de la vida laboral i familiar. Quina creu que és la raó de la desigualtat als mitjans?

Jo diria que la causa combina les tres coses. Som d'una cultura encara en què ens costa molt veure una dona amb un càrrec de responsabilitat als mitjans de comunicació. I aquí hi té molt a veure el problema de conciliar la vida personal i familiar. Quan tu optes per ser mare, que és una opció que fa gairebé tothom, lògicament fas una marrada a la teva carrera professional. Aquesta marrada socialment a Catalunya, igual que a Espanya, no se't reconeix. No s'incentiva que les dones tinguin criatures i puguin conciliar-ho amb la feina. A més, tenim una tendència general a creure que com més hores passem a la feina més productius serem. Vivim a la feina i això no és normal. Així no es pot atendre una família.

En relació a això, és possible que les dones tinguin altres prioritats i no busquin el poder a la feina?

Jo crec que hi ha de tot. Hi ha dones a qui els interessa i agrada el poder i potser no han tingut l'oportunitat o s'han hagut de barallar per aconseguir-lo. Té més pes el fet que han de demostrar dues vegades que valen, més que no pas que no els interessi. Per altra banda, avui dia també hi ha molta gent que aposta per la seva família, per la seva vida personal, no tant per la feina, i intenta conciliar-ho però sense prioritzar el fer una carrera.

El llibre *El Sostre de Vidre* (Gallego, J. 1992) publicava un perfil de dones periodistes que “acostumen a ser solteres, es divorcien més que els homes, i tenen menys fill o cap”. Així d'entrada aquest perfil hauria de facilitar l'entrada de les dones a l'exercici dels llocs de responsabilitat als mitjans de comunicació. Per què no és així?

Jo fa molts anys que em barallo per saber per què no poden. Recordo que fa molt de temps, una presidenta d'una institució d'Europa explicava que mentre estava reunida amb altres representants de la diplomàcia europea patia perquè eren les cinc de la tarda i el seu fill arribaria a casa i es trobaria la nevera buida. I deia que això als representants homes no els passava. Sembla que portem imprès a l'ADN que ens hem de fer responsables de la família. El problema és

que el periodisme és un ofici sense horaris ni fronteres. Vas a on et toca anar i fas el que et toca fer. Quan treballes en un mitjà de comunicació, especialment ràdios i televisions, saps que funcionen 24 hores al dia i 365 dies a l'any. Per tant, la conciliació de la vida laboral i familiar és molt difícil. Però crec que hi ha dones a qui sí que els interessa tenir carrera, no tant el poder en si, sinó fer una carrera professional. Poder tenir família i poder tenir carrera professional, que és el que tenen tots els homes, sense haver-se de barallar.

Ha viscut alguna situació de desigualtat al llarg de la seva carrera professional en el periodisme?

Jo he exercit càrrecs de responsabilitat a diversos llocs i sí que a vegades he sentit que algú deia "Però és que igual es quedarà embarassada i llavors ens generarà un problema". I aleshores penses que si hi ha qui veu la maternitat com un problema, és que el problema és un altre. Aquesta persona, si decideix tenir un fill, quan no hi sigui ja es buscarà la substitució igual que pots tenir una malaltia i t'han de substituir. És exactament el mateix. Per altra banda, jo recordo haver estat treballant en llocs on si algun home de la redacció demanava el permís de paternitat o la reducció de jornada perquè havia estat pare se'l miraven malament. Era gent jove que estava absolutament tant compromesa com la seva parella en la cura dels fills. En ple segle XXI encara hi ha recel en els mitjans.

Com afecta la crisi actual a això?

Amb la crisi hem fet una regressió brutal en aquest aspecte, juntament amb les polítiques de dretes. En temps de crisi es torna a veure l'home com a cap de família. Per tant, a l'hora de triar algú per dirigir es diu "és que ell té família, i ella no". I això no hauria d'importar. A igualtat d'oportunitats qui val més? Potser la dona, però com que ell té família, pesa més. I, de fet, muntar una família és una opció. El que hauria de comptar és qui és la persona més vàlida pel lloc.

On creu que s'ha de buscar la clau d'entrada de dones en els llocs de responsabilitat?

És difícil de saber. Calen polítiques però aquí també hi ha un rerefons històric. La majoria de persones que fins ara han tingut una trajectòria periodística han estat homes. Mica en mica esperem que vagi canviant. A més, entre els homes sembla que a vegades la qüestió d'un canvi en els mitjans per donar pas a un sexe diferent hagi de desestabilitzar les coses. Jo fa 35 anys que em barallo per canviar-ho, per reivindicar tenir el mateix sou que el del costat, amb la mateixa capacitat professional. Sóc la segona degana dona del Col·legi, dels 9 que hi ha hagut. No em crec que no hi hagi hagut més dones que puguin haver presidit l'agrupació de periodistes de Catalunya. La clau per fer canvis és la gent jove.

Veu un futur esperançador?

El problema actual de cara el futur és que la crisi pot fer empitjorar les coses, i contra això s'ha d'obligar a canviar. Les coses han de canviar i hi ha d'haver gent les vulgui canviar. Durant molt de temps el moviment feminista ha provocat molta urticària entre determinats sectors de dones, que consideraven que eren excessivament radicals. S'han guanyat moltes coses que no s'haguessin aconseguit però també hi va haver una certa oposició de dones que creuen que el seu lloc és cuidar la família, una opció que trobo igual d'ideal. L'essencial és que les dones puguin escollir, que tinguin el dret de dir "jo vull tenir la meva feina i la meva família" i de dir "no, jo vull apostar per la meva carrera professional amb les hipoteques que això pugui suposar per la meva vida privada". S'ha de tenir el dret d'escollir que ara no tenim. I això s'ha de lluitar de forma constant i contínua des de totes les bandes, perquè no és una qüestió ni exclusivament masculina ni femenina.

7. CONCLUSIONS. SOSTRE DE VIDRE O DE FORMIGÓ?

Un cop analitzades les dades que s'han recollit, el treball permet extreure diverses conclusions. En primer lloc, l'estudi posa de manifest la desigualtat en la presència de les dones en els càrrecs directius dels mitjans de comunicació de Catalunya. Tot i que la presència a la professió assoleix una xifra relativament alta (45%) no segueix la mateixa tònica si ens referim als càrrecs directius. En el panorama mediàtic en què ens trobem les dones ocupen el 30% dels càrrecs de responsabilitat, però en cap cas, a excepció de les revistes femenines, ocupen el lloc de directora. Si traiguessin aquest sector feminitzat, les dones en càrrecs de responsabilitat representarien només un 23%.

La informació recollida en aquest treball mostra la tendència dels mitjans a Catalunya a continuar mantenint els que s'anomena com a “el sostre de vidre” concentrant la majoria de càrrecs directius en mans masculines. Per tant, podem pensar que el seguiment de l'actualitat informativa, els canvis en la programació, el tractament dels continguts i, en definitiva, tot allò que es decideix en els consells editorials són fruit de les decisions dels homes al capdavant dels mitjans. Ens podem preguntar –tot i que no és una qüestió directa de causa-efecte– si el contingut dels mitjans seria diferent si comptessin amb una major presència de dones als òrgans de direcció. Seria diferent el producte informatiu i el seu procés d'elaboració? És una pregunta que no podem contestar taxativament. Si més no, almenys sí que seria més plural, ja que comptarien amb més punts de vista.

La desigualtat entre homes i dones professionals de la informació, per tant, existeix segons ens mostren les dades, sobretot als càrrecs directius. Tot i que aquest treball no tenia per objectiu endinsar-se en les causes d'aquesta desigualtat –que pensàvem que ja estava superada– sí que seria convenient assenyalar algunes de les causes que podrien servir per a explicar aquesta situació.

Per una banda, hi ha una causa històrica, que podria raure en el fet que les dones han tingut més entrebancs per a entrar al món professional, en general, i

al món del periodisme, en particular, ja que s'han incorporat més tard que ells. Aquest problema s'ha perpetuat durant anys a l'hora d'ocupar, sobretot, els llocs de responsabilitat. Les dones han de demostrar que valen més que els homes, han de esforçar-se més per ser valorades, han de fer més mèrits per poder ascendir posicions en els mitjans, ja que, per defecte, es considera que els homes estan més ben situats per exercir càrrecs de responsabilitat. Aquest fet suposa un llast per a les dones periodistes, que veuen les seves aspiracions professionals truncades per la falta d'oportunitats.

Una altra causa que podria explicar aquesta desigualtat té a veure amb la dificultat de conciliar la vida laboral i la vida familiar. Tradicionalment es considerava que la dona s'havia de quedar a casa i la seva feina era vetllar pel benestar de la família i el bon funcionament de la llar. Afortunadament, la societat ha evolucionat i està socialment acceptat que les dones tinguin una professió i la desenvolupin en igualtat amb els homes. Ara bé, el que ha romàs ha estat la consideració que la dona segueix sent qui s'ha d'encarregar de la vida domèstica, una feina ja de per si feixuga a la qual ara s'hi suma l'exercici del treball remunerat. I a tot això cal afegir-hi la condició especial del periodisme, una feina "sense horaris ni fronteres", en paraules de Neus Bonet. Aquest fet dificulta encara més la conciliació de la feina i la família, en el cas que es decideixi tenir-ne.

La clau d'aquesta qüestió és el fet de poder escollir. Les dones no s'han de resignar a renunciar a les exigències d'aquest ofici pel fet d'haver de tenir una família. Ben al contrari, han de tenir les dues opcions, tant la d'optar per fer carrera en el periodisme com la de prioritzar el tenir fills. No s'hauria de pressuposar que les periodistes pel fet de ser dones triaran formar una família abans que promocionar-se en la seva professió. Ara bé, potser el que caldria qüestionar és precisament aquesta disponibilitat absoluta que exigeix la professió i que els homes sembla que estiguin en disposició d'acceptar. Cal qüestionar, també, aquesta idea segons la qual es continua considerant que els homes no tenen "responsabilitats domèstiques". Ells també haurien de conciliar la vida professional i laboral, de tal manera que home i dona poguessin

desenvolupar les seves professions sense haver de renunciar a cap aspecte de la vida personal.

I una tercera causa que podem esmentar per a explicar la disparitat en l'exercici del poder en els mitjans, força relacionada amb l'anterior, és la creença que a les dones no els interessa el poder i per això no solen acceptar els càrrecs, si se'ls ofereixen. Es podria pensar que les dones tenen una escala de valors diferents segons la qual valorarien altres aspectes de desenvolupament personal: no donarien tanta importància als càrrecs, als diners, al poder o a altres aspectes relacionats amb la professió i en canvi optarien per dur una vida més harmònica, més pausada o més tranquil·la, tot i que naturalment, això no serien sinó trets generals que caldria contrastar amb estudis o recerques més profundes.

A banda dels interessos personals, dins del món laboral s'haurien de tenir les mateixes oportunitats. En tot cas, ja serà el periodista, home o dona, qui decidirà si té aspiracions de promoció dins del mitjà o no. El fet de ser dona o home no ha de condicionar per defecte la projecció dins l'empresa.

El treball que he fet, doncs, permet reafirmar l'existència i permanència, lamentablement, del *sostre de vidre*, entès com una trava invisible que impedeix que les dones avancin en el món laboral. Amb tot això, no és agosarat pensar que es fa necessari un canvi de mentalitat de forma urgent; crec que cal feminitzar el periodisme, entenent-ho com la incorporació en igualtat de condicions de les dones, per fer els mitjans plurals. Feminitzar vol dir lluitar per una professió que pugui ser exercida en igualtat de condicions per homes i dones, on la vàlua professional sigui el barem a l'hora de promocionar en les empreses, sense prejudicis tradicionalistes ni paternalismes.

Aquest treball planteja la necessitat de reflexionar al voltant de les oportunitats professionals de les periodistes a Catalunya. Certament, s'ha demostrat que han entrat als mitjans de comunicació però és necessari incentivar la seva arribada als despatxos directius. En aquesta línia, els mitjans catalans estan encara molt lluny d'assolir el que marca la Llei orgànica 3/2007, segons la qual en un any totes les empreses de més de 250 treballadors han de "procurar

incloure” en el seu Consell d’Administració un nombre de dones que permeti assolir l’equilibri entre ambdós sexes. Amb les dades a la mà, podem pensar que caldran encara molts canvis si les empreses volen complir amb la normativa. Una altra cosa, és que optin per no fer-ho i es limitin a prendre-s’ho com una declaració d’intencions a llarg termini.

Cal reflexionar i donar resposta a les inquietuds de tantes noies estudiants de periodisme que hi ha actualment en les facultats, on des de fa ja més de 15 anys sobrepassen als nois en un percentatge considerable. Què passa amb totes les dones que acaben la carrera? On s’integren? Com és que malgrat l’àmplia majoria de dones que cursen periodisme o ciències de la comunicació els mitjans semblen ser impermeables a aquesta realitat? Totes aquestes preguntes mereixen una reflexió en profunditat per tal de saber com és que, malgrat tots els avenços, les dones segueixen tenint una representació tan baixa en els càrrecs de direcció dels mitjans de comunicació.

Podem concloure que el periodisme a casa nostra és una professió que s’exerceix amb força presència femenina però malauradament amb una gran desigualtat pel que fa a qui ocupa els càrrecs de responsabilitat. En ple segle XXI, les dones no seuen en les cadires dels despatxos, no prenen les decisions, no formen part del lideratge del canvi social a través dels mitjans de comunicació. I és necessari que ho puguin fer, per justícia social i per igualtat democràtica.

8. REFERÈNCIES

ALTÉS, E. (2007). *Les periodistes en el temps de la república*. Barcelona: Col·legi de Periodistes de Catalunya.

ASSOCIACIÓ DE DONES PERIODISTES DE CATALUNYA, (1998). *Gènere i Informació. Radiografia d'una absència. Informació esportiva: només per a ells*. Barcelona: Institut Català de la Dona.

BYERLY, C.M. (2013). *The Palgrave international handbook of women and journalism*. Basingstoke, Hamps.: Palgrave Macmillan.

CAMBRA DE COMERÇ DE BARCELONA. (2014). "Nota de premsa: La Cambra de Barcelona presenta una plataforma per ajudar les empreses a incorporar dones en els equips directius". Barcelona: Cambra de Comerç de Barcelona. [En línia]. Disponible a: http://premsa.cambrabcn.org/sites/default/files/20140304_NP_Observatori%20Dona_BBDDconselleres.pdf [Consultat 24 març 2014].

COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA. (1992). *Anàlisi del perfil del periodista de Catalunya*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.

COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA. (1996). *Investigació Col·legi de Periodistes de Catalunya*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.

COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA. (2000). *Investigació Col·legi de Periodistes de Catalunya*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.

COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA. (2006). *Llibre blanc de la professió periodística*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.

COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA. (2012). *Memòria d'actuació 2012*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.

COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA. (2012). *Nínxols d'ocupació per a periodistes. Crisi, oportunitats en el sector i necessitats de formació*. Barcelona: Col·legi de Periodistes amb Digilab. Media, Strategy and Regulation, Facultat de Comunicació Blanquerna, Universitat Ramon Llull. [En línia]

Disponible a:
<http://www.periodistes.org/docroot/periodistes/includes/files/cpcnews/210/attachments/pdfs-1/Informe-Ninxols-d-ocupacio-per-a-periodistes.pdf> [Consultat 5 maig 2014].

COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA. (2013). *Memòria d'actuació 2013*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. [En línia] Disponible a: <http://issuu.com/periodistescatalunya/docs/memoria_periodistes_2013_v10> [Consultat 1 abril 2014].

Espanya. LEY ORGÁNICA 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres. *Boletín Oficial del Estado*, 23 de març de 2007, núm. 71, pàg. 12611-12645. [En línia] Disponible a: <http://www.boe.es/boe/dias/2007/03/23/pdfs/A12611-12645.pdf> [Consultat 2 abril 2014].

FUNDACIÓ CENTRE INTERNACIONAL DE PREMSA DE BARCELONA. (2002). *Anuari de la Informació de Catalunya*. Barcelona: Fundació Centre Internacional de Premsa de Barcelona.

GALLEGO, J. (1992). *El sostre de vidre. Situació socio-professional de les dones periodistes*. Barcelona: Generalitat de Catalunya: Institut Català de la Dona.

GALLEGO, J. (2002). *La prensa por dentro. Producción informativa y transmisión de estereotipos de género*. Barcelona: Los libros de la frontera.

GALLEGO, J. (2011). El sostre de vidre de les periodistes. *Capçalera*, 153, pàg. 54-56.

GALLEGO, J. (2013). *De reinas a ciudadanas: medios de comunicación, ¿motor o rémora para la igualdad?* Barcelona: Aresta.

GARCÍA-ALBI, I. (2007). *Nosotras que contamos. Mujeres periodistas en España*. Barcelona: Plaza Janés.

GARCIA PAGÁN, E. (2014). «La crisi castiga en femení». *El Punt Avui*, 8 de març del 2014, pàg. 17.

HERVÁS MORENO, M. (2006). *El Techo de Cristal*. Huesca: Gobierno de Aragón.

LÓPEZ, M.A., ORTEGA, M., SOLÉ, M., PUIG, M., PEIRÓ, K., GALLEGU, J., (2002). «Panorama de la situació professional de les periodistes». *Dones*, 9, pàg. 14-15.

MATEU, P. (2014). «La igualtat, guardada al calaix». Suplement *L'Econòmic*, d'*El Punt Avui*, 8 de març del 2014, pàg. 29.

MENÉNDEZ, M.I. (2003). *El 4º poder ¿un poder de mujeres?* Uviéu: Milenta Mujeres, DL.

NÚÑEZ PÉREZ, M.G. (1989). *Trabajadoras en la Segunda República. Un estudio sobre la continuidad económica extradoméstica (1931-1936)*. Madrid: Ministerio de Trabajo.

OLMOS, V. (1997). *Historia de la agencia EFE: el mundo en español*. Madrid: Espasa.

PÀMIÉS, O. (1993). *El Grup Mundo: pecats i penitències d'una premsa en transició*. Barcelona: Col·legi de Periodistes: Diputació de Barcelona.

SECRETARÍA DE ESTADO DE COMUNICACIÓN. (2013). *Agenda de la comunicación*. Madrid: Ministerio de la Presidencia. [En línia] Disponible a: <<http://www.lamoncloa.gob.es/NR/rdonlyres/90C8936F-D6BD-4CC4-AE3C-3B583DACF115/0/Agenda2013.pdf>> [Consultat 24 març 2014].

9. ANNEXOS

A continuació es detallen, cronològicament, les dades obtingudes a través de diverses fonts amb les quals s'ha treballat per a l'anàlisi de la presència d'homes i dones en els mitjans a Catalunya.

NOMBRE I GÈNERE DELS PERIODISTES (1992)

Homes	427	70,1%
Dones	182	29,9%
Total	609	100%

Font: Col·legi de Periodistes de Catalunya.

NOMBRE I GÈNERE DELS PERIODISTES (1996)

Homes	390	65%
Dones	210	35%
Total	600	100%

Font: Col·legi de Periodistes de Catalunya.

NOMBRE I GÈNERE DELS PERIODISTES DIRECTIUS(1996)

Homes	67	83%
Dones	14	17%
Total	81	100%

Font: Col·legi de Periodistes de Catalunya.

NOMBRE I GÈNERE DELS PERIODISTES CAPS DE SECCIÓ(1996)

Homes	45	71%
Dones	18	29%
Total	63	100%

Font: Col·legi de Periodistes de Catalunya.

CONVENIÈNCIA DE SER DONA A L'HORA D'EXERCIR LA PROFESSION(1996)

	Inconvenient	Avantatge	Indiferent	NS/NR
Homes	33,5%	8,2%	51,2%	7,1%
Dones	51%	2,9%	42%	4,1%

Font: Col·legi de Periodistes de Catalunya.

NOMBRE I GÈNERE DELS PERIODISTES (2002)

Homes	390	68,2%
Dones	210	31,8%
Total	600	100%

Font: Col·legi de Periodistes de Catalunya.

NOMBRE I GÈNERE DELS PERIODISTES (2004)

Homes	264	62,9%
Dones	156	37,1%
Total	420	100%

Font: *Llibre blanc de la professió periodística*.

NOMBRE I GÈNERE DELS PERIODISTES (2012)

Homes	2117	57%
Dones	1603	43%
Total	3720	100,0%

Font: Col·legi de Periodistes de Catalunya.

NOMBRE I GÈNERE DELS PERIODISTES (2013)

Homes	2107	55%
Dones	1724	45%
Total	3831	100%

Font: Col·legi de Periodistes de Catalunya.

PRESÈNCIA D'HOMES I DONES EN ELS CÀRRECS DIRECTIUS PER MITJANS (2013)

PREMSA DIÀRIA

Mitjà	Càrrecs directius	Homes	Homes %	Dones	Dones %
Diari Ara	8	4	50%	4	50%
El Periódico de Catalunya	8	7	88%	1	12%
El Punt Avui	10	9	90%	1	10%
La Vanguardia	9	7	78%	2	22%
Total	35	27	77%	8	23%

Font: elaboració pròpia amb les manxetes dels diaris.

TELEVISIÓ

Mitjà	Càrrecs directius	Homes	Homes %	Dones	Dones %
TV3	11	10	91%	1	9%
TVE Catalunya	5	4	80%	1	20%
BTV	6	5	83%	1	17%
Total	22	19	86%	3	14%

Font: elaboració pròpia amb l'*Agenda de la Comunicació 2013* i Departament de Comunicació de BTV.

RÀDIO

Mitjà	Càrrecs directius	Homes	Homes %	Dones	Dones %
Catalunya Ràdio	12	10	83%	2	17%
Ràdio Barcelona – La Ser	22	13	59%	9	41%
RNE	15	13	87%	2	13%
Onda Cero	22	18	82%	4	18%
Total	71	54	76%	17	24%

Font: elaboració pròpia amb l'*Agenda de la Comunicació 2013* i una font documental proporcionada per la tutora.

REVISTES

Mitjà	Càrrecs directius	Homes	Homes %	Dones	Dones %
Clara	10	0	0%	10	100%
Grazia	9	2	22%	7	78%
Woman	6	2	33%	4	67%
Total	25	4	16%	21	84%

Font: elaboració pròpia amb les manxetes de les revistes.

AGÈNCIES

Mitjà	Càrrecs directius	Homes	Homes %	Dones	Dones %
ACN	8	4	50%	4	50%
EFE	16	8	50%	8	50%
Europa Press	19	12	63%	7	37%
Total	43	24	56%	19	44%

Font: elaboració pròpia amb l'Agenda de la Comunicació 2013.

PREMSA ESPORTIVA

Mitjà	Càrrecs directius	Homes	Homes %	Dones	Dones %
Mundo Deportivo	12	11	92%	1	8%
Sport	16	16	100%	0	0%
El 9 Esportiu	8	8	100%	0	0%
Total	36	35	97%	1	3%

Font: elaboració pròpia amb les manxetes dels diaris.

TOTAL MITJANS

Mitjà	Càrrecs directius	Homes	Homes %	Dones	Dones %
Prensa diària	35	27	77%	8	23%
Televisió	22	19	86%	3	14%
Ràdio	71	54	76%	17	24%
Revistes	25	4	16%	21	84%
Agències	43	24	56%	19	44%
Prensa esportiva	36	35	97%	1	3%
Total	232	163	70%	69	30%

Font: elaboració pròpia amb les dades dels apartats anteriors.