

**“La producció de la informació esportiva en femení:
limitacions i frens de les periodistes d'esports
a la ràdio i televisió públiques catalanes”**

Eva Gómez Colell

Tutora: **Dra. Pilar Medina-Bravo**

Curs: 2012-2014

Treballs de recerca dels programes

de postgrau del Departament de Comunicació

Departament de Comunicació



A la Dra. Pilar Medina-Bravo, tutora d'aquest treball, per la seva dedicació, per la seva empenta i per les teràpies antiestrés 2.0 d'urgència.

A l'Elvira Altés, per nodrir-me de la seva expertesa.

Als qui s'han armat de paciència i no m'han engegat a passeig quan he estat capficada, i als qui s'han interessat pel que estava fent.

I a la meva neboda, perquè ella no n'és conscient però l'alegria que desprèn és mitja vida.

La producció de la informació esportiva en femení:

limitacions i frens de les periodistes d'esports a la ràdio i televisió públiques catalanes

RESUM

La situació de les dones en l'àmbit comunicatiu ha estat prou retratada quantitativament, però no tant de manera qualitativa en el món acadèmic. Creiem que és important anar més enllà i fer visible aquesta comunitat professional des d'una perspectiva que englobi els seus perfils, les seves responsabilitats i les seves condicions de treball, així com els frens i les limitacions esdevingudes en el transcurs de la seva vida laboral en els mitjans de comunicació. La trajectòria vital de les periodistes no es pot deslligar en cap cas de la professional, per la manera com certs aspectes de la primera influeixen sobre la dedicació a la feina. Per això, el present treball, que es presenta com una proposta de recerca doctoral, pretén oferir de primera mà i a partir d'una metodologia qualitativa les experiències personals –en relació amb l'àmbit laboral– de les dones periodistes que es dediquen a la informació esportiva.

PARAULES CLAU

Periodisme, informació esportiva, gènere, discriminació, ràdio, televisió

ÍNDEX

1. INTRODUCCIÓ	Pàg. 5
1.1 Justificació	Pàg. 9
2. MARC TEÒRIC	Pàg. 19
2.1 La desigualtat per raons de gènere	Pàg. 19
3. ESTAT DE LA QÜESTIÓ	Pàg. 25
3.1 Radiografia de la dona periodista en l'àmbit espanyol i català	Pàg. 26
3.2 Dones periodistes d'esports: una triple discriminació	Pàg. 40
3.3 La figura femenina com a protagonista de la informació	Pàg. 48
3.4 La imatge de les dones esportistes als mitjans de comunicació	Pàg. 54
4. DISSENY METODOLÒGIC	Pàg. 61
4.1 Objectius	Pàg. 61
4.2 Mostra d'estudi	Pàg. 62
4.3 Mètode	Pàg. 68
5. PLANTEJAMENT TEMPORAL	Pàg. 73
6. BIBLIOGRAFIA	Pàg. 74

1. INTRODUCCIÓ

El 17 de setembre de 1990 va tenir lloc als Estats Units un fet que va trastocar la carrera professional de la periodista d'esports del *Boston Herald* Lisa Olson¹. Després d'un partit dels New England Patriots, equip participant a la NFL (*National Football League*), va ser assetjada verbalment per diversos jugadors al vestidor d'aquests, els quals també li van dedicar gestos obscens. Olson els va denunciar i tant els assetjadors, que eren tres, com l'equip van haver de pagar multes d'entre 50.000 i 5.000 dòlars pel que el jutge va considerar degradació i humiliació cap a la víctima. Si bé aquest cas va suposar un punt d'inflexió per a les dones en el periodisme d'esports nordamericà, vint anys més tard, l'any 2010, es torna a repetir un fet similar amb la reportera d'origen llatí Inés Sainz com a protagonista². Sainz va rebre comentaris sexualment suggerents de part de membres dels New York Jets, també de la NFL. Ella, tot i no portar-ho a la justícia com Lisa Olson, ho va denunciar a través de les xarxes socials, concretament a Twitter. L'assetjament cap a Sainz tenia com a focus principal la seva vestimenta, una camisa blanca de màniga curta, uns texans i unes botes. La presència i el tractament d'ambdós casos als mitjans van ser claus per visibilitzar tals circumstàncies.

El paper cabdal dels mitjans de comunicació en la construcció de la realitat els dota de poder estratègic

1 "Patriots and 3 Players Fined in Olson Incident"

<http://www.nytimes.com/1990/11/28/sports/patriots-and-3-players-fined-in-olson-incident.html>

2 "NFL looking into reporter Ines Sainz's claims of sexually suggestive comments made by New York Jets"

<http://www.nydailynews.com/sports/football/jets/nfl-reporter-ines-sainz-claims-sexually-suggestive-comments-made-new-york-jets-article-1.443069>

a l'hora de dilucidar gran part dels assumptes d'interès social. La presència o absència i, fins i tot, la manera en què som representats a l'esfera pública informativa influeix en les percepcions que els individus, en tant que éssers socials, construïm de la realitat Peter L. Berger i Thomas Luckmann signen a *La construcció social de la realitat* (1988) que els mitjans de comunicació exerceixen una influència directa en la concepció que l'audiència (lectors, oients, espectadors) té de la realitat social. Si bé la principal tasca periodística és la d'informar del que passa al món a través dels mitjans, aquest "output" en forma de contingut informatiu és rebut pels usuaris de manera que puguin transformar-lo subjectivament i siguin capaços de construir a les seves ments una determinada imatge de la realitat. Una de les característiques d'aquesta concepció simbòlica de la realitat són els rols, o tipificacions, procedents de les expectatives que hom té dels actors en determinades situacions socials. Estableixen un vincle entre el món objectiu de significats socials i la percepció subjectiva dels individus de la realitat. Així, la realitat social és allò que nosaltres mateixos determinem i creiem que és. Extrapolat a l'àmbit informatiu, la presentació selectiva de les notícies o l'èmfasi en certs temes més que d'altres influeix en la nostra percepció del món i en la nostra mirada dels fets i els seus protagonistes. Fins i tot, des de la vessant professional periodística, la realitat és construïda socialment, en tant que és inseparable de les pròpies percepcions dels mateixos periodistes.

La situació de les periodistes en l'àmbit comunicatiu ha estat prou retratada quantitativament, però no tant de manera qualitativa en el món de la investigació acadèmica. Creiem que és important anar més enllà i fer visible aquesta comunitat professional des d'una perspectiva que englobi els seus perfils, les

seves responsabilitats i les seves condicions de treball, així com els frens i les limitacions esdevingudes en el transcurs de la seva vida laboral en els mitjans de comunicació. La trajectòria vital de les periodistes no es pot deslligar en cap cas de la professional, per la manera com certs aspectes de la primera influeixen sobre la dedicació a la feina. Abandonament prematur de la professió (Soriano, Díez i Cantón, 2005) o dificultats per a conciliar la vida familiar amb el treball (Rovetto, 2013a i 2013b) són alguns dels frens que pateixen amb molta més freqüència les dones que els homes professionals de la comunicació. Així doncs, el present projecte d'investigació pretén servir-se de les experiències personals de les protagonistes per a apropar-se a la realitat de la professió que, a priori, dista de ser com s'adverteix al Llibre d'Estil de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA)³, segons el qual s'hauria de garantir un equilibri en la presència d'homes i dones en la participació als programes dels mitjans tutelats per aquest organisme públic. A més a més, existeix el compromís pel qual "les dones i els homes que presenten espais informatius i esportius o d'entreteniment se seleccionen exclusivament per les seves aptituds i la seva competència professional"⁴

3 "El llibre d'estil de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals és el recull de directrius i recomanacions que guien i orienten la feina de producció i difusió de continguts dels mitjans audiovisuals de la Generalitat de Catalunya. Recull els valors i principis de servei públic, compromís amb el país, qualitat de continguts i transparència i eficiència en la gestió"
<http://www.ccma.cat/llibredestil/>

4 2.3.2.1. La presència de les dones i els homes en els mitjans de la CCMA
<http://www.ccma.cat/llibredestil/manual-dus/presencia-dones-i-els-homes-els-mitjans-ccma>

Al llarg d'aquestes pàgines, el lector trobarà quatre grans blocs als quals segueix, tancant el projecte, el plantejament temporal i la bibliografia. Aquests són, primerament, la introducció, en què ens trobem immersos, i que inclou també la justificació de la proposta de recerca. El primer bloc dóna peu al marc teòric, en què es contextualitza el tema d'estudi, i aquest, a la vegada, situa els fonaments conceptuals per al desenvolupament de l'estat de la qüestió.

Amb la intenció d'assentar les bases teòriques que permetran una anàlisi acurada de la temàtica d'estudi, s'introdueix el sistema de gènere com a eix vertebrador de la tesi. Conceptes com l'apoderament (Murguialday, Pérez de Armiño y Eizagirre, 2000; Gámez Fuentes & Rivas Machota, 2009) -"empowerment" (Friedman, 1992; Rowlands, 1997)- o la perspectiva de gènere als mitjans (Melin-Higgins, 2001; Gallego, 2007) també participen d'aquest apartat. A més, fer un breu repàs a la història del moviment feminista ens servirà per situar l'interès acadèmic en els temes de gènere i en els estudis de dones en els anys setanta. El final del segle XX és un període força productiu acadèmicament en l'àmbit del tema que ens interessa, els mitjans de comunicació i el gènere -concretament, des de l'exercici professional de les dones periodistes. Fagoaga i Secanella donen el tret de sortida en el territori espanyol amb la publicació de *Umbrals de presència de la mujer en la prensa* (1984); i Gallego i Del Río fan el mateix a Catalunya a principis dels noranta amb *El sostre de vidre. Situació socio-professional de les dones periodistes* (1993).

Al capítol dedicat pròpiament a l'estat de la qüestió ens centrarem en els treballs realitzats sobre la presència de les dones periodistes als processos de producció informativa, tant general com esportiva i en la representació de les dones als mitjans de comunicació, també en ambdues vessants.

La major part de la literatura acadèmica sobre mitjans de comunicació i gènere s'ha basat en una metodologia quantitativa, i s'ha centrat en la premsa i, encara que en menor mesura, en la televisió. El mitjà menys analitzat és la ràdio i, potser pel seu encara recent "intrusisme" en la comunicació tradicional, els mitjans digitals.

1.1 Justificació

Com bé dèiem la situació de les dones en l'àmbit comunicatiu ha estat prou retratada quantitativament però no tant de manera qualitativa en el món de la investigació acadèmica. Fagoaga i Secanella (1984), Gallego i Del Río (1993), Gallego (1998), Abril (1998), López Díez (2004), i Soriano, Díez i Cantón (2005) signen els treballs més destacats en relació amb la temàtica tractada i obtenen resultats similars: no es pot equiparar la tasca de les dones periodistes a la dels seus companys masculins, sempre i quan parlem de números, i elles pateixen més les dificultats que poden sorgir en la conciliació entre la vida privada i la trajectòria professional. Aquest punt podria ser interpretat de manera menys crítica i, fins i tot, com quelcom inherent i natural en el curs de la vida laboral –que es vegi interrompuda per situacions personals que ocorren al llarg de la vida– si no fos perquè aquestes mateixes investigacions mostren com no és un fet aïllat o puntual sinó que segueix un mateix patró discriminatori per raó de gènere. Les periodistes han estat més qüestionades i han hagut d'esforçar-se més que els seus companys, sobretot en les seccions o categories més masculinitzades, per arribar a realitzar la mateixa

tasca que ells i ser reconegudes com ells.

Segons un estudi de l'Associació de Dones Periodistes de Catalunya⁵, l'any 1996 la presència de dones en càrrecs de responsabilitat als mitjans escrits catalans era molt minsas: tan sols hi havia un 8% de mitjana de directores de periòdics. Anys més tard, i a nivell estatal, les xifres que presenta M^a Isabel Menéndez (2003), si bé quasi dupliquen les presentades amb anterioritat, encara no són prou esperançadores: d'acord amb les dades de 129 diaris editats a diverses comunitats autònomes espanyoles, tan sols el 14% dels càrrecs directius estan ocupats per dones. Pel que fa a la comunicació audiovisual, la situació és similar. Ana Jorge (2004) conclou que són 13 les emissores de ràdio i 4 les cadenes de televisió que tenen dones a la direcció. Cal tenir en consideració que la televisió i la ràdio són els mitjans que compten amb més presència femenina a les seves plantilles, però això no garanteix el posicionament d'aquestes en càrrecs de responsabilitat. És el cas d'algunes televisions autonòmiques com Euskal Telebista, la recent desapareguda Canal Nou⁶ o Canal Sur, en les quals el percentatge de dones professionals de la comunicació que hi treballen arriba a xifres del 55%, 50% i 34%, respectivament. La direcció és ocupada, de mitjana, en un 12% per elles. La mateixa tendència és observada a la ràdio: per posar un exemple, la plantilla de la Cadena SER està formada per un 43% de dones, però dels 74 directius tan sols 7 són dones, és a dir, un limitat 9,4% (López Díez, 2004).

5 L'Associació de Dones Periodistes de Catalunya es va convertir el 1992 en la primera associació de dones periodistes de tot l'Estat Espanyol. Forma part de la Xarxa Europea de Dones Periodistes i també de la Xarxa Internacional de Dones Periodistes i Comunicadores.

6 El 29 de novembre de 2013, de matinada, va desaparèixer Canal Nou (RTVV), l'únic mitjà de comunicació públic que emetia en valencià, després de 24 anys. El seu tancament fou propiciat per la Generalitat Valenciana en considerar que el seu manteniment era inassumible.

Ens trobem davant d'una situació que ha estat descrita com el “sostre de vidre” (Gallego i Del Río, 1993) davant les aspiracions d'ascens de les dones periodistes. Aquest terme, aparegut per primer cop l'any 1986 en un article del Wall Street Journal⁷, ha estat emprat per definir la limitació vetllada de les dones per ascendir en el seu àmbit professional, estancades laboralment sota un sostre difícil de traspasar. La metàfora del vidre rau en la invisibilitat i en la inexistència de lleis o dispositius socials establerts i oficials que imposin una limitació específica a la carrera laboral de les dones (Burin, 1996 i 2008).

El problema que ens concerneix però, no tan sols es detecta en els càrrecs directius dins les redaccions o les empreses de comunicació, sinó en la professió en general. Ho corrobora de manera notable l'article de Soriano, Díez i Cantón (2005), que rebutja la hipòtesis dominant sobre la feminització del periodisme i fa una aposta per anomenar tal tendència “pseudofeminización” (p. 36), treballant a partir dels resultats d'una investigació realitzada pel propi Soriano i encarregada pel Col·legi de Periodistes de Catalunya el 2004: l'anomenat “Llibre Blanc de la Professi3 Periodística a Catalunya”.

Una dècada després de la publicació del “Llibre Blanc de la Professi3 Periodística a Catalunya”, el panorama no és el més favorable per a les dones. En un context econ3mic complicat com en el que estem immersos, “les més castigades per la crisi han estat les dones: un 58,28% dels registrats al SOC que busquen feina s3n periodistes de sexe femeni” (Mic3, 2012, p.22); fet al qual se li ha de sumar la

7 Si bé el 1986 és quan apareix per primer cop l'expressió *the glass ceiling* no és fins l'any següent que A.M. Morri3son l'utilitza en el títol de l'article acadèmic *Breaking the Glass Ceiling: Can Women Reach the Top of America's Largest Corporations?* Font: <http://www.economist.com/node/13604240>

ja esmentada poca accessibilitat de les dones als càrrecs de responsabilitat en les empreses periodístiques i el poc pes que se'ls dóna a la informació i a les notícies. Tal situació s'agreuja quan la producció periodística feta per dones s'emmarca dins del context informatiu dels esports. Els estudis realitzats fins el moment, concretament sobre aquest aspecte (Miller i Miller, 1995; Claringbould, 2004; Hardin, 2005 i 2013; Hardin i Shain, 2005a, 2005b i 2006; Castañón, 2007, Gutiérrez Pequeño, 2008; Sáinz de Baranda, 2010 i 2014; i López Díez, 2011), dibuixen un panorama poc engrescador pel que fa a la normalització de la presència femenina en les redaccions d'esports.

Tot i que aquesta és major que anys enrere, encara són necessaris informes i publicacions amb recomanacions i consells per a introduir tant la perspectiva de gènere als mitjans com per adequar els perfils professionals a l'estructura real de la societat, en la qual:

a) les dones són més del 50% del total de la població catalana, espanyola i europea (Taula 1),

Taula 1: Dades de població per sexe

	2011		2012		2013	
	Homes	Dones	Homes	Dones	Homes	Dones
Catalunya	49,5%	50,5%	49,4%	50,6%	49,3%	50,7%
Espanya	49,4%	50,6%	49,3%	50,7%	49,3%	50,7%
Zona Euro	48,8%	51,2%	-	-	-	-
Unió Europea	48,8%	51,2%	-	-	-	-

Font: Elaboració pròpia a partir de dades extretes de l'IDESCAT

b) han assolit una evolució positiva pel que fa a les quotes de participació laboral⁸,

i c) representen al voltant del 70% de l'alumnat amb el títol de Periodisme a les set universitats catalanes que imparteixen la llicenciatura -abans de la implantació del Pla Bolonya- (Taula 2).

Taula 2: Alumnat amb els estudis de Periodisme finalitzats

	2009		2010		2011	
	Total	Dones	Total	Dones	Total	Dones
UAB	270	191	266	193	251	178
UPF	58	28	66	31	52	32
URV	28	14	42	27	34	24
Abat Oliba	23	16	4	3	24	16
UIC	14	10	24	20	19	18
URL	81	54	104	65	70	41
UVic	24	14	31	22	34	23
Total	498	327	537	361	484	332
Total %	100%	66,7%	100%	67,2%	100%	68,6%

Font: Elaboració pròpia a partir de dades extretes de l'INE

Com podem observar a la taula, la titulació de Periodisme a Catalunya (universitats públiques i privades) respon a un perfil femení. Des de l'any 2009 fins el 2011, tres promocions d'estudiants, la representació femenina ha augmentat en pràcticament 2 punts percentuals, arribant quasi bé al 70% el 2011, últim any del que disposem dades monitoritzades i oficials. Però, precisament aquestes dues últimes premises -incursió laboral i universitària- són les que conformen la hipòtesis de la feminització de la professió que

8 Mentre que l'Enquesta de Població Activa del 3r trim. 1992 a Catalunya distribuïa la taxa d'activitat en un 66,70% d'homes i en un 37,30% de dones, deu anys més tard, aquesta se situa en un 68,89% i en un 55,87%, respectivament.

rebutgen Soriano, Díez i Cantón (2005), no tant des d'una perspectiva quantitativa sinó més aviat qualitativa, i de la qual avisen la perillositat de caure en el seu parany:

“Las condiciones sociolaborales en las que las mujeres se han incorporado hasta ahora en la profesión aconsejan prudencia a la hora de hablar de procesos de feminización que apuntan cambios también en los contenidos mediáticos” (Soriano et al., 2005, p. 50).

Tot remuntant-nos a inicis de la dècada dels noranta, quan el Col·legi de Periodistes de Catalunya inicia les estadístiques que ajudaran a delimitar la professió periodística, les xifres indiquen que, aproximadament, un 70% dels periodistes catalans són homes, mentre que el 30% són dones, a pesar que elles són majoria en els estudis de comunicació.

La resta d'enquestes realitzades pel mateix Col·legi a Catalunya, al llarg de la dècada precedent al canvi de segle, no mostren una gran variabilitat respecte la xifra inicial del 30% de dones professionals. Per l'any 1996, n'eren un 35%; l'any 2000, un 32% i l'any 2004, un 37%. Un dels punts de partida dels autors de *Pseudofeminización de la profesión periodística* (Soriano, et al., 2005) és, precisament aquest: l'estancament en l'avenç de la participació femenina al periodisme.

Així, els motius que condueixen a Soriano, Díez i Cantón (2005) a realitzar el canvi d'etiqueta són diversos, però tots ells estan fortament vinculats a la dificultat de les periodistes en congregar vida privada i demanda professional. Les taxes d'abandonament de la professió són molt més elevades en

dones, elles ocupen càrrecs d'escassa responsabilitat i tenen major presència en sectors considerats perifèrics o de poca influència social.

El ball de xifres i la reflexió dels autors Soriano, Díez i Cantón (2005) és el que ens ha motivat i portat a desenvolupar aquest projecte que es presenta. Es busca comprendre –des de la perspectiva personal de les pròpies protagonistes– quins són els factors que impedeixen fer un traspàs equitatiu entre les titulades en Periodisme i les professionals que l'exerceixen, així com les solucions que poden haver pensat. I, concretament, en l'àmbit esportiu.

Sobre aquest últim punt, l'especialització temàtica de les periodistes, l'ADPC conclou en el seu estudi de l'any 1996 que les dones es dediquen a la informació sobre educació, societat i cultura, mentre que els homes ho fan sobre política, economia, esports o terrorisme; el que Joana Gallego es refereix a *Producción informativa y transmisión de estereotipos de género en la prensa diaria* (2003) com temes tous i temes durs, respectivament. Aquest assumpte és ampliat degudament a l'apartat corresponent dins el capítol [3. ESTAT DE LA QÜESTIÓ].

Abans, però, i per contextualitzar acadèmicament un dels temes més durs, com és l'esport (Gallego, 2003), cal mencionar l'experta investigadora americana Marie Hardin (2005, 2013), qui, des d'una perspectiva feminista, aposta no només per una major presència de dones periodistes en programes i seccions esportives, sinó que també ho fa per un canvi en els continguts d'aquests, amb la demanda

que s'inclouï també més informació sobre esports practicats per dones o sobre dones que practiquen esport. La línia de recerca de Hardin i Shain (2005a, 2005b i 2006) revela la seva convicció quant a la relació entre dones ocupant alts càrrecs en empreses de periodisme i les seves publicacions, enfocat més cap a la igualtat en el contingut que en una simple paritat d'efectius. A *Want Changes in Content?: Change the Decision makers* (2013) Hardin pretén busca un canvi “by exploring the gender composition of sports newsrooms” per arribar a analitzar “how changes in coverage of women's sports may be integrally linked to an increase of women as sports news decision makers” (p. 241)

L'estudi coordinat per Marta Bach i signat per Joana Gallego, *Gènere i informació. Radiografia d'una absència. Informació esportiva: només per a ells* (1998) fa una anàlisi quantitativa, tant de la professió periodística com de les informacions publicades en l'àmbit esportiu a Catalunya. El capítol *Informació esportiva: només per a ells* (Ibáñez & Lacosta, 1998) se centra, com el títol indica, en el contingut informatiu esportiu. En el cas d'aquestes autores, però, no s'observa una idea similar a la de Hardin, sinó més propera a la de Montserrat Palau (2008) que considera a *Les periodistes com a generadores d'una nova imatge de dona?* Que, en l'àmbit general del periodisme, les dones que accedeixen a càrrecs directius gairebé mai no es plantegen una transformació radical dels continguts. Gallego (1998) i Ibáñez i Lacosta (1998), al contrari que Hardin, no veuen una relació positiva entre un major nombre de dones en alts càrrecs o en llocs de treball decisius pel que fa a continguts i un canvi en aquests a favor de l'esport practicat per dones. Malgrat això, Palau sí que detecta un canvi en la imatge de la dona professional del periodisme –sense que això impliqui l'esmentat canvi en el contingut.

Amb el projecte de recerca que presentem hi ha la voluntat d'introduir la conscienciació sobre el gènere dins dels departaments de tal disciplina a l'univers acadèmic català, seguint la línia de la Universitat Autònoma de Barcelona, en què l'alumnat de periodisme disposen de l'assignatura Comunicació i Gènere. En el cas del grau de Periodisme impartit per la Universitat Pompeu Fabra, en què no hi ha un programa específic, les qüestions de gènere es podrien encabir, per exemple, en les classes d'Estructura de la Comunicació Social, Cultura Periodística, Comunicació Intercultural o el Taller Integrat de Periodisme.

Per això, dins l'apartat d'objectius, també hi consten com a protagonistes estudiants de periodisme, a partir dels quals s'analitza el grau d'incidència de la violència simbòlica, terme encunyat per Pierre Bourdieu per primer cop a la dècada dels setanta, com a aturadora –des del propi inconscient– de les expectatives d'aquestes quant a la seva participació en seccions o programes de temàtica esportiva. La simbòlica és un tipus de violència que “arranca sumisiones que ni siquiera se perciben como tales apoyándose en unas «expectativas colectivas», en unas creencias socialmente inculcadas” (Bourdieu, 1999, p. 173)

Aquest concepte és inseparable del terme “poder simbòlic”, també emprat pel sociòleg francès, per referir-se, no tant a un tipus específic de poder, sinó més aviat a una característica pròpia de la majoria de les diferents formes de poder que es troben de manera rutinària a la vida social, i que rarament es manifesten obertament com a força física. Així, definit de manera clara i concisa per Fernández (2005), el poder simbòlic és un poder invisible que presuposa una complicitat activa per part d'aquells que hi estan sotmesos i que requereix, com a condició d'èxit, que qui hi està involucrat cregui en la seva

legitimitat i en la de qui l'exerceix.

Plasmat sobre el cas que ens ocupa, esdevé interessant pel projecte esbrinar si els i les estudiants que hi participen no es plantegen la seva carrera en l'àmbit esportiu per motius que conduirien a l'acceptació de tal violència; és a dir, perquè s'ha legitimat el discurs que les dones interessades per l'esport és molt petit i les que ho fan s'han d'enfrontar posteriorment a un mitjà dominat per homes, per tant, sembla que s'accepta amb resignació i conformitat que és una tasca feta per ells i per a ells.

Abans d'exposar el plantejament metodològic que s'ha ideat per aquest projecte [4. DISSENY METODOLÒGIC], es fa una revisió dels conceptes més importants en la matèria [2. MARC TEÒRIC] i, posteriorment, i en relació amb aquests, es repassen les investigacions més importants i les últimes publicacions pel que fa a la conjunció dels tres eixos temàtics al voltant dels quals gira aquesta proposta: la situació de la professió periodística, la tasca professional de les dones periodistes i la informació esportiva [3. ESTAT DE LA QÜESTIÓ].

2. MARC TEÒRIC

2.1 La desigualtat per raons de gènere

En el present projecte d'investigació sobre dones i mitjans de comunicació es planteja l'elaboració del marc teòric des del sistema de gènere, organització sexual per la qual es controla la divisió sexual del treball i que afecta a les relacions intersexuals (Astelarra, 2003). Considerant que l'origen històric del sistema de gènere es troba a la regulació social de la reproducció humana, i que la capacitat biològica de les dones ha estat emprada al llarg de la història com a argument fonamental per a justificar la incapacitat intel·lectual de les dones –i, per tant, el seu accés a les activitats pròpies de l'àmbit públic– s'entén que la situació de desigualtat pel que fa a les relacions entre ambdós sexes, en la qual els homes gaudeixen de privilegis sobre les dones per tal d'accedir als béns que la societat considera desitjables, es desenvolupa a les societats patriarcals. En paraules de l'escriptora Maria Aurèlia Capmany (1966, p. 247) “tot comentari que puguem fer sobre la integració de la dona en la societat, en l'evolució històrica dels pobles, sempre la trobem integrada en una conformació bàsicament androcèntrica”.

Abans dels anys 60, les dones no formaven part de les divulgacions científiques ni com a objecte d'estudi. Per exemple, en el cas de la història, explica Sonya O. Rose (2010) que les dones havien estat desateses pels historiadors principalment per dos motius: “una primera razón [...] fue que las mujeres habían sido privadas de su condición de sujetos porque los historiadores tendían a ver la

historia como aquello relacionado casi únicamente con el ejercicio y la transmisión del poder en los ámbitos de la política y la economía, espacios en los que los actores eran hombres”. A més, els historiadors socials “ignoraban a las mujeres como actores históricos porque consideraban, erróneamente, a los hombres [...] como los agentes universales de la historia”. La primera onada del moviment feminista, però, sorgida a finals del segle XIX, sí que havia situat en l'escena històrica les dones: tenia com a fi aconseguir la igualtat, la llibertat i els drets civils de què gaudien els homes, enfocant-se principalment en el dret a vot, el sufragi femení. Tot i la vessant política d'aquestes demandes, el reclam pel lliure accés a l'educació i per una millora en la qualitat d'aquesta, així com la modificació de les lleis per a que les dones casades no fossin tractades com a dependents del marit són altres dels objectius del moviment feminista inicial (León Mejía, 2010)

Durant la dècada dels 60 i 70, el moviment feminista fonamenta la seva acció crítica al voltant de dos conceptes: la construcció social del gènere i la societat patriarcal. Aquests conceptes es relacionen en el que Pateman defineix com a “contrato social”, entenent que “la existencia de dos sexos habría dado lugar a una construcción de la diferencia sexual como diferencia política, en la que, además, los hombres tienen un acceso al cuerpo y a la sexualidad femenina que traspasa el ámbito de lo privado” (Pateman, 1988, p. 40).

Aquesta segona onada és clau per introduir i expandir els estudis de gènere en l'àmbit acadèmic en produir-se una escisió que dona peu al feminisme de la igualtat, per una banda, i al feminisme cultural, per una altra. El primer és el que manté l'ideari polític dels inicis, lluitant pels drets de participació en

l'àmbit públic de les dones, mentre que el segon, titllat de radical i anti-sistema és el que aposta per una línia d'actuació enfocada a la recerca acadèmica. De tal manera, s'arriba als anys 90 amb un feminisme difícil d'homogeneïtzar al voltant d'una única idea: hi ha tal diversitat d'enfocaments i d'escoles que agrupen també veus de dones pertanyents a grups minoritaris (per raons d'orientació sexual, origen ètnic, afiliació religiosa, etc.) que el moviment feminista ja no s'articula en les dues grans esferes política i acadèmica que, fins el moment, proposaven el feminisme de la igualtat i el feminisme cultural, respectivament (León Mejía, 2010).

Centrant-nos ara en l'àmbit acadèmic, l'enfocament teòric basat en el sistema de gènere, pròpiament dit, és relativament nou dins el camp d'estudi de les ciències socials. Sorgeix a partir de la revisió de nombroses investigacions en l'àmbit de la psicologia –en la seva vessant mèdica–, que incloïen el sexe com a variable, tant dependent com independent, per esbrinar l'origen del comportament humà. Si bé ja se n'havia fet menció el 1949 al llibre “El segundo sexo” de la Simone de Beauvoir i el 1955 el científic John Money havia proposat el terme “papel de género” per a descriure les diferents conductes atribuïdes a homes i dones, va ser Robert Stoller qui va concretar les diferències entre els conceptes de gènere i sexe (Gamba, 2008). Autor de Sex and Gender, llibre publicat el 1968, va estudiar els trastorns d'identitat sexual i va arribar a la deducció que “lo que determina la identidad y el comportamiento masculino o femenino no es el sexo biológico, sino el hecho de haber vivido desde el nacimiento las experiencias, ritos y costumbres atribuidos a los hombres o las mujeres. Y concluyó que la asignación y adquisición de una identidad es más importante que la carga genética, hormonal y biológica” (Lamas,

1995, p. 3)

Afirma Judith Astelarra (2003) que, amb tota probabilitat, els científics socials anteriors a l'aparició de la perspectiva de gènere ni es plantejaven que tal variable pogués influir en els fenòmens culturals i socials, i que, fins i tot, era emprada sense tenir coneixement sobre les diferències entre el caràcter biològic del sexe i el seu aspecte sociocultural. Així doncs, el sexe era inclòs als treballs de recerca sense haver-lo definit prèviament en correspondència amb l'àmbit d'estudi que ens ocupa en un primer nivell: les ciències socials. La revisió del seu ús es va fer, finalment, indispensable quan es tractava d'examinar els rols socials de les dones en relació amb els rols masculins. És en aquest punt que es distingeixen els conceptes de sexe i gènere, de tal manera que el primer és un tret biològic, propi de l'ésser humà en tant que producte de la diferenciació sexual de l'espècie humana (mascle-femella), mentre que el segon és una característica social i cultural adquirida per l'individu com a part activa de la societat. A partir d'aquesta ruptura, i també fruit de les demandes del col·lectiu feminista per superar la situació social discriminatòria que patien les dones –i que encara a dia d'avui patim–, s'articulen els estudis de gènere dels darrers 40 anys.

Per tal de clarificar i acotar el que implica utilitzar el sistema de gènere en el projecte de recerca que es presenta, s'introdueix la discriminació com a eina de mesura i detecció del repartiment desigual pel que fa a béns, serveis, prestigi i poder. Entenem per discriminació sexual la preferència per una determinada persona "únicament i exclusiva per la seva pertinença a un sexe, sense que hi entrin en joc més consideracions" (Gallego & Del Río, 1993). Les societats igualitàries no contempen la discriminació o la desigualtat per raons sexuals perquè els rols entre homes i dones estan repartits de manera equilibrada.

És aquí on entra en joc l'apoderament –en anglès *empowerment*– que “se centra en el poder que les persones i els grups exerceixen sobre les seues pròpies vides i que els permet participar democràticament en els seus entorns gràcies al domini dels seus recursos, entesos com a capacitats i possibilitats (Gámez Fuentes & Rivas Machota, 2009, p. 5). En aquest sentit, Friedman (1992) i Rowlands (1997) estableixen cadascun d'ells una tipologia de poders. El primer dels dos autors vincula l'empoderament a l'accés al poder social, o l'accés a la productivitat de la riquesa, al poder polític, entés com l'accés dels individus al procés de presa de decisions, i al poder psicològic, o la capacitat individual de gestió (Friedman, 1992). Per la seva banda, i de manera similar, Rowlands (1997) també assenyalava tres categories: la personal, com a desenvolupament de la confiança i el sentit d'un mateix, la de les relacions pròximes, com a eina de negociació i influència sobre relacions socials, i la col·lectiva, entesa com la participació en les estructures polítiques i d'acció col·lectiva. En paraules de Murguialday, Pérez de Armiño i Eizagirre (2000), i a mode de síntesi, l'empoderament impulsa el “proceso por el cual las personas fortalecen sus capacidades, confianza, visión y protagonismo como grupo social para impulsar cambios positivos de las situaciones que viven”.

A més, com a eina per a transformar les relacions de poder existents, s'aposta pel no atemptat contra la integritat masculina. Aquest és el discurs que Maria Aurèlia Capmany destaca de la pedagoga, jurista, advocada i escriptora feminista Leonor Serrano de Xandri: “No; la dona en les seves reivindicacions no pretén lluitar contra vosaltres, sinó amb vosaltres; no és buscant enfront vostre la competència, sinó duplicant energies al costat vostre [...] En aquesta lluita no us podeu negar a ajudar-la. I llavors

vencerà” (Capmany, 1966, p. 79).

A principis del segle XX són evidents les exigències de reforma, no tant en les relacions home-dona com en l'estructura de la societat. La mateixa Leonor escriu el 1916 “Treball intel·lectual i manual de la dona moderna”, on afirma que el problema de la dona és econòmic. La publicació vindica el treball lliure i retribuït, considerant-lo “la manifestació més ferma de la personalitat humana” (Capmany, 1966, p. 77). Així, la incorporació de les dones al mercat laboral bé podria haver marcat el camí cap al seu apoderament. En els propers capítols es repassarà la situació professional de la dona periodista a Catalunya i resta de l'Estat Espanyol però, per oferir-ne un breu avanç, citarem, un cop més, na Maria Aurèlia: “La dona té uns drets estipulats en uns papers, vota, treballa, va sola pel carrer, però en la marxa del món continua fent el seu paper subordinat” (Capmany, 1966, p. 91)

D'altra banda, convé mencionar l'existència de dues esferes socials imaginàries, en les quals s'agrupen les activitats que corresponen estrictament a cadascuna d'elles: l'àmbit de la vida privada i l'àmbit d'allò públic. La primera esfera engloba les tasques de reproducció, cura i manteniment de l'espècie humana, activitats domèstiques no remunerades i considerades pròpies del gènere femení. La segona inclou la participació en el poder, ja sigui de caire polític, econòmic, militar, informatiu o cultural. Al contrari del que succeeix a l'àmbit privat, les accions que tenen lloc a l'esfera pública, de qualsevol dels tipus esmentats a les línies anteriors, són considerades pròpies del gènere masculí. Fins i tot els mitjans de comunicació, que actuen dins l'àmbit públic s'impregnen d'aquestes desigualtats.

3. ESTAT DE LA QÜESTIÓ

El capítol que tot just comença fa un repàs a la producció científica sobre dona i mitjans de comunicació. En primera instància, es revisen aquelles investigacions que se centren en la participació de la dona en el procés de producció de la informació i en la professió periodística en general. S'esmenen cronològicament els inicis de l'estudi d'aquesta temàtica a nivell internacional i de l'Estat Espanyol, on situem el punt de partida acadèmicoteòric per endinsar-nos en la concreció del primer subapartat: Radiografia de la dona periodista en l'àmbit espanyol i català. L'estructura del mateix parteix de les primeres investigacions fetes a Espanya que ajuden a fer una radiografia de la situació de les dones periodistes al país, per donar pas a la representació femenina en els càrrecs de responsabilitat dels mitjans de comunicació. A partir d'aquí, la revisió es focalitza en les redaccions i en els mecanismes que imperen en el desenvolupament de la tasca professional dels periodistes. Finalment, per tancar el primer subapartat, s'examinen els estudis sobre els factors que impedeixen que les trajectòries professionals d'homes i dones periodistes segueixin una mateixa direcció.

A aquest primer subapartat el segueix el que es dedica a les professionals del periodisme esportiu, específicament. La literatura revisada és, majoritàriament, d'origen nordamericà per la gran quantitat de producció acadèmica en aquest àmbit en comparació amb la de l'Estat Espanyol i Catalunya.

Ja que es fa menció a l'autoria de les notícies i de la producció de contingut als mitjans, també es

considera rellevant repassar les investigacions al voltant del tractament que es fa de la informació. En concret, de la representació que es fa del gènere i de la dona als mitjans de comunicació. Per això, es realitza un breu repàs cronològic als estudis espanyols i catalans, i s'aborden els més importants.

Així com dediquem unes pàgines a la vessant esportiva de la periodista, també ens ha semblat interessant conèixer, tant quantitativament com qualitativament, la representació de les dones esportistes i de l'esport femení als mitjans de comunicació espanyols i catalans, i per això hem disposat aquest tema en un apartat específic.

3.1 Radiografia de la dona periodista en l'àmbit espanyol i català

La dona periodista no ha estat considerada objecte d'estudi en les investigacions acadèmiques fins a mitjans del segle XX. Podríem situar els primers estudis a la dècada dels 70, període en què s'institucionalitza la perspectiva de gènere a la majoria de disciplines socials a partir del pensament feminista (Lagarde, 1996). En aquest context, el moviment feminista denuncia la necessitat d'un canvi en el comportament dels mitjans de comunicació per arribar a combatre les desigualtats existents entre homes i dones per motiu de sexe. Aquestes desigualtats són concebudes com un problema de drets, i es fonamenten en l'accés limitat de les dones als mitjans de comunicació i a les tecnologies de la informació, en termes de representació i d'ocupació (Rovetto, 2013a).

És a la dècada dels 80 quan trobem les primeres aportacions teòriques sobre la participació de les dones als escenaris de producció periodística, a la vegada que s'introdueix el concepte del gènere en els programes d'estudis i als centres d'investigació (Rovetto, 2013a). Aquest avenç suposa, per l'àmbit de la comunicació social, noves categories d'anàlisi i enfocaments metodològics, que vetllen per la construcció de la diferència sexual a partir dels missatges i la seva significació, per la reproducció de la ideologia dominant i per la difusió dels estereotips en relació amb la identitat femenina (Gallagher, 1979 i 1981). A més a més, Michèle Mattelart (Mattelart & Jordà, 1982) dóna compte de la passivitat amb què les dones participen de la cultura de masses, així com de la falta de dades fiables sobre el treball de les dones als mitjans de comunicació.

Els estudis de referència a nivell espanyol i català sobre gènere i comunicació basats en l'anàlisi periodística han estat realitzats amb la voluntat d'introduir la perspectiva de gènere als mitjans. Tal i com explica Rovetto (2013a, p. 26) "en el período 1975-1991, estos estudios fueron llevados adelante por docentes e investigadoras muy activas en el campo de la comunicación, pertenecientes a centros de investigación de la Universidad Autónoma de Barcelona, la Universidad Complutense de Madrid y la Universidad del País Vasco, principalmente".

La primera investigació concreta sobre la representació i participació de les dones als mitjans, empresa per Fagoaga i Secanella (1984), *Umbrales de presencia de las mujeres en la prensa española* és la que

marca la direcció de les posteriors recerques que introdueixen la variable del gènere a la professió periodística. Les autores destaquen en el seu estudi sobre la premsa de Barcelona i Madrid que la presència femenina en els càrrecs directius dels diaris analitzats a la dècada dels 80 és d'un 6,5%.

La desigual participació de les dones en els nivells de responsabilitat i les dificultats que tenen per assolir-los és el que s'ha interpretat com el "sostre de vidre" (Gallego & Del Río, 1993; López Díez, 2004). Tal i com presentàvem a la introducció del tema d'estudi, es descriuen metafòricament les limitacions laborals de les dones com si un sostre impedís el seu ascens a categories superiors i condicions millors. Una de les característiques del vidre és, precisament, la seva facilitat per trencar-se. Agafats a aquesta interpretació improvisada, convindria que fos aquesta mateixa metàfora la que assenyalés la fi de l'ús del concepte de què tractem. Ans al contrari, el vidre simbolitza l'accés limitat: la consciència de les possibilitats reals d'avenç i la impossibilitat de traspasar aquest mur que, tot i de material fràgil, guarda la solidesa com a tret fonamental. En consonància, el fre invisible a les aspiracions d'ascens professional de les dones periodistes perfila la línia d'investigació predominant en els treballs que es deriven de *Umbrales de presencia de las mujeres en la prensa española* (1984). Les autores conclouen que els diaris estan fets per homes i per a homes, i que les dones no són considerades ni com a audiència (lectores), pel que és impensable que siguin considerades fonts d'informació o veus expertes. Aquesta condició, interpreten, esdevé una greu conseqüència per les generacions que succeeixen la publicació, que no tenen referents on basar els seus objectius tant personals com professionals.

Aquesta conclusió no presenta pràcticament evolució en els catorze anys que separen la publicació de Fagoaga i Secanella (1984) dels estudis presentats per Joana Gallego (1998) i Natividad Abril (1998).

Són els treballs de López Díez (2004) i Soriano, Díez i Cantón (2005) els que mostren una lleugera millora en l'accés de la dona als càrrecs de responsabilitat dels mitjans de comunicació: "Por ejemplo, excepto en Telemadrid, en donde hay un 42% de directivas, en otras televisiones autonómicas, como Euskal Telebista, Canal Nou y Canal Sur, el porcentaje de mujeres que ocupan puestos de dirección es del 12% de media [...] En las emisoras de radio se observa la misma tendencia: a pesar de ser un medio con muchas trabajadoras en puestos relacionados con la información, la presencia de mujeres en los puestos directivos es aún más escasa" (Soriano et al., 2005, p. 41). Pel que fa a la premsa escrita, López Díez (2004) assenyala que les dones constitueixen el 14% dels espais laborals de decisió a les portes del nou mileni. Tot i l'augment de la participació femenina en la presa de decisions respecte la dècada dels 80, tots dos estudis posen de manifest que, com més s'ascendeix en la piràmide laboral, menys presència de dones hi ha. Així, la promoció professional continua tractant-se d'un avenç de complicat assoliment per les dones periodistes.

"El desigual desarrollo de las carreras profesionales de las mujeres periodistas en comparación con los hombres conduce a situaciones de discriminación en los cargos de responsabilidad" (Soriano et al., 2005, p. 41).

La presència femenina a les redaccions dels mitjans autonòmics també és desigual. Gallego i Del Río (1993) i l'Emakunde, l'Institut Basc de la Dona, en la seva publicació *Participación de las mujeres en los medios de comunicación de Euskadi y en la publicidad* (1994) analitzen les plantilles dels canals de televisió i les emissores de ràdio públiques de Catalunya i el País Basc, respectivament. Als anys noranta, en ambdós casos, la ràdio és el mitjà que compta amb més dones periodistes –al voltant de 4 de cada 10–.

Una dècada més tard, el percentatge de dones professionals al canal autonòmic basc supera el 50% (López Díez, 2004; Soriano et al., 2005).

Els estudis de Gallego i Del Río (1993) i de l'Emakunde (1994) es consideren de referència pel que fa a la recerca dels mitjans de comunicació a nivell autonòmic, tot i que no s'endinsen en la producció de contingut com sí que es fa, anys més tard, a *El sexo de la noticia* (Bach i Gallego, 2000) primer, i a *La prensa por dentro. Producción informativa y transmisión de estereotipos de género* (2002) després, en el qual Gallego es centra en els mecanismes que operen durant el procés de producció de la informació i en els elements que fan possible la inclusió de la dimensió de gènere en els mateixos, així com en les pròpies redaccions. Aquest últim treball obre la porta al plantejament de noves metodologies d'anàlisi en l'àmbit periodístic.

Així, als inicis de la dècada dels 2000, sorgeix la tendència al món acadèmic d'entendre i relacionar les

xifres presentades des de mitjans dels anys 80. Fins el moment, la sociologia de la professió periodística elaborada en territori espanyol i català s'havia nodrit dels resultats obtinguts quantitativament a través d'enquestes. Destaquem la següent cita de Soriano i Soler (2005) en què es planteja aquesta tendència metodològica i perquè respon a la motivació del present projecte de recerca:

“Per tal d'incorporar la sensibilitat femenina al conjunt de la comunitat professional, la recerca futura hauria de fer visible la gran quantitat de dones periodistes que treballa actualment en el sector, però sobre el perfil, les responsabilitats, les condicions de treball, etc. de les quals no disposem de dades” (Soriano & Soler, 2005, p. 112).

Si bé el mètode quantitatiu ha permès la obtenció de dades rellevants en el corpus acadèmic de la comunicació, també es qüestiona el seu aprofundiment en les qüestions estudiades a favor de la metodologia qualitativa: “Los métodos cualitativos son los que enfatizan conocer la realidad desde una perspectiva de *insider*, de captar el *significado particular* que a cada hecho atribuye su propio protagonista, y de contemplar estos elementos como *piezas de un conjunto sistemático*. Nada de todo ello es apreciado como importante por la metodología cuantitativa” (Ruiz Olabuénaga, 2007, p. 17).

Les tècniques pròpies de la metodologia qualitativa, com ara la observació participant o les entrevistes en profunditat, permeten els investigadors anar més enllà i conèixer de primera mà les percepcions de les pròpies protagonistes. En definitiva, “entrar dentro del proceso de construcción social, reconstruyendo los conceptos y acciones de la situación estudiada” i “conocer cómo se crea la estructura básica de la

experiencia, su significado, su mantenimiento y participación a través del lenguaje y de otras construcciones simbólicas” (Ruiz Olabuénaga, 2007, p. 31).

Aquestes tècniques són emprades per Soriano i Soler a *Contribucions a la sociologia de la professió periodística a Catalunya* (2005), per Papí Gálvez en el seu anàlisi de les periodistes de la Comunitat Valenciana (2008) o Rovetto (2013b) a *Percepciones sobre desigualdades de género en el trabajo periodístico*.

L'aplicació de la metodologia qualitativa permetrà que nous estudis (Soriano et al., 2005; Rovetto, 2013b) falsegin la hipòtesis de la feminització de la professió periodística; de la qual es desprèn que, a pesar de l'increment dels efectius femenins en el mercat laboral i de la major presència de dones a les carreres de comunicació, les dades revelen que les periodistes ocupen càrrecs de poca responsabilitat, centren la seva presència en seccions perifèriques o d'escassa influència social, i que les seves trajectòries professionals estan marcades per la dificultat en la conciliació amb la vida privada, augmentant així el nombre de dones que abandonen la professió (Soriano et al., 2005).

Considerant que el primer apartat d'anàlisi proposat per Soriano, Díez i Cantón a *La pseudofeminización de la profesión periodística en España* (2005) –el nivell de responsabilitat dels càrrecs femenins– ja té cabuda en els primers treballs sobre el tema que ens concerneix i que ja hem mencionat la seva evolució en paràgrafs anteriors, a continuació ens centrem en la resta d'idees que responen a la desigualtat de gènere en l'àmbit del periodisme i els mitjans de comunicació.

La dominació masculina i les dinàmiques de poder intrínseques al sistema patriarcal han estat considerades l'eix fonamental sobre el qual es desenvolupa la problemàtica de la discriminació sexual (Bourdieu, 2000; Soriano et al., 2005). La professió periodística és dominada per una cultura plenament definida per valors masculins, i això implica que tota dona que es vulgui dedicar al periodisme ha de passar per una segona socialització amb la fi d'interioritzar els valors masculins dominants (Melin-Higgins, 2001; Van Zoonen, 1994). Un dels models d'actuació que es detecta davant aquest panorama és el no qüestionament de l'ordre establert i la conformitat amb la inèrcia cultural que consigna les periodistes en un tipus determinat d'informacions: les toves (Tuchman, 1983; Emakunde, 1994; Gallego, 1998 i 2002; Melin-Higgins, 2001; Soriano et al., 2005). Aquestes pertanyen a "sectores considerados periféricos o de escasa influencia social" (Soriano et al., 2005, p. 35) com són les seccions de Societat, Cultura o Espectacles, mentre que els continguts durs són els referents a Política, Economia i Esports, on es detecta una menor proporció de dones (Gallego, 2002). Precisament, sobre una d'aquestes seccions menys accessibles per les dones tracta l'estudi més recent d'Elvira Altés *Representació i tractament de les dones i el gènere en la informació sobre economia* (Altés & Majó, 2012). La mostra està composta pels suplementos d'Economia dels diaris La Vanguardia i Ara (Diners i Emprenem, respectivament), per quatre edicions del programa radiofònic Economia i Empresa (Catalunya Ràdio) i per quatre programes de Valor Afegit (TV3). A pesar de la petitesa de la mostra, l'informe revela que la mitjana de professionals de la informació econòmica que treballen en els mitjans analitzats està a prop d'assolir la paritat (40-60), unes dades que són força esperançadores i

que conviden a seguir treballant, no tan sols per la paritat sinó per la igualtat.

Tot i que l'estudi de l'Emakunde (1994) també disposa la mateixa conclusió que l'exposada al paràgraf anterior pel que fa a la distribució dels i les periodistes en el procés de producció de la informació, ofereix una altra visió sobre la masculinització de determinades seccions. Referint-se als continguts durs, "estas temáticas son también las que menos interesan a las mujeres, aunque, en el caso de las deportistas, ya observamos que tienen una importante entrada en los medios de comunicación" (Emakunde, 1994, p. 125). En aquesta mateixa línia, Papí Gálvez (2008) sosté que la consecució de la igualtat laboral entre homes i dones en condiona els continguts, entenent, per tant, que com més equiparades estan les redaccions pel que fa al sexe dels efectius professionals, menys disparitat es detecta en els elements que engloben el procés de producció informativa.

El raonament de Papí Gálvez (2008) encaixa amb la primera de les dues posicions que Limor i Lavie (2002) estableixen a l'hora de tractar la feminització del periodisme: conforme la presència de les dones als mitjans de comunicació va en augment, els continguts també presenten els canvis propis de la introducció de la perspectiva de gènere. Per assolir aquesta etapa, són les mateixes dones les que han de lluitar per abandonar l'espai laboral compartit que comprén la cosmovisió del gènere masculí com una categoria neutra (Melin-Higgins, 2001; Gallego, 2007).

"En ese santuario de la objetividad, a cuya entrada había que dejar el género colgado,

domina, como no podía ser de otro modo, la constelación de género masculino. Por ello la perspectiva de género globalmente utilizada en la información ha sido la masculina” (Gallego, 2007, p. 16).

D'altra banda, però, els criteris de noticiabilitat responen a un principi d'asexualitat que impedeix dotar de sensibilitat la informació com a conseqüència d'una major proporció de dones als mitjans (Limor i Lavie, 2002). En aquest punt les periodistes assumeixen els valors dominants (Diezhandino, 2008) i es converteixen en “una de ellos”, integrant-se en la “cultura periodística” imperant i ignorant el gènere femení en el procés de producció de la informació (Melin-Higgins & Djerf-Pierre, 1998). Gallego (2002) en el seu estudi “La prensa por dentro”, justifica que aquesta circumstància no és vista com un signe de discriminació a la redacció perquè no hi ha dones que s'organitzin amb intenció de canviar o idear una nova maniobra de funcionament en aquest aspecte. Així, “anulando en cierto sentido su pertenencia a un género mediante la estrategia de ser una de ellos” també s'inutilitza la capacitat per a establir i crear “redes de mujeres” que incideixin en el problema i el tractin des de la perspectiva de gènere femení (Melin-Higgins & Djerf-Pierre, 1998). Menéndez (2007) i Palau (2008) observen una similitud entre aquest fenomen als càrrecs de redactores i als càrrecs de responsabilitat: havent detectat prèviament una absència de dones en el poder, no es garanteix que les que sí que l'arriben a assolir incloguin la perspectiva de gènere en el tarannà del mitjà de comunicació implicat. Altés i Majó (2012), en el seu estudi sobre la representació femenina en l'àmbit de l'Economia, també descarten que un nombre més alt de dones periodistes a les redaccions redundeixi en una informació més participativa per a les dones

en aquesta secció.

“Así pues, ellas por sí mismas, únicamente por ser mujeres, no garantizan la llegada de la igualdad sino de la paridad” (Menéndez, 2007, p. 68).

En relació amb la cita de Menéndez (2007, p.68), Sílvia Còppulo dirigeix l'estudi “La paritat de gènere a la ràdio i la televisió públiques” (CAC, 2008), en el qual es fa una anàlisi de la programació de Catalunya Ràdio, TV3 i el Canal 33 al voltant de cinc objectius principals com són determinar la presència quantitativa d'homes i dones en els canals objecte d'estudi, el repartiment dels papers preponderants i de subordinació, la violència física i els estereotips. Aquestes variables són creuades per “horari d'emissió”, “imatge i veu” (s'hi inclouen les veu en *off*), “valors que emanen del llenguatge verbal i no verbal” i “formats i continguts” (CAC, 2008, p.6). Un dels punts més interessants d'aquest treball és la metodologia emprada i la claredat en l'explicació de la mateixa. Tot i només tenir accés al document de síntesi, la definició del procés metodològic és concisa. Abans de procedir a l'anàlisi de la programació dels canals objecte d'estudi –durant un total de 96 hores distribuïdes en dos dies alterns–, s'ha realitzat un seguit de *briefings* tècnics amb la fi d'elaborar sis protocols (“TV.Programes, TV.Promocions, TV.Publicitat, R.Programes, R.Promocions, R.Publicitat”) que són emprats com a instruments de mesura de la paritat “en les seves múltiples manifestacions, tant a la ràdio com en la televisió” (p.8). En canvi, les recomanacions, incloses a l'apartat final Conclusions, i que reclamen l'aplicació de “mesures correctores urgents per garantir la paritat de gènere” als mitjans de comunicació

no inclouen el factor d'igualtat, entenent-lo conceptualment diferent de la paritat. Sobre aquesta diferència, en fa una reflexió, fora de l'àmbit acadèmic, la filòloga i política Carme-Laura Gil: "La paritat té un significat numèric, indica que la societat ha de distribuir els seus llocs de treball i responsabilitats en un nombre semblant, parell d'homes i dones. La igualtat és un concepte moral, que implica la negació de la diferència discriminatòria en les relacions socials. Per a l'assoliment de la igualtat social entre homes i dones cal que la paritat hi arrelhi, que sigui visible. És un instrument necessari però no un objectiu per ella mateixa."⁹

La investigació qualitativa de Rovetto (2013b) fa palès el poc interès que hi ha per part dels perfils directius per incorporar a les rutines de treball i a les línies editorials dels mitjans els debats actuals sobre igualtat d'oportunitats entre homes i dones. Les periodistes entrevistades admeten que els homes són majoria en gran part dels sectors dels mitjans informatius, a excepció de les àrees administrativa i de vendes; i de l'edició on-line del diari pel qual treballen. D'altra banda, i pel que fa a l'existència de recursos que permetin una fàcil conciliació laboral, assenyalen que no existeixen mesures de caràcter formal establertes. Així, hi ha la percepció entre les periodistes que les empreses mediàtiques no promouen mesures positives per a conciliar vida laboral i familiar, ni tampoc s'apliquen a l'escenari de treball i producció informativa.

Reprement la idea d'organització femenina dins les redaccions amb voluntat de canvi, proposada per

9 "Paritat no és igualtat" [17 d'abril de 2008] L'autora, Carme-Laura Gil, militant de CDC, va ser diputada per la província de Barcelona per CIU (1996-1999), Consellera d'Educació (1999-2003) i diputada al Parlament per CiU (2003-2006). <http://blocs.mesvilaweb.cat/node/view/89373/>

Melin-Higgins i Djef-Pierre (1998) i seguint amb les conclusions establertes per Soriano (2005), que ens guien al llarg d'aquest apartat, s'introdueixen dos aspectes fonamentals en la carrera professional de les periodistes: la trajectòria vital i l'abandonament de la professió. L'exigència de la professió periodística és percebuda com un obstacle per a la realització d'altres activitats vinculades a la mateixa, com el compromís amb associacions sindicals o la implicació en moviments participatius dins el propi lloc de treball. L'alt rendiment sostingut exigeix una disponibilitat completa per a l'exercici del periodisme, repercutint així en la resolució d'aspectes organitzatius i socialitzadors vitals (Ortega & Humanes, 2000).

L'abandó de la professió es planteja com una conseqüència de la trajectòria de vida de les dones, essent les qüestions personals el principal motiu de renúncia (Canel, 2000; Soriano & Soler, 2005), però aquest no és exclusiu de l'etapa de la maduresa, ans al contrari, les dones renuncien a la seva professió quan encara són joves (Soriano et al., 2005; Soriano & Soler, 2005). Des de la perspectiva feminista, aquesta situació és concebuda com una expulsió de les dones de la seva carrera professional (Melin-Higgins, 2001).

“La mujer empieza con fuerza la profesión periodística, pero son pocas las que desarrollan la carrera y llegan como corredoras de fondo. A medida que las redacciones envejecen, ellas se van retirando por cuestiones personales, familiares, culturales o históricas” (Canel, 2000, p.15).

Tenint en compte el que ja s'ha comentat anteriorment pel que fa als càrrecs que ocupen les periodistes als mitjans de comunicació, i abordant la professió des del context actual de la precarietat laboral –especialment per grups com els joves i les dones (Soriano & Soler, 2005; Micó, 2012)–, es podria arribar a posar en dubte l'afirmació que totes les dones comencen amb força la seva carrera professional. Tot i així, la problematització de la conciliació laboral i familiar es percep de manera més notable en el cas de les periodistes que són mares, essent la maternitat interpretada com un obstacle en el món laboral, així com l'atenció a d'altres familiars (De Pablos & Tarifa, 2003).

L'informe d'Estrella de Pablos i Elena Tarifa (2003) *Conciliar vida laboral i familiar: tasca impossible per a les periodistes?*, realitzat per la Secretaria de la Dona del Sindicat de Periodistes de Catalunya constata que no hi ha una resposta adient per part de les empreses o dels organismes públics per a facilitar la compaginació entre la vida personal de les treballadores del sector amb el desenvolupament de la seva carrera professional.

“Los ámbitos de producción reproducen la división sexual del trabajo por medio de esquemas de segregación femenina y dominación masculina” (Rovetto, 2013b, p. 68).

Així i tot, el panorama mediàtic, tant espanyol com català, presenta indicis de millora si s'examina des d'una perspectiva històrica, com fa Camacho (2010) a *El papel de las mujeres periodistas españolas durante la transición*. Aquesta mirada des de la distància defineix un canvi progressiu i una evolució en

positiu, en part, fomentada per les dones que van exercir la professió en una època convulsa, de mudança política i de transformacions socials, tot reforçant-la en la mesura que se'ls ho va permetre.

Cal dir, i ja per tancar aquest apartat, que l'absència de referències cap el mitjà radiofònic es deu, precisament, a que pràcticament no s'ha investigat, a pesar del gran públic que té al nostre país (a excepció dels treballs realitzats per Gallego i Del Río (1993) i l'Emakunde (1994), i ja mencionats anteriorment.

3.2 Dones periodistes d'esports: una triple discriminació

La producció acadèmica sobre dones periodistes de seccions o programes d'esports és escassa. Per aquest motiu, ens hem centrat en les investigacions internacionals, essent els Estats Units el país pioner i capdavanter en aquest terreny, sense deixar de banda, però, les produïdes a nivell espanyol i català.

Abans, posarem en context la masculinització de l'esport a la qual ens hem anat referint fins arribar a aquestes línies, sense exposar més dades que les quantitatives resultants dels treballs realitzats al voltant de l'encreuament entre periodisme, gènere i esport. Amb això volem dir que, a mode de contextualització, examinarem breument la relació de la dona i l'esport a la societat espanyola i catalana.

La Diputació de Barcelona –concretament l'Àrea d'Igualtat i Ciutadania– elabora l'any 2011 un dossier anomenat *Dones i esport* i que s'inclou en les publicacions *Reflexions en femení*, de la mateixa Diputació. En aquest informe, hi consten mencionades Mary Nash (1992) i Eva Zamora (1998), dues autores referents en estudis d'esports i Olimpisme i especialitzades en gènere. De la mà d'aquestes referències, reconstruïm l'evolució històrica de l'esport en femení a Catalunya.

Indiscutiblement, la participació femenina en l'esport transcorre en paral·lel a la presència progressiva de la dona a l'espai públic. L'exclusió de la població femenina en la pràctica esportiva és una conseqüència directa de la discriminació social que ha patit al llarg de la història, sorgida a partir de la divisió del treball i de la diferenciació dels rols de gènere.

Tot i així, durant l'antiguitat es té constància d'“excepcions personificades en dones cretenques que participaven en esports violents com el salt del bou, o les dones espartanes educades en la lluita” (*Dones i esport*, 2011, p.5) També s'han trobat referències a uns Jocs Olímpics exclusivament femenins, celebrats en honor a la deessa Hera.

Ja a l'edat mitjana, les dones nobles, tot i que en general assisteixen més com a espectadores als torneigs, practiquen alguns esports, com ara la caça o el patinatge sobre gel. Els segles XVII i XVIII, durant el renaixement i el romanticisme, les seves successores responen al “model de dona fràgil i dependent, sempre malaltissa i vinculada a la llar i als espais privats” (*Dones i esport*, 2011, p.5) Era l'època en què la burgesia encara era un fenomen incipient en la distribució de les classes socials.

No és fins el segle següent, el XIX, que el concepte d'esport apareix com a tal, lligat a les societats industrials, la classe burgesa i el creixent accés a l'educació d'aquest estament social. Zamora (1998) ens recorda que les universitats angleses van ser el bressol de l'esport. La pràctica lúdica surt a l'exterior i decreix l'afició pels jocs de saló, pròpia del Renaixement. Així, les dones de classe alta s'inicien en la pràctica d'esports com el tir amb arc o el criquet, a més de continuar amb el patinatge sobre gel (Dones i esport, 2011). La organització esportiva es consolidava al voltant del club i les trobades, les relacions socials, eren una forma d'afirmació que els permetia desenvolupar un paper social i públic (Zamora, 1998). És a finals de segle que es comença a especular amb el caràcter alliberador del món femení de l'esport, i també quan aquest passa de passatemps a estructurar-se sota les regles de la competició.

A Espanya, amb l'expansió econòmica dels anys 20 i 30 del segle XX, s'incorpora en l'imaginari col·lectiu una redefinició de la feminitat gràcies a l'aparició d'un nou model de dona: moderna, culta i instruída. Esports com el ciclisme, el tennis, l'esgrima, l'esquí, el bàsquet, l'excursionisme o la natació deixen de ser practicats exclusivament per homes. Leonor Serrano conclou en la seva intervenció "Treball intel·lectual i manual de la dona moderna" el 1918 que s'implanta en la societat benestant la necessitat d'una millora en l'educació física de la dona. L'argument sota el qual es promovia l'esport per a elles era el de la preparació física per a la maternitat i la salut en general. Però Serrano, una de les més radicals feministes catalanes, considerava que "preparar la dona per a l'únic treball de gestació no és sols fer un tort a la dona, sinó malgastar una quantitat d'energies que la dona pot i ha de posar al servei de la societat" (Capmany, 1966, p. 77).

Després de la Guerra Civil Espanyola i durant el franquisme, l'educació esportiva a les escoles estava orientada a millorar les funcions de les noies com a mares i esposes (Zagalaz, 1999). Malgrat el foment de la pràctica esportiva, no tots els esports es consideraven adequats per a elles: l'atletisme o el ciclisme en són dos exemples. És una època de revocació, en què es fa un salt qualitatiu en termes d'educació i avenç social. Es procura fomentar els aspectes artístics i expressius de les dones, i l'exercici físic seguia determinats patrons estètics que reforçaven "allò femení" (Dones i esport, 2011, p. 6).

Com a conseqüència de la industrialització espanyola, la dècada dels 60 va comportar un canvi en les formes de vida de la societat. La incorporació de la dona al món laboral, l'aparició de les escoles mixtes i el retorn a l'ideari de l'Educació Física dels anys 30 -amb objectius didàctics i pedagògics- van obrir el camí cap a una reestructuració social que va permetre la generalització de la pràctica esportiva entre les dones, i la concepció d'aquesta com a eina socialitzadora (Zamora, 1998).

Els canvis en el sistema productiu i l'augment de l'atur durant la crisi dels setanta van fer de l'esport una activitat més aviat relacionada amb la salut i la diversió -el gaudi del propi cos- en el temps lliure, i no tant enfocada a la competició. Des d'aleshores, i gràcies a les campanyes de promoció esportiva per a la població en general, la participació femenina en l'esport no ha parat de créixer. Si el 1970 tan sols un 10% de les catalanes practicaven esport, l'any 1990 aquesta xifra augmenta fins el 29% (Nash, 1992), i 16 anys més tard, el 2006, ja en són el 36% (Dones i esport, 2011).

Tot i així, el tractament que es fa de l'esport als mitjans de comunicació encara és desigual i reforça els rols estereotipats de gènere. Per exemple, mentre els homes apareixen relacionats a esports d'elit i

d'alta competició, elles es mostren practicant activitats físiques en anuncis de cosmètica i nutrició (Dones i esport, 2011).

Arribats ja al final d'aquest recorregut històric per la relació entre la dona i la pràctica esportiva, a continuació ens ocuparem de l'exercici periodístic esportiu realitzat per dones i de la representació femenina de l'esport.

Així, tot i que el nombre de dones augmenta a les redaccions d'esports, des de la vessant qualitativa no s'observa una millora: ni més oportunitats ni millors condicions de situar les dones laboralment al mateix nivell que els homes. Malgrat això, la majoria de les periodistes esportives –per exemple, tres quartes parts de les participants en l'estudi, de tipus quantitatiu, *The invisible woman: Female sports journalists in the workplace* (Miller & Miller, 1995) estan satisfetes amb la seva feina (Hardin & Shain, 2005b)

Amb el panorama dibuixat per Phyllis i Randy Miller (1995) a finals de la dècada dels noranta, Claringbould, Knoppers i Elling (2004) exploren les pràctiques discriminatòries que sofreixen les periodistes a l'àmbit laboral com si foren capes que es fusionen entre sí, i no pas independents ni excloents les unes amb les altres. Encara que les professionals de la comunicació afirmen que el significat que proporcionen a la seva obra periodística és ideològicament neutral, els quatre processos que conformen el model d'Acker ("division of labor, images and discourses, interactions and identity

work" (Claringbould et al., 2004, p. 709)) són els responsables en la interrelació i la influència del gènere -i l'etnicitat, també analitzada per Mastro, Seate, Blecha i Gallegos (2012)- en el periodisme d'esports.

Per Hardin (2005), una de les acadèmiques més importants pel que fa a l'àmbit del periodisme esportiu des de la perspectiva de gènere, un dels factors més rellevants en el procés de producció de la informació esportiva és el paper de l'editor/a del mitjà. Són els qui ocupen aquest càrrec de responsabilitat els qui es formen una idea dels interessos dels lectors i, consegüentment, com es desenvolupa la relació entre el poder de les empreses periodístiques i l'estatus atorgat a les periodistes que hi treballen: els "gatekeepers" (Hardin, 2005, p. 65) determinen el contingut basant-se més en el criteri propi o en el seu sentit de les preferències de l'audiència que no pas en la demanda en sí. Aquesta idea distorsionada es deu a creences personals i a la ideologia hegemònica de la masculinitat dels esports, afectant així tant el contingut (la cobertura dels esports femenins) com la producció del mateix (la tasca de les periodistes).

En col·laboració amb Stacie Shain, Marie Hardin (2005a, 2005b) es qüestiona les raons que porten les periodistes esportives a abandonar la seva carrera professional si, tot i acceptant i entenent la discriminació com quelcom que han d'afrontar per la seva condició de dones, estan satisfetes amb la feina. *A Strength in Numbers? the Experiences and Attitudes of Women in Sports Media Careers* (Hardin & Shain, 2005b) les autores consideren que la interiorització de la inferioritat femenina en un terreny

tant masculinitzat és la causa de que no hi hagi un posicionament ferm de les treballadores de les redaccions a favor d'un major reclam d'atenció i de respecte. L'abandonament del lloc de treball, doncs, es produeix perquè no s'assoleix un avançament professional i per les conseqüències negatives que suposa per la vida personal i familiar. Els barems d'incorporació selectiva o les polítiques d'integració de les minories en l'àmbit laboral periodístic no solventen el problema de la discriminació per gènere (Hardin & Shain, 2005a).

A més a més, s'hi afegeix la dificultat d'equilibrar la identitat de gènere i la tasca laboral, en la mesura que les dones són "insiders" per la seva habilitat per assumir els estàndards masculins però, d'altra banda, són "outsiders" pels trets que caracteritzen pròpiament el gènere femení (Hardin & Shain, 2006, p. 323)

Amb aquest obstacle també s'hi van haver de trobar les pioneres que, a l'Estat Espanyol, van optar per dedicar-se al periodisme esportiu i que Castañón (2007) recupera a *Mujer, idioma y fútbol (1904-2004)* per arribar a concloure que la dona està plenament integrada a les redaccions esportives i que ocupa tot tipus de llocs de responsabilitat relacionats amb el màrqueting i la publicitat, la documentació o els continguts informàtics. Tot al contrari que Gutiérrez Pequeño (2008), qui assenyala el periodisme esportiu com l'assignatura pendent de l'àmbit comunicatiu. Malgrat això, l'autor de *Mujer, deportes y medios de comunicación* (Gutiérrez Pequeño, 2008) admet una lleugera millora en els darrers anys, exemplificada especialment en les emissores de ràdio. Aquest mitjà incorpora cada cop més dones parlant de futbol (potser per captar l'audiència femenina), sobretot en els espais esportius de cap de

setmana; però sense accedir encara del tot a programes de gran audiència com, per exemple, El Larguero (Cadena Ser). La presència femenina es redueix a esports considerats tradicionalment femenins, com la gimnasia, a petits blocs informatius, i a apartats dedicats a mantenir-se en forma a través del fitness i l'aeròbic.

Si bé discrepen en les conclusions finals dels seus treballs, tots dos autors estan d'acord en què els mitjans catalans tenen un paper destacat en la incorporació de la dona professional als mitjans de comunicació (Castañón, 2007; Gutiérrez Pequeño, 2008).

Tornant a la recerca de caire internacional, Grubb i Billiot (2010) perceben que la contractació de dones periodistes en l'àmbit esportiu sovint es desvia cap a motius que responen més a l'aspecte físic que no pas al seu coneixement sobre la matèria i la seva credibilitat professional. Ja que les fonts d'informació són una eina clau en el treball del periodisme, i en l'àmbit esportiu són –també– majoritàriament masculines, s'espera de les dones periodistes que usin la seva feminitat per interaccionar amb aquestes (Schoch, 2013). Es legitima l'ús intencionat dels estereotips associats a la feminitat (l'aparença, el llenguatge, l'actitud) i el rol de la dona com a objecte de seducció amb la fi d'aconseguir reportatges més íntims i propers als protagonistes.

Hardin (2013) és una sòlida defensora de la idea que una major presència d'executives o responsables d'alts càrrecs als mitjans es correspon amb una major presència femenina a les redaccions i amb una major cobertura dels esports protagonitzats per dones. Aposta per la mobilització femenina i per la

introducció de canvis en la programació educativa i esportiva de les escoles de periodisme, així com Grubb i Billiot (2010) ho fan per una revisió de la cultura esportiva que es transmet ja a les etapes més primerenques de l'educació, per tal de promoure la reafirmació de les persones en tant que éssers socials i no com a éssers virils vs. éssers efeminats -com a sinònim de dèbils-.

3.3 La figura femenina com a protagonista de la informació

Ens interessa també investigar la relació entre els càrrecs que tenen les dones periodistes a les redaccions i el procés de producció de la informació. Com hem vist a les pàgines anteriors, es diferencien dues postures: la dels que sí que observen inclusió de la perspectiva de gènere- (Melin-Higgins, 2001; Limor & Lavie, 2002; Gallego, 2007; Papí Gálvez, 2008) i un vincle directe entre feminització de les redaccions i un tractament de les notícies més favorable a les dones, i la dels que no ho consideren així per l'elevat nivell d'integració dels valors masculins en la cultura periodística (Menéndez, 2007; Palau, 2008; Altés & Majó, 2012). Així, un cop examinada la literatura sobre les productores de la informació, es fa una revisió del contingut i de les protagonistes de la mateixa.

L'interés acadèmic per aquesta temàtica sorgeix a Espanya als anys vuitanta. Un dels estudis pioners és el de Fagoaga i Secanella (1984), que ja hem mencionat anteriorment, i que també tracta sobre la presència de les dones, no només a les empreses periodístiques, sinó a la informació. Tot i així, dos

anys abans de la publicació de *Umbral de presencia de las mujeres en la prensa española* (Fagoaga & Secanella, 1984), Franquet (1982) ja fa una aposta per la deslegitimació del sexisme a *Por un discurso no androcéntrico en los medios de comunicación*. A inicis dels anys noranta, la mateixa Franquet (1991) analitza el paper de la dona com a subjecte i objecte de la informació a la ràdio i a la televisió. Tots els estudis referits fins el moment dibuixen un mateix panorama sobre el baix protagonisme femení en el contingut informatiu: es detecta una infrarepresentació de la dona a la comunicació radiotelevisiva i a la premsa espanyola, i les poques ocasions en què apareix una figura femenina sovint se la retrata de manera estereotipada.

En aquest àmbit d'investigació, per tant, s'aprecien dos nivells d'estudi: el quantitatiu i el qualitatiu. El primer d'ambdós, tal i com el seu nom indica, quantifica la presència de les dones als mitjans, i el segon, respon a la forma que adopta el gènere femení a la producció informativa.

El Projecte Global de Monitoreig de Mitjans¹⁰ (GMMP, 1995, 2000, 2005, 2010) és l'estudi més extens sobre la representació de les dones als mitjans de comunicació. La seva notorietat es deu a l'abast internacional i a l'estructura longitudinal sobre la qual s'articula. En els seus informes s'analitzen els protagonistes, els periodistes i les fonts d'informació que es publiquen a la ràdio, a la televisió i a la premsa a nivell mundial, delegant per a cadascun dels països examinats (entre 70 i més de 100) una

10 "El Proyecto de Monitoreo Global de los Medios 2005 está coordinado por la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC por sus siglas en inglés), una organización internacional no- gubernamental, que promueva la comunicación para el cambio social" (GMMP 2005).

comissió que avalua les notícies –d'un sol dia– a nivell nacional. L'objectiu principal és el de generar consciència als mitjans de comunicació i promoure l'anàlisi des de la perspectiva de gènere. Si l'any 1995 en un 17% de les informacions arreu del món hi ha dones com a protagonistes, el 2010 aquesta xifra ascendeix al 24%. Tot i que l'increment és lent, es manté constant.

Un any més tard de la publicació del primer Monitoreig (1995), en el que ja s'albira una infrarepresentació femenina als mitjans, Yolanda Alba (1996), ens ofereix una reflexió que marca la línia de les investigacions realitzades en aquest camp i que, anys més tard, resumeix Menéndez (2007) en el manual de bones pràctiques des de la perspectiva de gènere que coordina:

“La realidad de las mujeres sigue siendo contada por hombres y desde su visión androcéntrica del mundo sigue ofreciendo una imagen convencional que refuerza los valores dominantes y que favorece los prejuicios sexistas” (Alba, 1996, pp. 36 a Menéndez, 2007).

En l'informe *Gènere i informació: radiografia d'una absència* (Gallego, 1998), elaborat per l'Associació de Dones Periodistes de Catalunya (ADPC), es conclou que la presència de les dones en la premsa d'informació general no es correspon amb l'activitat social de les mateixes. Les diverses edicions del GMMP –les sigles en anglès del Projecte de Monitoreig Global dels Mitjans– (1995, 2000, 2005, 2010) a l'Estat Espanyol aporten una idea idèntica pel que fa a la presència de les dones a l'espai

públic i la representació femenina als mitjans, relació en què Altés (2006) observa una “disimetria” i una regressió d'aquesta distància amb el pas del temps.

	Mitjans de comunicació	Espai públic (aprox.)	Diferència
1998	18%	29%	11 p.p.
2005	22%	40%	19 p.p.

Font: Elaboració pròpia a partir d'Altés (2006)

Com s'observa al quadre anterior, si bé des de l'any 1998 fins el 2005 s'adverteix un augment en 4 punts percentuals en la presència femenina a la informació i un increment en 11 punts en la participació de les dones a l'espai públic, vist en relació, l'any 2005 la distància és més acusada entre ambdues realitats que no pas ho era a finals dels noranta (Altés, 2006). Entre el 2005 i el 2010, augmenten en un 1% les mencions femenines, passant del 22% al 23% en els cinc anys que comprèn el període (GMMP, 2005, 2010).

Pilar López Díez (2002, 2005), per la seva banda, realitza dos estudis sobre el tractament mediàtic de la dona als informatius de ràdio i televisió definint com a base l'increment quantitatiu de les dones en els espais de participació pública:

“El hecho de que las mujeres, además de ser la mayoría de la población constituyan el 36,4% del poder judicial, el 30,5% de los parlamentos autonómicos; que tengan una participación en los gobiernos autonómicos del 20%; que representen el 28,3% del

Congreso, el 29,8% del Parlamento Europeo; y constituyan el 45,8% de las funcionarias y los funcionarios de carrera, y el 16,4% de los altos cargos de la Administración, es el reflejo del cambio realizado por las mujeres en la sociedad” (López Díez, 2002, p. 10).

Tot i així, el perfil del personatge que apareix majoritàriament a les notícies és el d'un polític de gènere masculí -Home: 88,5% i Dona: 8,4% (Diezhandino, 2008); Home: 62,73% i Dona: 11,92% (Diezhandino, 2009).

Sobre la menció del càrrec dels protagonistes de la informació, les dones apareixen sense cap ocupació ni càrrec sempre per davant dels homes: són més de 4 de cada 10 dones l'any 2005 pel 38% d'homes que no són identificats (GMMP, 2005), mentre que, cinc anys més tard, aquesta variable veu intensificada la diferència entre ambdós sexes:

“Vale la pena señalar que mientras a los hombres se les identifica por su cargo o profesión, de forma que aparecen como científicos, médicos, abogados, comerciantes e incluso se les describe como jubilados o jóvenes, en ningún caso aparecen sin ocupación ni cargo, situación en la que las mujeres alcanzan el primer lugar (GMMP, 2010, p. 5).

A més a més, els homes són identificats amb càrrecs de nivell, com ara professionals de la ciència i la tecnologia, figures religioses i esportistes (GMMP, 2010).

Quan es tracta de sol·licitar veus expertes i portaveus, elles són menys tingudes en consideració que els homes (CAC, 2009; GMMP, 2005, 2010; López Díez, 2005) però s'aprecia un lleuger increment al llarg dels anys. Entre el 2005 i el 2010, les expertes augmenten fins al 9% i les portaveus, fins el 18%; 7 i 6 punts percentuals més que cinc anys enrere, respectivament. En relació amb les fonts consultades, els productors de la informació –tant ells com elles– acudeixen al gènere masculí preferentment (Diezhandino, 2009).

L'estudi del CAC (Consell Català de l'Audiovisual) *La presència de les dones en la informació* (2009) analitza diversos prestadors de serveis informatius catalans (TV3, 3/24, TVE a Catalunya, 8tv, Barcelona TV i Badalona TV) en funció del temps de paraula dels actors implicats en les notícies; això és “el temps resultant de la suma total de la durada de les seqüències on un actor intervé, com a subjecte, fent un insert (inserció d'imatges i veu d'un actor polític o no polític, sense que hi intervingui cap mena de locució per part del mitjà). Per tant, aquest temps mesura la presència directa dels actors, amb la seva veu i la seva imatge, en l'espai mediàtic” (CAC, 2009, p. 29).

Per àmbits temàtics, les dones tenen menys presència en les seccions o en les notícies relacionades amb la política, l'economia i els esports amb valors inferiors al 20% de participació, i els temes on intervenen més són en els de joventut i infància, educació i ensenyament, salut i sanitat, societat i temes legals, i crim i violència, tot i no arribar a superar en cap cas la presència dels homes, sempre superior (CAC, 2009; GMMP, 2010).

A pesar de les diferències metodològiques, ambdós informes, presentats a finals de la primera dècada dels 2000, aporten la mateixa idea sobre les àrees temàtiques relacionades amb el gènere dels seus protagonistes.

3.4 La imatge de les dones esportistes als mitjans de comunicació

En relació amb la representació de les dones esportistes als mitjans de comunicació espanyols i catalans, aquest és un camp d'estudi poc analitzat en comparació amb la representació femenina als mitjans des d'una perspectiva generalista. Per tant, si bé aquestes recerques sobre informació general i dones sí que, en tenir en compte les diverses seccions o categories informatives, parlen de les esportives; són pocs els estudis pròpiament dedicats a la imatge de les dones que practiquen esport. Igual que succeeix, com ja hem vist, amb les periodistes que es dediquen a tal categoria.

Tot i així, Ibáñez i Lacosta (1998), periodistes i, a més a més, jugadores professionals de voleibol, marquen la línia de les investigacions que se succeeixen al llarg de la dècada dels 2000 amb l'estudi *Informació esportiva: només per a ells*. Mitjançant l'anàlisi dels diaris esportius i de la premsa general, les autores conclouen que les dones esportistes són informativament ignorades, i les poques mencions femenines que es fan en relació amb la competició esportiva es fan a deshora. A més, la imatge general de dona que es desprén d'aquestes publicacions dista molt de la que pertocaria per la categoria

informativa que ens ocupa:

“A determinats mitjans de comunicació els agrada de mostrar un model de dona molt allunyat de la pràctica esportiva, lleugera de roba o simplement nua, prototipus determinat, sembla ser, a atraure uns lectors més interessats per les publicacions de contingut obertament masclista que per la informació estrictament esportiva (Ibáñez & Lacosta, 1998, p. 89).

La mateixa Ibáñez detecta que, com que la versió de la pràctica esportiva que arriba a les escoles està masculinitzada –té protagonistes masculins–, les nenes no tenen referents esportius femenins en la seva etapa de formació (Ibáñez, 2001).

Angulo (2007), en el seu informe *Las imágenes de las deportistas en los medios de comunicación*, suprimeix el futbol, que representa més de la meitat de les pàgines d'informació esportiva i, tot i així, les notícies protagonitzades per dones són el 8,61% enfront del 91,39% de les protagonitzades per homes. Tant les notícies com les fotografies en què apareixen esportistes femenines tenen un format reduït o molt reduït a la premsa esportiva.

“[...] a menor interés social del deporte, mayor igualdad en el tratamiento de la noticia”

(Angulo, 2007, p. 7).

El Consejo Audiovisual de Andalucía (2008) per la seva part, introdueix la televisió (RTVA -Canal Sur Televisión i Canal Sur 2-, desconexions autonòmiques -TVE-, La2 i La Sexta) a l'anàlisi sobre la representació de gènere en relació amb el seguiment informatiu esportiu, per determinar que, del total d'emissions televisades d'esport, el 4,75% correspon al practicat per dones, fins i tot en menor proporció que el mixte (5,11%). El 90,15% restant és dedicat a l'esport amb protagonistes masculins.

Tan sols un any més tard, Ramajo i Luzón (2009) publiquen un estudi de característiques similars pels canals públics catalans, TV3 i C33. Aquest és analitzat amb més profunditat que els anteriorment mencionats per la seva proximitat al projecte que es presenta. La investigació sobre la representació de la dona esportista a la televisió pública catalana que fan les autores presenta dues vessants d'anàlisi que es complementen entre sí: quantitativa i qualitativa.

Així, de *La representación de la mujer deportista en la televisión generalista. Un caso práctico: la televisión pública catalana (TV3 y C33)* (Ramajo & Luzón, 2009) se'n desprenen les següents conclusions: del total de 672 hores de televisió que conformen la mostra (14 dies), el temps que es dedica a l'esport gira al voltant del 13%, essent 2,3 hores el còmput global en l'atenció a la competició femenina. Val a dir, però, que durant els dies d'emissió de la mostra, té lloc la final femenina de ping-pong de l'obert de Vic, l'hora de durada de la qual ja representa la meitat del temps dedicat a les dones esportistes.

Pel que fa a l'esport femení en relació amb la ubicació temporal de la informació al llarg de la

programació setmanal, durant els dies laborables no se'n fa cap menció a TV3, al contrari que al Canal 33, on s'hi concentren les referències. A més a més:

“Los fines de semana la situación es aún peor, desapareciendo casi totalmente la mujer deportista de las parrillas programáticas de la televisión pública catalana. Este dato es todavía más interesante si, como ya hemos comprobado, es durante los fines de semana cuando se concentran la mayoría de contenidos deportivos, coincidiendo con el calendario de competiciones oficiales” (Ramajo & Luzón, 2009, p. 75).

D'aquesta manera, el propi temps d'emissió és un factor més que prioritza l'esport practicat per homes. Ramajo i Luzón (2009) elaboren també una classificació que distingeix per categories la presència femenina a la televisió: són protagonistes de l'acció en un 88,1% dels casos, expertes en segon lloc (6,1%) i, en menor mesura (5,8%), secundàries –tot i no ser objecte directe de l'acció en formen part- i complementàries –acompanyen els protagonistes però no intervenen en l'acció-.

Un altre dels elements que contribueixen a la invisibilització de les manifestacions esportives de dones als canals autonòmics catalans és el tipus de macrogènere on s'inserta la informació esportiva. Independentment del gènere, se situa, per aquest ordre, als informatius, a l'entreteniment, als programes divulgatius i a la publicitat. En afegir la variable de gènere i centrar-se en l'esport femení, la situació fa un gir, situant-se els programes divulgatius en primera posició, seguits dels d'entreteniment, dels informatius i, finalment, de la publicitat.

Les autores aposten, per tal d'acabar amb el domini del contingut esportiu masculí, per un correcte posicionament de la informació amb la fi de provocar alguna impressió als espectadors, tot primant la qualitat per davant de la quantitat (Ramajo & Luzón, 2009).

La tesis doctoral de Sáinz de Baranda (2010) reprèn l'estudi de la premsa esportiva i determina, com ja havien suggerit Ibáñez i Lacosta (1998) que el tennis és l'*esport reina* per excel·lència. Malgrat estar a prop d'assolir la igualtat en el tractament del contingut esportiu, les tenistes no es lliuren del desequilibri qualitatiu entre les imatges d'homes i de dones. Pel període analitzat (1979-2010), l'autora observa que la dona no té categoria suficient com per ser considerada personatge principal o font de la notícia i determina dos perfils de dones a la premsa esportiva: les pròpies de l'àmbit esportiu (representant el 86,8% de la informació) i les "invitadas" (13,2%) (Sáinz de Baranda Andújar, 2010, p. 130; 2014). Aquestes últimes són familiars, parelles, famoses o aficionades que representen el paper d'acompanyants, i reforcen els estereotips de la dona objecte o element decoratiu. En els darrers 30 anys, s'ha produït un augment en la presència de les "invitadas" que concorda amb una major invisibilitat de les dones esportistes (Sáinz de Baranda Andújar, 2014).

"En líneas generales la realidad mediática no refleja la realidad real. Hay un déficit claro de información deportiva cuando la Mujer es protagonista. Queda clara la escasa influencia que las recomendaciones, las directivas y la legislación de organizaciones e instituciones nacionales e internacionales han tenido en la representación de las Mujeres deportistas en

la prensa especializada” (Sáinz de Baranda Andújar, 2010, p. 396).

Seguint en la línia dels estereotips que construeixen i reproduïxen els mitjans de comunicació, López Díez (2011) en fa una classificació i aporta un seguit de recomanacions per cadascun d'ells, amb l'objectiu d'impulsar la visibilització de l'esport practicat per dones. L'estereotip de bellesa és el més copiós de tots, però també trobem referències sexistes estereotipades, representació de les dones en funció de la seva situació sentimental i vida personal i familiar, assignació de rols de gènere i control d'emocions segons el sexe, i categorització dels esports com a femenins o masculins de forma estereotipada.

Una de les investigacions més recents en el tema que ens concerneix *Presencia y tratamiento del deporte femenino en la prensa generalista vasca y en periódicos de información deportiva* (ASPIC-Comunicación, 2013), promoguda per la Dirección de Juventud y Deportes del govern basc, a banda d'oferir un panorama similar a l'exposat fins el moment, afegeix una idea que engloba la recerca en aquest àmbit: l'associació que es fa de l'esport a l'imaginari col·lectiu està directament vinculat a la competició masculina:

“Si un titular destaca ‘Mañana comienza el mundial de baloncesto’, la inmensa mayoría de las personas dará por hecho que nos estamos refiriendo al mundial masculino, en ningún caso hará falta especificarlo y mucho menos titular ‘Mañana comienza el mundial de

baloncesto masculino'. El deporte practicado por mujeres, sin embargo, lleva siempre el apellido femenino detrás, salvo en aquellas disciplinas en las que no existe competición masculina, como la natación sincronizada o la gimnasia rítmica" (ASPIC-Comunicación, 2013, p. 47).

Malgrat això, i a pesar que la percepció general no reflexa un canvi o una millora en la representació de la figura femenina i esportista als mitjans de comunicació com hem anat veient, aquest darrer estudi sí que observa una lleugera preocupació dels propis mitjans per les dificultats i els obstacles als quals s'enfronten les dones que practiquen esport en competició (ASPIC-Comunicación, 2013).

4. DISSENY METODOLÒGIC

4.1 Objectius

Un cop contextualitzat acadèmicament el nostre projecte, ens plantegem com a **objectiu general** de la recerca determinar quines són les principals motivacions i frens de les dones periodistes en el desenvolupament de la seva tasca professional als programes esportius i, enllaçar-ho amb les expectatives que les i els estudiants de Periodisme i futures professionals tenen sobre aquest àmbit laboral, de manera que es pugui observar si, tot i el salt generacional, es divisa una correspondència entre la perspectiva de futur i la condició real de la professió.

Més concretament, aquesta recerca es proposa:

Objectiu 1.1: Especificar les tasques que realitzen i el seu nivell de responsabilitat segons els càrrecs que ocupen;

Objectiu 1.2: Conèixer el procés d'accés a la professió i al seu lloc de treball actual;

Objectiu 1.3: Conèixer les seves inquietuds en l'inici de la seva carrera en el món de la comunicació;

Objectiu 1.4: Determinar les limitacions viscudes en l'exercici de la seva tasca professional;

Objectiu 1.5: Detectar possibles situacions discriminatòries per raó de gènere;

Objectiu 1.6: Establir les perspectives de futur que perceben elles mateixes sobre la seva professió i, en general, sobre la posició de les dones en aquest sector;

I, d'altra banda:

Objectiu 2.1: Analitzar l'ideari dels i les estudiants de periodisme sobre la professió periodística;

Objectiu 2.2: Copsar com queda integrat l'exercici del periodisme esportiu en les aspiracions de l'alumnat de periodisme.

En el quadre que es mostra a continuació, es classifiquen els objectius en funció de la seva rellevància dins el projecte i també en relació amb a qui es dirigeixen:

Taula 3: **Classificació d'objectius**

De l'Objectiu 1.1 a l'Objectiu 1.6
Específics per a les periodistes titulades i que exerceixen la professió en l'àmbit de la informació esportiva. Conformen els objectius principals del projecte.
Objectius 2.1 i 2.2
Definits per als i les estudiants en procés d'assolir la titulació de Periodisme. Es consideren objectius secundaris o complementaris, per copsar des dels fonaments les expectatives en la professió periodística.

Font: Elaboració pròpia

4.2 Mostra d'estudi

En un primer nivell, l'univers total de la mostra coincideix amb l'univers real de la mateixa. Ens interessa abastar totes les dones que tinguin com a professió el periodisme i la comunicació i que ocupin llocs de



treball propis d'aquests àmbits en els programes esportius del canal TV3 i de l'emissora Catalunya Ràdio. En el moment d'elaborar aquest apartat del projecte d'investigació¹¹, en són 20.

Per tal de concretar la mostra d'estudi, s'ha accedit primerament al web de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA)¹², on apareix una llista de l'oferta audiovisual de l'ens públic. Quant a canals de televisió, en trobem set: TV3, 33, 3/24, Esport3, Super 3, TV3CAT i TV3HD, i pel que fa a emissores de ràdio, tres: Catalunya Ràdio, Catalunya Informació i Catalunya Música. A partir de l'accés al web de cadascun d'aquests canals i emissores (l'enllaç als quals està disponible a la mateixa pàgina on s'ha trobat aquesta informació) s'ha fet un buidatge d'aquells que, en la seva programació habitual, compten amb programes o seccions d'esports. D'aquesta manera, s'han eliminat tots excepte TV3 i Esport3, i Catalunya Ràdio. En accedir al web d'Esport3, a la secció de programes, ja se'ns mostra un recull de l'oferta esportiva, tant de Catalunya Ràdio com de TV3 i Esport3 (aquests dos canals televisius, unificats). Així doncs, el total de programes oferts pels dos canals i l'emissora es presenta d'aquesta manera:

11 Gener 2014

12 http://www.ccma.cat/entitats/oferta_audiovisual_cat.htm


Taula 5: Programes oferts per TV3 i Catalunya ràdio en l'àmbit esportiu


TV3/Esport 3 	Catalunya Ràdio 
Capacitats, Dakar, El gran guerrer, Efectivament, El laboratori de l'esport, Esport Club, La Fòrmula, Futbol Cat, Gol a gol, Hat-trick Barça, Hat-trick Espanyol, Hat-trick Total, Km.0, La Volta, Motor a fons, Temps d'aventura, Temps de neu, TN Esports, Tot l'esport, X-Games, Zona Champions, Zona de ball, Zona UFEC, Zona zàping.	Catalunya migdia esports, Catalunya vespre esports, El club de la mitjanit, La transmissió de l'Espanyol, La transmissió d'en Puyal, Tot gira, Tot gira (edició migdia).
Total: 24 programes	Total: 7 programes

Font: elaboració pròpia

La següent taula reuneix tots els programes esmentats en les línies anteriors i ofereix una visió ràpida tant d'aquells que inclouen dones com a membres del seu equip com els que no. En el cas dels primers, la taula informa del nombre de dones que hi treballen, així com els càrrecs que ocupen:

Taula 5: Programes oferts per TV3 i Catalunya Ràdio en l'àmbit esportiu

PROGRAMA	INCLOU DONES EN EL SEU EQUIP? En cas afirmatiu, QUANTES N'HI HA?	CÀRRECS OCUPATS PER DONES
 TV3/Esport 3		
Capacitats	No	
Dakar	No	
El gran guerrer	No	
Efectivament	Sí: 1	Productora
El laboratori de l'esport	No	
Esport Club	Sí: 1	Productora
La Fòrmula	Sí: 1	Redactora
Futbol Cat	Sí: 1	Productora
Gol a gol	Sí: 2	Productora
Hat-trick Barça	Sí: 1	Productora
Hat-trick Espanyol	Sí: 2	Presentadora. Productora
Hat-trick Total	Sí: 2	Productora
Km.0	Sí: 1	Productora
La volta	No	
Motor a fons	Sí: 2	Redactora. Productora
Temps d'aventura	Sí: 1	Productora

Temps de neu	Sí: 1	Productora
TN Esports	Sí: 1	Equip (no especificat)
Tot l'esport	No	
X-Games	No	
Zona Champions	No	
Zona de ball	Sí: 1	Comentarista
Zona UFEC	No	
Zona zàping	Sí: 1	Productora
 Catalunya Ràdio		
Catalunya migdia esports	Sí: 1	Redactora
Catalunya vespre esports	Sí: 1	Redactora
El club de la mitjanit	Sí: 2	Equip (no especificat). <i>Community manager</i>
La transmissió de l'Espanyol	No	
La transmissió d'en Puyal	Sí: 3	Atenció a l'oient. Comentarista. Productora
Tot gira	Sí: 6	Col·laboradora. Productora. Redactora
Tot gira (migdia)	Sí: 5	Directora i presentadora. Redactora. Productora. Relitzadora tècnica.

Font: elaboració pròpia

Cal dir, però, que tot i que 20 dels 31 programes inclouen una o més dones en el seu equip de treball i que la taula reculli 30 efectius de treball, no implica forçosament que hi hagi una gran diversitat de noms. Centrant-nos primer en el cas de la televisió, són 8 les dones que treballen en els 15 programes que sí que n'inclouen. Això significa que una o més d'una compagina diferents feines o diferents programes. Filant més prim, i per a clarificar aquesta qüestió, aprofitant que es disposa dels noms de cadascuna d'elles, es presenten els següents exemples: la Lourdes Aixersch és productora de l'"Esport Club", de "Km.0" i de "Motor a fons"; i l'Anna Maria López ho és del "Hat-trick Espanyol", del "Hat-trick Total", de "Temps d'aventura", de "Temps de neu" i del "Zona zàping". El mateix succeeix amb la Maria Colomer, productora del "Futbol Cat", del "Hat-trick Barça" i del "Gol a gol". En el cas de la ràdio, el nombre de dones augmenta a 11, fet que situa la mostra d'estudi del projecte en 20 dones, i hi ha més heterogeneïtat tant en els càrrecs ocupats com en la repartició d'aquests. Tan sols el programa Tot gira ja compta amb 6 treballadores, 4 de les quals són redactores, una és col·laboradora i una altra productora. La "Transmissió d'en Puyal" també inclou una comentarista dels partits retransmessos en directe, una responsable d'atenció al client i una productora. És a "El club de la mitjanit" on trobem un càrrec, el de *community manager*, que destaca per la seva 'originalitat' si tenim en compte que els de redactora i productora són els càrrecs més ocupats per les dones de la nostra mostra. Tal i com s'ha informat a l'apartat Justificació, la televisió i la ràdio són els mitjans convencionals que més presència femenina tenen, essent el segon el més igualitari d'aquests, fet que s'afirma -d'una manera molt provisional- a les xifres presentades en les línies anteriors.

A més, es contempla incloure en la mostra estudiants de darrer curs de Periodisme de les diferents

universitats catalanes que imparteixen la titulació (UAB, UPF, URV, Abat Oliba, UIC, URL, Uvic). De cadascuna d'elles, es seleccionaran 6 estudiants, tant homes com dones, per tal d'analitzar les seves perspectives de futur sobre la professió i per copsar com integren en les seves expectatives laborals el periodisme esportiu en funció del gènere.

D'aquesta manera, i lligat a la Taula 3, descriptiva dels objectius i vista anteriorment, la mostra d'estudi són les **dones periodistes que treballen en els programes d'esports de TV3 i Catalunya Ràdio** (Taula 5) en el moment d'elaborar la investigació (recordem que durant el període de redacció del projecte en són 20) per assolir els objectius 11. a 1.6, i un total de 42 **estudiants de 4t curs de Periodisme de l'univers acadèmic català** pels objectius 2.1 i 2.2.

4.3 Mètode

En tractar-se d'un projecte que pretén cercar les experiències personals i la perspectiva de les participants, s'ha optat per emprar una metodologia qualitativa. En comparació amb el mètode quantitatiu, que busca conèixer la realitat de manera objectiva i uniforme, el mètode qualitatiu emfasitza les característiques subjectives dels humans i explora el significat dels seus actes en tant que éssers socials. Ruiz Olabuénaga, Aristegui Fradua i Melgosa (1998, p. 45) determinen les propietats que el distingeixen del mètode quantitatiu: busca la comprensió dels significats que construeixen el món social, s'implica en la reconstrucció dels conceptes que defineixen l'acció estudiada, descriu com les accions

significatives dels subjectes creen un món propi i un d'extern, i s'immersa en el context en què té lloc el fenomen tot reduint l'anàlisi a àmbits limitats.

Si bé aquesta es tracta d'una investigació qualitativa, no se n'exclou el mètode quantitatiu perquè, com hem vist a l'Estat de la qüestió, la majoria de literatura sobre el tema que ens concerneix respon a tècniques quantitatives i una important part dels resultats obtinguts fins el moment en aquest camp són obtinguts a partir d'aquestes. És a partir dels experiments controlats i les dades revisades que es desenvolupa aquest projecte. Per tant, podríem considerar fer una menció discreta a la triangulació metodològica si observem aquest projecte que es presenta des d'una perspectiva més àmplia que la que s'ofereix específicament. Berganza (2005) entén per triangulació metodològica l'ús de diverses perspectives i mètodes per tal de reforçar la validesa dels resultats en una mateixa investigació, i Ruiz Olabuénaga (2007) rebutja la visió d'aquesta tècnica com a mesura de contrast entre diferents apropaments metodològics a la realitat social.

“La complementación que dará lugar a la triangulación se hace necesaria en el planteamiento metodológico de muchas investigaciones por varias razones: bien porque es preciso acceder a áreas o aspectos de la realidad inaccesibles por un único método, bien porque hay que tener en cuenta distintos niveles de la realidad o bien porque es preciso captar diferentes tipos de unidades de análisis.” (Berganza, 2005, p. 34).

Abastant tot el fenomen a estudiar, creiem que la combinació d'ambdues metodologies –quantitativa i

qualitativa- pot arribar a cohesionar i a enfortir la temàtica d'anàlisi. A partir de les dades que ens mostren la realitat de manera generalitzada, ens endinsem en la seva interpretació dins uns certs límits dels quals en som conscients.

En concret, i ja des d'un enfocament pròpiament qualitatiu, les tècniques que s'usaran seran l'entrevista en profunditat, com a eix principal del disseny metodològic, per les dones periodistes que ja treballen en programes i seccions d'esports, i el grup de discussió, pels i les estudiants de periodisme. D'aquesta manera, es potencia la col·laboració activa de les participants en ambdós casos i s'experimenta amb dues tècniques diferents, fet que, considerem, enriqueix el plantejament metodològic de la recerca.

A la pràctica, l'**entrevista en profunditat** és una conversa informal entre dues o més persones -en el nostre cas, dues, ja que seran individuals- basada en preguntes obertes i respostes. "Es, en definitiva, una tècnica para obtener que un individuo/s transmita/n al investigador su definición personal de la situación" (Ruiz Olabuénaga, Aristegui Fradua i Melgosa, 1998), que proporciona un marc d'interacció directe, personalitzat i flexible; i permet a l'investigador fer un seguiment a temps real de l'entrevistat, essent l'adaptabilitat a l'interlocutor un dels punts forts d'aquesta eina metodològica. Si bé una de les limitacions que presenta rau en l'elevat consum de temps que suposa, tant en la seva realització com en el tractament posterior, s'ha considerat viable pel tamany suficientment reduït de la mostra.

Les entrevistes en profunditat, amb el qüestionari per definir a mida que es vagi elaborant el projecte, giraran entorn als inicis de les entrevistes en la professió i en la especialitat esportiva, a les seves

perspectives sobre el futur mentre estudiava i a les que té ara sobre l'entorn i la cultura periodística, a l'ambient de treball i a les condicions en relació amb la masculinització de les redaccions. També seran qüestionades sobre la detecció o no de situacions discriminatòries per l'únic fet de ser dones.

Pel que fa al **grup de discussió**, en destaquen com a punts positius per a la recerca que ens interessa la focalització sobre un tema concret i la interacció contínua entre els convidats. Aquesta activitat provoca una reelaboració dels punts de vista en comunió amb la resta de participants de la discussió; que no necessàriament han de virar cap a una mateixa direcció, ans al contrari, ens ofereix un ampli rang d'idees i d'opinions a les quals altres tècniques no hi tindrien accés (Fàbregues, 2013). Un dels suposats inconvenients dels grups de discussió, el menor grau d'aprofundiment en la informació generada per cada participant, no resulta tal en el nostre cas, ja que no són els i les estudiants de periodisme els subjectes principals que ens interessa analitzar –sense desmerèixer en cap moment la seva participació en el projecte–. Aquestes seran preguntades per les seves motivacions a l'hora d'estudiar la carrera de Periodisme, les seves expectatives un cop dins del mercat laboral, els seus ideals de la professió i la percepció del grau d'acompliment d'aquests. Per últim, però no per això menys important, se'ls preguntarà pel periodisme esportiu i per la mesura en què és plantejat com a dedicació futura, procurant indagar en els motius que sí que les porten a voler treballar-hi o els que no.

A continuació, s'adjunta un quadre relacional entre els objectius, els dos grups mostrals i la tècnica metodològica emprada per a cadascun dels objectius/mostra.

Objectius	Mostra	Mètode	Instrument
O.1 Especificar les tasques que realitzen i el seu nivell de responsabilitat segons els càrrecs que ocupen	Periodistes en seccions o programes d'àmbit esportiu a TV3/Esports3 i Catalunya Ràdio	Qualitatiu	Entrevistes en profunditat
O.2 Conèixer com van accedir a la professió i al seu lloc de treball actual			
O.3 Explicar quines eren les seves inquietuds en l'inici de la seva carrera en el món de la comunicació			
O.4 Determinar les limitacions viscudes en l'exercici de la seva tasca professional			
O.5 Detectar possibles situacions discriminatòries per raó de gènere			
O.6 Establir les perspectives de futur que perceben elles mateixes sobre la seva professió i, en general, sobre la posició de les dones en aquest sector			
O.7 Analitzar l'ideari dels i les estudiants de periodisme sobre la professió	Estudiants de periodisme d'universitats catalanes		Grup de discussió
O.8 Copsar com queda integrat l'exercici del periodisme esportiu en les aspiracions dels i les estudiants			

Font: Elaboració pròpia

5. PLANTEJAMENT TEMPORAL

Per tal de dur a terme el projecte d'investigació que es presenta –a mode de tesi doctoral– seguint els passos establerts, s'estimen tres anys de dedicació. Es contempla fermament la possibilitat de realitzar la tesi doctoral per compendi; per tant, la reflexió, el·laboració i publicació dels articles acadèmics (entre 4 i 6, xifra encara per determinar) s'encabiria dins d'aquest espai temporal en la mesura que el procés ho permeti.

Durant aquest temps, es preveu actualitzar el marc teòric i revisar l'estat de la qüestió, definir la metodologia i la mostra específica segons cada cas, desenvolupar el plantejament metodològic i extreure resultats que condueixin a dades i aportacions concloents. Tanmateix, no es planteja com un estudi que finalitzi un cop acabat el període de tesi doctoral, sinó que és aplicable a futures investigacions, ja sigui per comparar-ne els resultats i l'evolució de la temàtica, com per ampliar-lo.

Fase pre-doctoral (2012-2014)	Fase doctoral (2014-2017)	Fase post-doctoral (2017-?)
Màster en Comunicació Social: Elaboració del projecte de recerca, en el qual es fonamenta la futura tesi doctoral	Doctorat en Comunicació: Actualització del marc teòric, revisió de l'estat de la qüestió, definició de la metodologia, anàlisi dels resultats i extracció de conclusions.	Possibilitat de donar continuïtat a l'estudi, aplicant la metodologia a d'altres investigacions

BIBLIOGRAFIA

Abril, N. (1998). *La presencia de las mujeres en los medios de comunicación: propietarias, directivas, reporteras*. Madrid.

Alba, Y. (1996). La imagen de la mujer versus las imágenes de las mujeres. In *Las mujeres y los medios de comunicación*. Madrid: Comunidad de Madrid.

Altés, E. (2006). La situación de la mujer en el Proyecto Global de Monitoreo de Medios. In *Foro Internacional sobre Comunicación e Xénero*. Pontevedra.

Altés, E., & Majó, S. (2012). *Representació i tractament de les dones i el gènere en l'informació sobre economia*. Barcelona.

Angulo, M. (2007). *Las imágenes de las deportistas en los medios de comunicación*. Madrid.

ASPIC-Comunicación. (2013). *Presencia y tratamiento del deporte femenino en la prensa generalista vasca y en periódicos de información deportiva*. Vitoria-Gasteiz.

Astelarra, J. (2003). El sistema de género, nuevos conceptos y metodología. In *¿Libres e iguales? Sociedad y política desde el feminismo*. Santiago de Chile: Centro de Estudios de la Mujer.

Berganza, R. (2005). *Investigar en comunicación*. Madrid: McGraw-Hill.

Berger, P. L., & Luckmann, T. (1988). *La construcción social de la realidad*. Barcelona: Herder.

Bourdieu, P. (1999). *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*. Barcelona: Editorial Anagrama.

Bourdieu, P. (2000). *La dominación masculina*. Barcelona: Editorial Anagrama.

- Burin, Mabel (1996). Género y psicoanálisis: subjetividades femeninas vulnerables. In *Mabel Burin & Emilce Dio Bleichmar (Comps.), Género, Psicoanálisis, Subjetividad* (pp. 61-99). Buenos Aires: Paidós.
- Burin, M. (2008). Las "fronteras de cristal" en la carrera laboral de las mujeres. Género, subjetividad y globalización. *Anuario de Psicología*, 39(1), 75-86.
- CAC. (2009). *La presència de les dones en la informació. Octubre-deseembre de 2008*. Barcelona.
- Camacho, P. (2010). *El papel de las mujeres periodistas españolas durante la Transición*. Universitat Abat Oliba CEU.
- Canel, M. J. (2000). *Periodistas al descubierto*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Capmany, M. A. (1966). *La dona a Catalunya*. Barcelona: Edicions 62.
- Castañón, J. (2007). Mujer, idioma y fútbol en España (1904-2004). *Lecturas: Educación Física Y Deportes*, (107). Retrieved from <http://www.efdeportes.com/efd107/mujer-idioma-y-futbol-en-espana-1904-2004.htm>
- Claringbould, I., Knoppers, A., & Elling, A. (2004). Exclusionary Practices in Sport Journalism. *Sex Roles*, 51(11-12), 709-718. doi:10.1007/s11199-004-0720-3
- Consejo Audiovisual de Andalucía (CCA). (2008). *Estudio sobre deporte y género en televisión*.
- De Pablos, E., & Tarifa, E. (2003). *Conciliar vida laboral i familiar: tasca impossible per a les periodistes?* Barcelona.
- Diezhandino, M. P. (2008). *El periodismo en la era de Internet. Claves para entender la situación de la*

- información periodística en España. Colección Fundación Telefónica. Madrid: Ariel.*
- Diezhandino, M. P. (2009). *Periodismo digital en tiempos de crisis. Un caso de estudio: El tratamiento de la inmigración en los medios. Colección Fundación Telefónica. Madrid: Ariel.*
- Dones i esport* (No. 29). (2011). Barcelona.
- Emakunde. (1994). *Participación de las mujeres en los medios de comunicación de Euskadi y en la publicidad. Vitoria-Gasteiz.*
- Fàbregues S., & Paré M. (2013). El grup de discussió i l'observació participant. In: *Construcció d'instruments per a la investigació a les ciències socials i del comportament. Barcelona: UOC.*
- Fagoaga, C., & Secanella, P. (1984). *Umbrals de presència de la dona en la premsa espanyola. Madrid: Instituto de la Mujer.*
- Fernández, J. M. (2005). La noción de violencia simbólica en la obra de Pierre Bourdieu: una aproximación crítica. *Cuadernos de Trabajo Social, 18*, 7-31.
- Franquet, R. M. (1982). Por un discurso no androcéntrico en los medios de comunicación. In *El sexismo en la ciencia. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.*
- Franquet, R. M. (1991). La mujer, sujeto y objeto de la información radiotelevisiva. In *Síntesis de estudios e investigaciones del Instituto de la mujer (1990-1994). Madrid: Instituto de la Mujer.*
- Friedman, J. (1992). *Empowerment: The Politics of Alternative Development. Massachusetts: Blackwell Ed.* Retrieved from <http://www.dicc.hegoa.ehu.es/listar/mostrar/86>
- Gallagher, M. (1979). *El modo de presentar a la mujer en los medios de comunicación. París: UNESCO.*

- Gallagher, M. (1981). *Unequal Opportunities. The case of Women and the Media*. París: UNESCO.
- Gallego, J. (1998). *Gènere i informació*. Barcelona.: Associació de dones periodistes. Retrieved from http://ccuc.cbuc.cat/record=b2144930~S23*cat
- Gallego, J. (2002). La prensa diaria por dentro: mecanismos de transmisión de estereotipos de género en la prensa de información general. *Anàlisi: Quaderns de Comunicació I Cultura*, (28), 225-242.
- Gallego, J. (2007). De reinas a ciudadanas (o la imposibilidad de dejar colgado el género en la puerta). In *Buenas prácticas periodísticas desde la perspectiva de género* (pp. 11-34). Madrid: M^a Isabel Menéndez Menéndez.
- Gallego, J., & Del Río, O. (1993). *El sostre de vidre. Situació socio-professional de les dones periodistes*. Barcelona: Institut Català de la Dona.
- Gamba, S. (2008). ¿Qué es la perspectiva de género y los estudios de género? Retrieved from <http://www.mujaresenred.net/spip.php?article1395>
- Gámez Fuentes, M. J., & Rivas Machota, A. M. (2009). La construcció de la igualtat a través dels mitjans de comunicació: aproximacions per a un desenvolupament pedagògic. *Quaderns D'educació Contínua*, (20), 5-12. Retrieved from <http://hdl.handle.net/10234/24903>
- GMMP. (1995). *Proyecto de Monitoreo Global de Medios. Informe nacional*.
- GMMP. (2000). *Proyecto de Monitoreo Global de Medios. Informe nacional*.
- GMMP. (2005). *Proyecto Global de Monitoreo de Medios. Informe nacional*.

GMMP. (2010). *Proyecto de Monitoreo Global de Medios. Informe nacional*.

Grubb, M. V., & Billiot, T. (2010). Women sportscasters: navigating a masculine domain. *Journal of Gender Studies*, 19(1), 87–93. doi:10.1080/09589230903525460

Gutiérrez Pequeño, J. M. (2008). *Mujer, deporte y medios de comunicación*. Universidad de Valladolid.

Hardin, M. (2005). Stopped at the Gate: Women's Sports, "Reader Interest," and Decision Making by Editors. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 82(1), 62–77.
doi:10.1177/107769900508200105

Hardin, M. (2013). Want Changes in Content?: Change the Decision Makers. *Communication and Sport*, 1(3), 241–245. doi:10.1177/2167479513486985

Hardin, M., & Shain, S. (2005a). Female Sports Journalists : Are We There Yet? "No." *Newspaper Research Journal*, 26(4), 22–35.

Hardin, M., & Shain, S. (2005b). Strength in Numbers? the Experiences and Attitudes of Women in Sports Media Careers. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 82(4), 804–819.
doi:10.1177/107769900508200404

Hardin, M., & Shain, S. (2006). "Feeling Much Smaller than You Know You Are": The Fragmented Professional Identity of Female Sports Journalists. *Critical Studies in Media Communication*, 23(4), 322–338. doi:10.1080/07393180600933147

Ibáñez, E. (2001). Información sobre deporte femenino: el gran olvido. *Apuntes. Educació Física Y Deportes*, (65), 111–113.

Ibáñez, M. E., & Lacosta, M. (1998). *Informació esportiva: només per a ells*. In *Gènere i informació*.

Barcelona.

Jorge Alonso, A. (2004). *Mujeres en los medios, mujeres de los medios. Imagen y presencia femenina*

en las televisiones públicas: Canal Sur TV. Barcelona: Icaria.

Lagarde, M. (1996). *Género y feminismo. Desarrollo humano y democracia*. Madrid: Horas y horas.

Lamas, M. (1995). La perspectiva de género. *La Tarea: Revista de Educación Y Cultura de La Sección*

47 Del SNTE, (8), 14-20. Retrieved from <http://www.latarea.com.mx/articu/articu8/lamas8.htm>

León Mejía, A. (2010). *Una aproximación analítica al sistema de género*. Universitat Autònoma de

Barcelona.

Limor, Y., & Lavie, A. (2002). The Feminization of the Media: The Case of Israel. In *XXIII Annual*

Conference of the International Association for the Mass Communication Research (IAMCR),

Gender and Communication section. Barcelona.

López Díez, P. (2002). *Representación de género en los informativos de radio y televisión*. Madrid.

López Díez, P. (2004). La mujer, las mujeres y el sujeto femenino en los medios de comunicación. In

Manual de Información de Género. Madrid: Instituto de la Mujer.

López Díez, P. (2005). *2º Informe de la investigación: Representación de género en los informativos de*

radio y televisión. Madrid.

López Díez, P. (2011). *Deporte, mujeres y medios de comunicación. Sugerencias y recomendaciones*.

Madrid: Consejo Superior de Deportes. Retrieved from

<http://www.csd.gob.es/csd/promocion/mujer-y-deporte/materiales-on-line-publicados-por-el-consejo-superior-de-deportes-en-relacion-con-los-programas-mujer-y-deporte/libro-deporte-y-mujeres-en-los-medios-de-comunicacion-sugerencias-y-recomendaciones>

Mastro, D., Seate, A. A., Blecha, E., & Gallegos, M. (2012). The Wide World of Sports Reporting: The Influence of Gender- and Race-Based Expectations on Evaluations of Sports Reporters.

Journalism & Mass Communication Quarterly, 89(3), 458-474. doi:10.1177/1077699012447922

Mattelart, M., & Jordà, J. (1982). *Mujeres e industrias culturales*. Barcelona: Anagrama.

Melin-Higgins, M. (2001). Coping with Journalism: Gendered Newsroom Culture. In *Jornadas de discusi3n sobre la construcci3n de los estereotipos de g3nero en los medios de comunicaci3n*.

Facultat de Ci3ncies de la Comunicaci3n, UAB.

Melin-Higgins, M., & Djerf-Pierre, M. (1998). Networking in newsroom. *Journalist and Gender Cultures*.

In *Congr3s d'AIERI*. Glasgow.

Men3ndez, M. I. (2003). *El cuarto poder ¿un poder de mujeres?* Oviedo: Milenta.

Men3ndez, M. I. (2007). Periodismo desde la perspectiva de g3nero y la igualdad como criterio de

calidad. In *Buenas pr3cticas periodísticas desde la perspectiva de g3nero*. Madrid: AMECO,

Asociaci3n Espa~ola de Mujeres Profesionales de los Medios de Comunicaci3n.

Mic3, J. L. (2012). *N3nxols d'ocupaci3n per a periodistes. Crisi, oportunitats en el sector i necessitat de formaci3n* (Vol. 1). Barcelona.

Miller, P., & Miller, R. (1995). The invisible woman: Female sports journalists in the workplace.

Journalism & Mass Communication Quarterly, 72(4), 883-889.

Murguialday, C., Pérez de Armiño, K., & Eizagirre, M. (2000). Empoderamiento. In *Diccionario de Acción Humanitaria y Cooperación al Desarrollo*. Retrieved from <http://www.dicc.hegoa.ehu.es/listar/mostrar/86>

Ortega, F., & Humanes, M. (2000). *Algo más que periodistas. Sociología de una profesión*. Barcelona: Ariel.

Palau, M. (2008). Les periodistes com a generadores d'una nova imatge de dona? *Dossiers Feministes*, (11), 95-103.

Papí Gálvez, N. (2008). *El género entre bastidores. El caso de las periodistas de la Comunidad Valenciana*. Alicante: Universidad de Alicante.

Pateman, C. (1988). *The sexual contract*. Polity Press.

Ramajo, N., & Luzón, V. (2009). La representación de la mujer deportista en la televisión generalista. Un caso práctico: la televisión pública catalana (TV3 y C33). In *II Jornadas Mujer y Medios de Comunicación* (pp. 68-84). Leioa: Universidad del País Vasco.

Rose, S. O. (2010). *¿Qué es historia de género?* Madrid: Alianza Editorial.

Rovetto, F. (2013a). Estudios feministas y medios de comunicación: Avances teóricos y periodísticos en España y Argentina. *Revista F@ro*, 1(16), 14-27.

Rovetto, F. (2013b). Percepciones sobre desigualdades de género en el trabajo periodístico. *Global Media Journal México*, 10(20), 54-73.

Rowlands, J. (1997). *Questioning Empowerment*. Oxford: OXFAM. Retrieved from

<http://www.dicc.hegoa.ehu.es/listar/mostrar/86>

Ruiz Olabuénaga, J. I., Aristegui Fradua, I., & Melgosa, L. (1998). *Cómo elaborar un proyecto de investigación social*. Bilbao: Universidad de Deusto. Retrieved from

http://cataleg.ub.edu/record=b1948832~S1*cat

Ruiz Olabuénaga, J. I. (2007). *Metodología de la investigación cualitativa*. Bilbao: Universidad de Deusto. Retrieved from http://cataleg.ub.edu/record=b1989099~S1*cat

Sáinz de Baranda Andújar, C. (2010). *Mujeres y deporte en los medios de comunicación. Estudio de la prensa deportiva española (1979-2010)*. Universidad Carlos III de Madrid.

Sáinz de Baranda Andújar, C. (2014). Las mujeres en la prensa deportiva: dos perfiles. *Cuadernos de Psicología Del Deporte*, 14(1), 91-102.

Schoch, L. (2013). "I Love To Play the Bimbo Sometimes With Athletes." *Journalism Practice*, 7(1), 96-

111. doi:10.1080/17512786.2012.701922

Soriano, J., Cantón, M. J., & Díez, M. (2005). La pseudofeminización de la profesión periodística en España. *Zer*, (19), 35-52.

Soriano, J., & Soler, P. (2005). Contribucions a la sociologia de la professió periodística a Catalunya.

Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura, (32), 93-116.

Tuchman, G. (1983). *La producción de la noticia*. Barcelona: Gustavo Gili.

Van Zoonen, L. (1994). *Feminist Media Studies*. London: Sage.

Zagalaz Sánchez, M. L. (1999). La educación física femenina durante el franquismo. La sección femenina. *Apunts. Educació Física Y Deportes*, (65), 6-16.

Zamora, E. (1998). *Participació de la dona en l'esport i l'Olimpisme*. Barcelona.