

El socialisme de Fontana, queda clar quan arribem al final del text, és el del pensament crític; el de qui malda per rescatar la política de les mans dels empresaris; el del qui espera poder superar la socialdemocràcia i unir forces amb altres lluites socials globals.¹⁵ Entremig, la tasca de l'historiador marxista: historiar les recents mutacions del capitalisme i exposar com passem de l'austeritat a la vigilància i a la repressió. ◀

Anna Senent

FEMINITATS I COMUNICACIÓ

Comunicar i marcar la diferència. Testimonis de joves periodistes valencianes

A. Carratalá Simón, D. Palau Sampio, R. Miralles Lucena i J. L. Gómez Mompert, eds.
241 pp., 2020, València, Publicacions Universitat de València

Al llibre *Contarlo para no olvidar*, dues periodistes, Maruja Torres i Mónica G. Prieto, reflexionen sobre la guerra i les seues relacions amb la professió periodística. Entre altres suggestives reflexions, Mónica G. Prieto recorda el següent:

Tras la invasión de Irak en 2003, Javier Espinosa venía de Kuwait, Alfonso Rojo de Kurdistan y yo de Bagdad. Alfonso y yo regresamos al mismo tiempo a la redacción de *El Mundo*. Habían matado al compañero Julio Anguita [empotrado con los norteamericanos]. El comentario de un director adjunto fue: «Alfonso, qué pedazo de trabajo, enhorabuena, siempre tan valiente». Cuando se giró hacia mí, me dijo: «Hombre, Mónica, qué morena estás, parece que has estado de vacaciones».

Un comentari tan vergonyós podria encaixar en una història del franquisme, però és del segle XXI i ben bé podia haver passat ahir mateix. Sobre aquest menyspreu professional i intel·lectual, sobre aquests i altres macro i micro masclismes parlen ara un grup de joves periodistes en *Comunicar i marcar la diferència*, una iniciativa de la Unitat Docent de Periodisme de la Universitat de València que celebra així, en clau de dona, la majoria d'edat dels seus estudis. El llibre recull

¹⁵ Aquí ja hi podríem veure l'ombra de pensadors renovadors per l'esquerra, com Ernesto Laclau o Chantal Mouffe. Penso sobretot en les tesis de la darrera a *For a Left Populism* (Verso, 2018)

30 testimonis que fan un bon mural informatiu i de reflexió sobre l'accés de les dones al món del treball en l'àmbit de la comunicació.

Cada dia trobem més investigacions sobre els mitjans de comunicació i la seua accelerada transformació a partir de les noves tecnologies i l'impacte de les xarxes socials. No obstant això, des de la perspectiva de les dones, la gran majoria d'aquestes investigacions són incompletes i només tenen una utilitat parcial perquè, curiosament, una i altra vegada cometem el mateix error: no inclouen en les seues reflexions una perspectiva de gènere. En aquest aspecte, la recopilació que fa la Unitat Docent de Periodisme no es pot entendre com un esforç aïllat, sinó que s'afegeix a les últimes aportacions que assumeixen el compromís d'incorporar a la pràctica de la comunicació els canvis socials i culturals dels últims anys. Dit d'una altra manera, assumeixen, entre altres, els canvis que visibilitzen les dones i la seua contribució a la societat. Molt més adient en aquest cas, perquè, com recorda l'equip editor del llibre, les dones sempre han superat clarament en nombre els estudiants homes en la titulació de Periodisme.

Potser és interessant deixar clar ací que, almenys des del meu punt de vista, no hi ha receptes per fer un periodisme feminista, però sí que hi ha una clara perspectiva de gènere i aquest és, precisament, un dels grans atractius d'aquest llibre. En un pròleg que poques periodistes deixarien de signar, la professora de la Universitat Autònoma de Barcelona Joana Gallego es pregunta si els mitjans de comunicació són un obstacle o un motor per a la igualtat. I arriba a la conclusió que poden ser un motor per a la igualtat si «realment es prenen seriosament la desigualtat entre homes i dones». És a dir, els mitjans de comunicació només seran un motor per a la igualtat en la mesura que siguem capaços d'establir una nova mirada que incloga les dones en la seua individualitat. Per aquest objectiu han lluitat i lluiten les joves periodistes que trobem a *Comunicar i marcar la diferència*.

LA MIRADA VIOLETA

Donat que el mercat condemna les dones a pitjors condicions laborals i més dificultats de progressió professional, a la Unitat Docent de Periodisme volien saber a què s'havien enfrontat les estudiants després del seu pas per la Universitat. Què se n'havia fet, d'aquelles estudiants de periodisme que elles i ells havien format? Han aconseguit treballar?, quins obstacles hi han trobat? Les seues empreses, han acceptat la doble mirada de dona i de jove que elles aporten? Han pogut desenvolupar l'ofici en condicions d'igualtat? Es pot fer un periodisme feminista?... I tot un seguit de preguntes sobre les quals s'interroguen i reflexionen un grup significatiu de periodistes valencianes.

Les respostes arriben des de diversos perfils professionals: des d'aquelles que han aconseguit treballar en un gran mitjà nacional, les que s'han incorporat a un gabinet de premsa, les que s'han fet gestores de continguts digitals, les analistes de dades, les que han aconseguit posar en peu un mitjà digital, les que han aconseguit exercir a l'estranger o les que han tingut un grapat de treballs diferents fins a poder establir-se. Un amplí ventall de situacions i circumstàncies professionals que van enriquir les reflexions que fan les dones al voltant de la seua realitat professional.

Òbviament, totes elles ja fa un temps que deixaren els estudis i aquesta distància els ha permès una mirada més objectivada per a parlar de com ha sigut la seua història professional. Del primer que s'adonen quasi totes és que les seues opinions respecte del que és, per exemple, una notícia, són molt poc valorades. Mirem estretament aquest aspecte perquè és més substancial del que pot semblar. Vist amb perspectiva de gènere, això significa que els mitjans de comunicació difonen una selecció de fets i persones que bandegen les dones com a protagonistes de l'actualitat mediàtica. És a dir, instal·len i reinstal·len invariablement la dona en el món familiar i afectiu o, si volem dir-ho d'una altra manera, els mitjans de comunicació construeixen tots els dies una identitat femenina allunyada de la realitat de les dones. Unes propostes tradicionals i estereotipades contra les quals moltes periodistes, i per descomptat totes les que ens conten la seua experiència, han de lluitar incansablement. En paraules de Joana Gallego, els mitjans han d'introduir la perspectiva de gènere en els assumptes col·lectius: «Mirant d'una altra manera la realitat i els temes dels quals informar, els escenaris que s'han de cobrir, les persones a les quals entrevistar, les fonts a què recórrer». Un canvi radical que s'emporta molts dels esforços de les dones i de vegades uns afanys excessius, ja que si la censura és perjudicial per a la pràctica del periodisme, més difícil encara és enfrontar-se a l'autocensura que sotmet les periodistes a interessos informatius que no inclouen la perspectiva del seu gènere. Com recorden aquestes professionals: el feminisme també és necessari per a millorar el periodisme.

En l'àmbit acadèmic és difícil rebutjar que un dels canvis socials més importants de les primeres dècades del segle XXI és el que han protagonitzat les dones i la seua lluita per construir una societat més igualitària. En les redaccions, i això es fa palès en quasi tots els testimonis, hi ha un continu esforç de les periodistes per fer que les dones tinguen una adequada representació social, que siguen referents de les notícies polítiques, laborals, científiques o econòmiques que hui en dia en un gran percentatge només protagonitzen els homes. Un esforç, en definitiva, per impedir que les dones siguem quasi transparents per als mitjans informatius i només

brollen en aquells aspectes en què se'ns estigmatitza. En el 2015, segons les dades del GMMP,¹⁶ les dones només estan representades en el 32 % de les informacions, mentre que com a expertes no arriben al 9 % de presència. Si mirem les pàgines d'opinió, només el 20 % dels articles estan signats per dones, i per tant, l'opinió dels homes al voltant de nombrosos aspectes polítics, socials o econòmics és aclaparadora. Són dades feridores a les quals s'oposen les dones periodistes amb diverses iniciatives, entre les quals es poden mencionar l'Agenda d'Expertes de la Unió de Periodistes Valencians, amb dades de contacte d'expertes de les disciplines més variades, les Dones Referents del col·lectiu de periodistes Les Beatrises o el llibre d'estil de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació (CVMC) que s'ocupa del llenguatge sexista i de la violència de gènere.

EL MALESTAR FEMENÍ

Tan important com el llenguatge o la feble representació als mitjans és analitzar el lloc on sí que apareixen les dones i aquest espai és, amb majúscules, el reservat a les «víctimes». Les periodistes ho saben bé i ho relaten en primera persona. Majoritàriament, les dones apareixen a les seccions de successos lligades a la seua condició familiar —són mares, dones, filles, núvies, etc.—, fotografiades amb ulls sexistes i, per estrany que sembla, afectades per un fenomen anòmal: elles mateixa es moren, quasi mai les maten o les assassinen. Com a exemples, dos titulars que aporta una de les testimonis: «Fallece apuñalada una mujer de 40 años» o «Vida normal de la chica violada en San Fermin». I així quasi tots els dies i a quasi tots els mitjans. Aquesta victimització arriba encara més lluny en el cas de les dones immigrants que de manera predominant apareixen com a prostitutes, delinqüents o explotades. És molt difícil trobar als mitjans de comunicació cap altre model de dona immigrant.

Un tractament tan esbiaixat de la informació no només es troba als successos, també se'n pot seguir el rastre en notícies de salut o política, per no parlar dels esports. A les pàgines esportives de la premsa escrita es troben testimonis que serien per a esclatar a riure si no tingueren conseqüències doloroses per a les dones. Amb titulars dels darrers Jocs Olímpics, una de les testimonis visibilitza la discriminació ofensiva. En relació amb les victòries de la campiona olímpica de bàdminton Carolina Marín, un titular expressava «Rivas, el hombre que convirtió en oro las rabietas de Carolina» o un altre que volia ser cridaner s'esplaiava «La lista de buenorras

¹⁶ Global Media Monitoring Project depèn de l'ONU i és l'estudi internacional de gènere més important als mitjans de comunicació.

internacionales en los Juegos Olímpicos». Aquest últim el van canviar després per «La lista de las atletas olímpicamente atractivas» que els degué semblar més suportable. Però no cal anar-se'n als Jocs Olímpics de Ríó; tornant a la política, per exemple, a la cimera de la Unió Europea del mes de juliol de 2020, la primera ministra finesa, de 34 anys, va protestar per unes paraules a porta tancada del president Pedro Sánchez. Un dels titulars de l'incident comunicava «La finesa cañón que puso firme a Sánchez».

Si deixem la premsa escrita i passem a la ràdio i a la televisió, la situació de les dones no millora. La televisió és especialment implacable i aspra per a qui no té l'atractiu físic exigit. Per a les dones que volen dirigir o presentar un programa, i això també significa un salari més alt, hi ha sacrificis addicionals com, per exemple, no poder envellir. Un dels testimonis parla de la seua experiència a la televisió nord-americana. El presentador del seu programa tenia 65 anys. Ella 39. «Estan a la cúspide —es lamenta— per ser guapes... i tots obliden els esforços que han fet i els seus increïbles currículums». A la televisió s'assumeix com a natural que les professionals que volen triomfar han de ser joves i atractives, o, com remarquen els directius, han de «donar bé en pantalla». En tot cas, cap d'elles posa en dubte que la mirada masculista s'interposa a l'hora d'avaluar els currículums professionals de les dones.

Una altra gran preocupació de les dones periodistes són les condicions de treball, que moltes consideren indignes i discriminatòries respecte dels seus companys. Totes elles dediquen unes quantes reflexions a la situació laboral. Als horaris infernals s'afegeixen unes redaccions agobiades per les xarxes socials, on el ritme de la producció informativa és frenètic i on s'afavoreix més la rapidesa que no la informació veraç i contrastada. És la història del maleït click que va en paral·lel als efectes devastadors que la crisi econòmica del 2008 va tenir als mitjans de comunicació. Al tancament de diaris va seguir el comiat de milers de periodistes i l'inici d'un model de treball clarament precari, amb menys drets laborals, que afecta les dones i els homes d'aquesta professió.

Un panorama laboral penós que té més incidència en la vida personal de les dones per les característiques del treball periodístic: plena disponibilitat horària, treball en cap de setmana i festius, desplaçaments, etc. «A un braç —conta una d'elles— el xiquet al pit i a l'altre el ratolí. No és ni més ni menys que altres però n'és una realitat que només ens afecta a nosaltres», i això fa de la maternitat i de la conciliació familiar un problema afegit a les condicions laborals. De vegades fins i tot es transforma en una angoixa que acompanya les més joves. «Les rutines de la professió —assegura una altra— no ajuden a ser mare i això preocupa inclús a les professionals més joves que no es troben encara en eixe escenari». Raó no els hi

falta. L'últim informe publicat enguany pel Banc d'Espanya assegura que les dones de qualsevol treball o professió perden un 11 % del salari només tenir el primer fill i la bretxa continua aprofundint-se fins arribar, a més llarg termini, al 28 %. Com a resultat, l'any 2017 el salari brut de les dones a Espanya va representar el 78,4 % del dels homes i no sols perquè demanen reducció de la jornada laboral per a poder quadrar el seu horari amb els col·legis, les cuidadores, l'atenció mèdica, etc. Potser per això moltes dones canvien els mitjans de comunicació per gabinets de premsa en institucions i empreses o es fan autònomes amb l'objectiu de tenir un treball més ordenat.

Penalitzada la maternitat, les dones que han pogut superar les dificultats d'equilibrar la vida familiar i professional encara no poden mirar al cim. Damunt d'elles hi ha el cèlebre sostre de vidre difícil de trencar. Un informe publicat per l'Asociación de la Prensa de Madrid el 2017, citat al llibre, posava de relleu que la promoció de les dones s'estanca a partir del lloc de cap de secció. A l'hora de dirigir el percentatge d'homes duplica al de les dones i si es parla de càrrecs d'alta direcció només es troben un 2,6 % de dones. La precarietat laboral i la inseguretat també porten nom femení: segons el mateix informe, el percentatge de contractes indefinits és superior en el cas dels homes i els femenins en canvi són superiors en els contractes per obra: exactament el 12,4 % enfront d'un 4,8 %. No és estrany, doncs, que siguin majoritàries les periodistes que assenyalen la precarietat, la inseguretat laboral, la bretxa salarial, l'assetjament sexual o el menyspreu intel·lectual com a acompanyants de la seua vida laboral.

Fa molts anys que les dones s'han incorporat a la professió periodística, però les noves generacions s'enfronten als mateixos problemes. «Nosaltres —explica una de les testimonis— som les que més sofrem l'atur, les que més treballem com a autònomes, les que tenim més contractes temporals i, per descomptat, cobrem salaris més reduïts.»

De tot aquest malestar, dels seus esforços per aconseguir currículums impecables i de les seues curioses experiències ens parlen sincerament les joves periodistes. Com es pregunta retòricament una d'elles: si les dones representen el 70 per cent del grau de Periodisme, parlen idiomes, han treballat a l'estranger i han cursat tot tipus de màsters: aleshores, exactament, on està el problema? La resposta, totes ho sabem, està en el gènere.

I per a no reproduir en la feina les mateixes rutines, les mateixes actituds laborals, el mateix desfici professional, l'experiència d'aquestes periodistes és per a totes, i per descomptat per a tots, una invitació a superar models femenins antics, estereotipats i patriarcals en l'àmbit de la comunicació. ◀