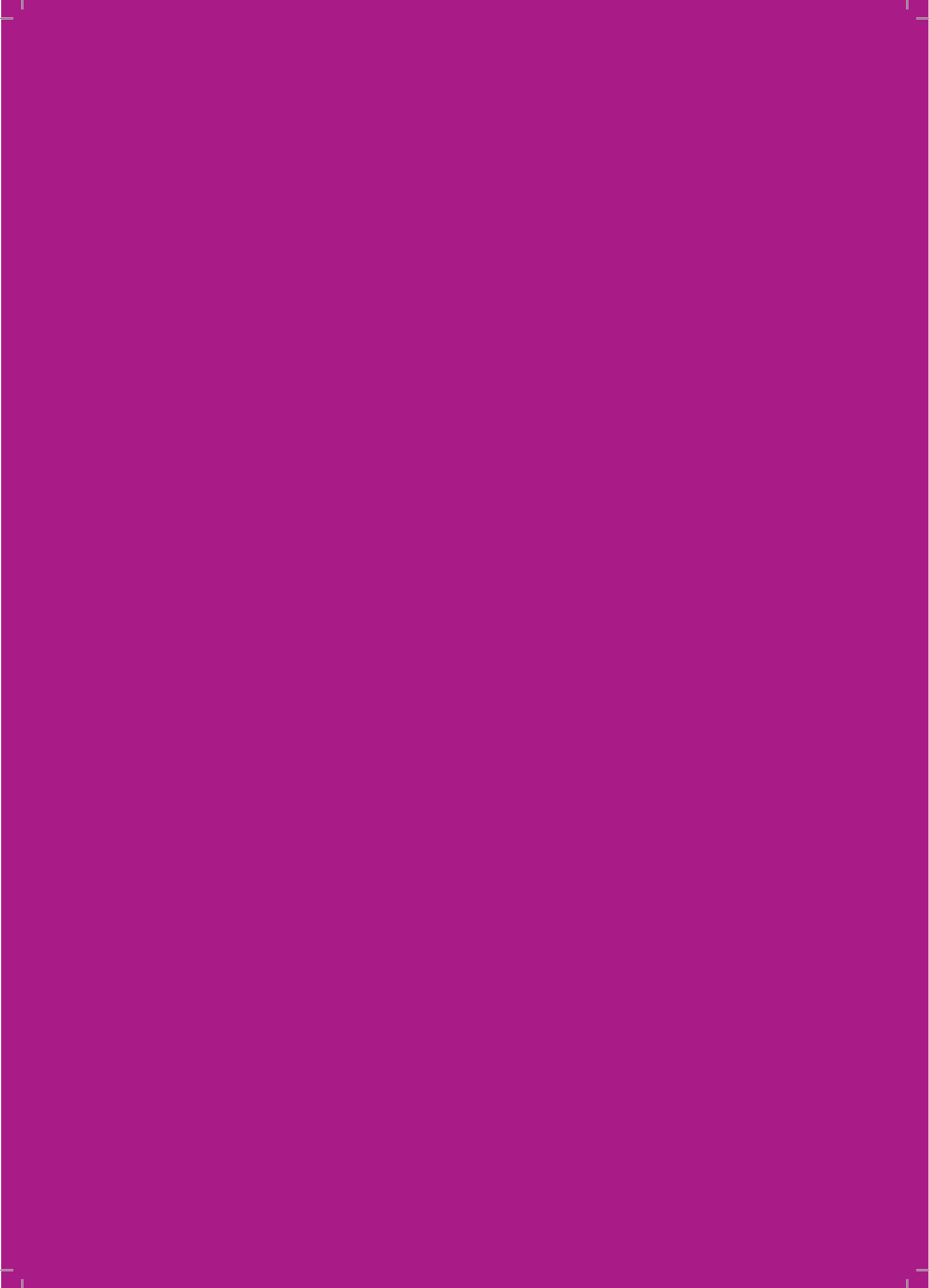
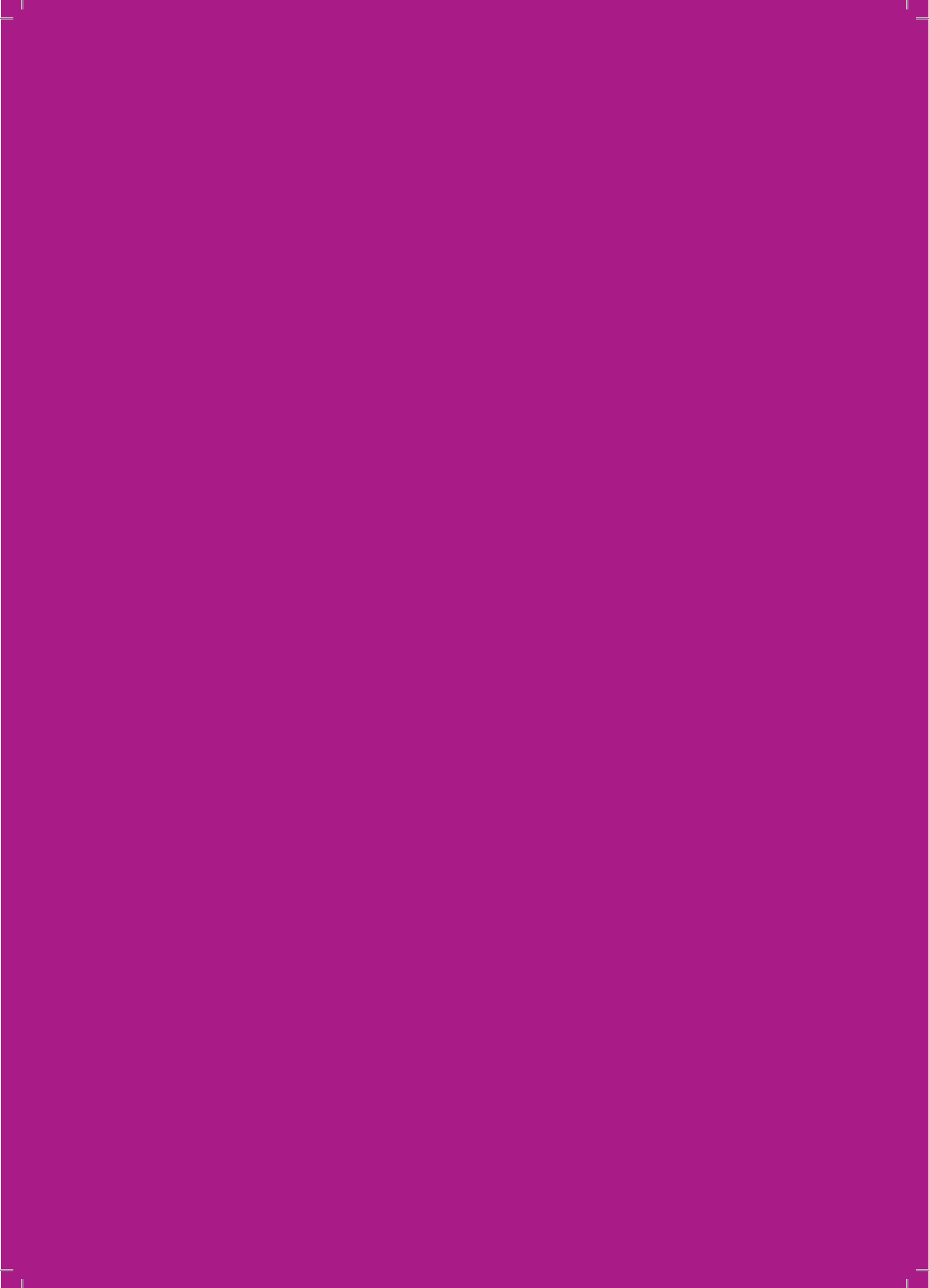




UN DIA A LES NOTÍCIES EN CLAU DE GÈNERE

Protagonistes i periodistes als mitjans de comunicació
de les Illes Balears





Investigadora principal

Elvira Altés Rufias

Investigadora en comunicació i gènere, autora de diversos estudis sobre la presència i la representació de les dones i el gènere als mitjans de comunicació. Ha liderat el *GMMP 2005 i 2010* de l'Estat espanyol i és *Premi a la Investigació sobre Comunicació de Masses* que concedeix el *Consell de l'Audiovisual a Catalunya*.

Agraïments per la disposició i l'interès que han demostrat en l'elaboració d'aquest estudi a:

Marina Caubet,

periodista, que ha coordinat el treball de camp.

Sílvia Majó,

investigadora en formació de l'In3 de la UOC, que ha contribuït al disseny de l'estudi i a la redacció de l'informe.

Eva Gómez,

doctoranda en Comunicació a la Universitat Pompeu Fabra, que ha ajudat en la localització i descripció de les notícies per a l'anàlisi qualitativa.

Carles Sánchez,

de l'empresa Esta Distix, que ha tabulat i elaborat les taules i els gràfics de l'informe.

I a totes les persones esmentades a l'apartat metodològic, que han participat en l'anàlisi quantitativa dels mitjans.

Una publicació d'Ajuda en Acció (2014)



Aquest estudi ha estat finançat amb el suport de la Direcció General de Cooperació i Immigració del Govern de les Illes Balears



**Govern
de les Illes Balears**

Vicepresidència i Conselleria de Presidència
Direcció General de Cooperació i Immigració

**«El periodisme que no es qüestiona
ni s'interpel·la a propòsit dels valors
que transmet reforça i manté
ben engreixats els mecanismes
de transmissió d'estereotips.»**

ÍNDEX

9	Preàmbul
11	INTRODUCCIÓ
14	Objectius
15	Context comunicacional de les Illes Balears
17	RESUM DELS PRINCIPALS RESULTATS
21	METODOLOGIA D'ANÀLISI
24	Mitjans monitoritzats i persones que han fet el seguiment
25	20 de març de 2014: un dia a les notícies
27	ANÀLISI QUANTITATIVA
28	Presència i absència de dones i homes a les notícies
29	Localització de la notícia: Illes Balears, Espanya, Internacional
30	Temes a les notícies
34	Fonts de les notícies: protagonistes, secundàries i citacions directes
35	Subjectes de la notícia segons l'ocupació que es descriu
38	Funció dels subjectes a la notícia
40	Periodistes: qui presenta, firma i/o elabora la informació?
45	ANÀLISI QUALITATIVA: ESTUDIS DE CAS
46	Notícies obertament estereotipades
48	Notícies subtilment estereotipades
50	Oportunitats perdudes d'aportar una mirada inclusiva
53	Informacions amb consciència de gènere
57	REFLEXIONS I CONCLUSIONS
58	Protagonistes
59	Periodistes
60	Alternatives a la rutina periodística
63	BIBLIOGRAFIA

La lluita per la igualtat entre dones i homes, una revolució permanent

La gran transformació que ha experimentat la situació de les dones constitueix segurament el progrés social més important de la història contemporània: una veritable revolució. A dia d'avui, els drets de les dones són entesos com a drets fonamentals, i són defensats com a tals a bona part del món desenvolupat per institucions de govern, la societat civil organitzada i la ciutadania en general; quelcom que no hauria estat possible sense el compromís de milions de dones que —individualment o de forma col·lectiva— han lluitat al llarg de la història per veure equiparats els seus drets als dels homes.

Aquesta evidència, malgrat tot, és incompatible amb el triomfalisme. No tan sols perquè un relaxament en la vigilància dels drets pot comportar-ne un retrocés, sinó perquè aquest històric avanç només és un fet real i tangible en una part relativament petita del món. I és que els drets universals de les dones són conculcats extensivament des del més elemental, que és el dret a la salut, fet que genera conseqüències com la feminització de la pobresa. Fins i tot en les societats econòmicament més desenvolupades i en les considerades més igualitàries se segueixen registrant desigualtats preocupants en el món laboral i en el domèstic i de la cura, per esmentar-ne només dos exemples, al quals s'ha d'afegir el de la violència masclista sobre les dones, que, de formes i en graus molt diversos, evidencia la pervivència del patriarcat en la seva versió més ultratjant.

Per tot això, continua essent necessari un enfocament transversal del gènere i un aprofundiment en les causes econòmiques, socials i polítiques que generen desigualtat. És aquest el marc en el qual s'inscriu aquest estudi, que és una extensió de campanyes fetes a l'Estat espanyol, i amb èmfasi particular a Catalunya, per avançar en l'agenda de gènere en àmbits clau pel que fa a la reproducció i la transmissió de valors, com són l'educatiu, el de la política i el dels mitjans de comunicació.

Més concretament, i gràcies al suport del Govern de les Illes Balears, analitzam aquí la representació que fan els mitjans de comunicació de les dones i els homes, i examinem la forma en què aquesta representació es tradueix en relacions desiguals de poder i en l'assignació de rols segons el sexe de la persona. Observant amb atenció un dia a les notícies, tal com hem fet, arribam a la conclusió que **són molts els estereotips per trencar i no poques les pràctiques periodístiques que cal revisar** per continuar avançant cap a una veritable igualtat entre dones i homes.



1. Introducció

Tots els estudis coincideixen a assenyalar que la representació de les dones als mitjans de comunicació és escassa i força estereotipada. Així es desprèn del Projecte Global de Seguiment de Mitjans (GMMP, en les sigles en anglès) dut a terme a més d'un centenar de països de tot el món.¹ En concret, en l'àmbit de l'Estat espanyol, la presència de dones i homes als diaris i als informatius de la ràdio i la televisió era el 2010 del 28% i del 72% respectivament, és a dir que la presència femenina no arribava ni a la tercera part. Més recentment, gràcies al programa *Dones i homes ens movem per la igualtat* impulsat per Ajuda en Acció, s'ha analitzat l'espai d'economia dels mitjans de Catalunya i el percentatge ha estat encara més baix, ja que només 2 de cada 10 persones que surten en aquest àmbit informatiu són dones.²

Com mostren aquestes dades (i d'altres que s'hi podrien afegir), la meitat de la població no resulta visible al públic consumidor de mitjans de comunicació tradicionals, i, com a derivada inevitable, tampoc no ho són les accions, les idees, les creacions i, en definitiva, les aportacions que les dones fan al funcionament social, polític i econòmic de la nostra societat. Aquesta manca de representació, a més d'injusta, es converteix en una violència simbòlica que s'exerceix sobre les dones, ja que n'impedeix o en dificulta la identificació amb referents d'aquests àmbits que estimularien el seu apoderament.

Estudis elaborats a diversos països³ documenten que hi ha una divergència considerable entre la realitat i allò que els mitjans de comunicació proposen com a interpretació de l'actualitat. Les anàlisis dutes a terme palesen que les pràctiques i els discursos dels mitjans de comunicació tendeixen a negar la veu de les dones com a subjectes de la informació, la qual cosa significa que

la imatge del món, és a dir, les cares que veiem, les veus que escoltam, les històries que llegim i les anàlisis que incorporam en la nostra opinió pública, és predominantment masculina.

Aquest treball es proposa la fita d'analitzar i de reflexionar sobre com els mitjans de comunicació de les Illes Balears representen les dones i el gènere; explicar quines tradicions professionals caldria repensar per a una comunicació més inclusiva; donar resposta als interrogants que sovint es fa la ciutadania a propòsit de les notícies de gènere, i servir d'estímul a la professió periodística en el seu desig de treballar en pro d'un periodisme ètic.

Una altra consideració, del tot pertinent, és que mai no s'ha fet un estudi d'aquest tipus a les Illes Balears i, per tant, es desconeixen quines són les característiques de la representació dels gèneres que fan els mitjans de comunicació en aquest àmbit geogràfic i quina influència exerceixen els professionals periodistes en la producció de la informació.

El GMMP es va començar a desenvolupar el 1995 en un gran nombre de països de tot el món i, si bé ja s'ha practicat a Espanya en les tres últimes edicions, abans mai no s'havia desplegat a les Illes Balears, que ni tan sols hi han intervingut aportant l'anàlisi d'algun dels seus mitjans. És, doncs, la primera vegada que es pot oferir una instantània de les pràctiques dels mitjans de comunicació balears en la representació del gènere.

La Plataforma d'Acció de Beijing, impulsada i votada de forma unànime en la Conferència Mundial de la Dona del 1995, va animar les ONG i les associacions professionals que establissin grups de control dels mitjans de comu-

¹ www.whomakesthenews.org.

² <https://es.scribd.com/doc/112940056/Informe-MMCC-i-Ec>.

³ Images of women in the media. Luxemburg: Comissió Europea, 1999.

nicació amb la finalitat de vetllar perquè les necessitats i els problemes de les dones (caldrà afegir-hi els assoliments i les accions) es reflectissin en els mitjans de manera adequada.

És en aquest marc que Ajuda en Acció ha promogut l'anàlisi d'una dotzena de mitjans de comunicació (premsa, ràdio i televisió) que actuen a les Illes Balears, per tal de determinar la presència i la representació que fan de les dones i els homes que hi apareixen com a subjectes de les notícies. L'estudi també permet conèixer la influència que les i els professionals dels mitjans exerceixen sobre la informació i, per tant, reflexionar sobre els límits i aprofundir en els recursos que poden desplegar els responsables de la informació en la mirada que apliquen a l'actualitat.

Quan s'analitzen les pràctiques periodístiques des de la perspectiva de gènere són moltes les preguntes que sorgeixen i massa poc aclaridores les respostes que es troben. Sabem que és important què i qui surt a les notícies i com s'identifiquen les persones i es presenten els esdeveniments, però no acostumam a inquirir totes les històries que queden fora del relat periodístic, totes les possibles notícies que cauen de la graella dels mitjans. Cal observar què queda als marges, què no cobreix la informació periodística, per adonar-se que hi ha una cultura a les redaccions que determina la importància, l'interès i el valor de cada informació i actua en conseqüència; una cultura periodística que manté les seves arrels patriarcal, basades en la desigualtat de gènere i la discriminació, dues característiques que molt sovint el periodisme reforça i retroalimenta en les seves pràctiques quotidianes.

Quan s'interpel·len periodistes i responsables de mitjans sobre el baix índex de presència femenina i se'ls demana per la imatge marcadament masculina que ofereixen els mitjans, les i els periodistes acostumen a esgrimir raons com ara la falta de temps, la negativa femenina a parlar davant la premsa, la dificultat per trobar expertes o

l'opinió en contra del cap de secció, que no considera necessari posar en relleu les dimensions de gènere de la història que es narra, entre altres explicacions. Tot plegat són expressions superficials del que hi ha per sota: un entramat de valoracions i prioritats que s'estableixen i es defineixen basant-se en el gènere. És freqüent que els i les periodistes parlin del *lector/públic* en masculí, sense reconèixer les diferents posicions econòmiques i socials que hi ha entre dones i homes. No es valora ni es té en compte un factor essencial: que les relacions desiguals de gènere determinen i alhora són el resultat d'aquestes posicions i de les prioritats que sorgeixen d'aquestes posicions i relacions, talment com el peix que es mossega la coa.

En conclusió, a les notícies es tendeix a ignorar les dones, o com a molt se'n parla, en lloc de cercar a través d'elles o d'incorporar la seva anàlisi i veu com a part necessària dels relats que es volen apropar a l'audiència. Aquesta actitud és habitual, atès que no tan sols correspon a les pràctiques periodístiques i a les rutines de producció, sinó que també està molt arrelada en les normes de gènere que, de forma consuetudinària, han donat la paraula als homes. Una cultura androcèntrica de la qual ens farceix d'exemples la literatura, el cinema, la història, les arts plàstiques i tantes altres manifestacions de la cultura i les tradicions.

Objectius

Un dels reptes que afronta el periodisme en aquests moments és avançar cap a estàndards ètics i professionals que el distingeixin d'altres iniciatives comunicatives, i considerar-lo com una eina útil per mantenir les estructures democràtiques. Per donar resposta a aquest requeriment, cal exercir un periodisme de qualitat, com la millor via per a la seva supervivència i per arribar a noves audiències potencials, com les dones, les quals veuen com els mitjans no atenen els seus interessos i necessitats.

En aquest sentit, l'interrogant principal que la recerca vol aclarir és molt senzill:

En quina mesura les notícies són democràtiques, inclusives i amb participació justa de dones i homes des de la perspectiva de gènere?

Aquest estudi ha permès documentar les tendències i els biaixos en les representacions de les dones i els homes, tant en el discurs com en les imatges que projecten els mitjans de comunicació. Mostra una panoràmica de la representació que els mitjans d'informació balears fan dels subjectes de la notícia des del punt de vista quantitatiu i qualitatiu, per tal de:

- Conèixer quins són els dèficits de representació que afecten el col·lectiu femení.
- Detectar les pràctiques periodístiques que dificulten o impedeixen un relat més ajustat de la participació de les dones en la societat.
- Elaborar algunes conclusions que a manera de recomanacions poden contribuir a promoure la igualtat entre els sexes i l'apoderament de les dones en els mitjans.

A més d'aquests objectius, l'estudi també s'ha proposat quantificar i valorar la feina dels i de les periodistes en la seva tasca de donar visibilitat a temes i persones en l'agenda informativa.

Des del món del periodisme, hi ha veus que sostenen que tenir en compte el desequilibri de gènere en el contingut dels mitjans representa abdicar de l'objectivitat professional, de

manera que la promoció de polítiques sensibles al gènere es pren com un atemptat a la llibertat d'expressió. Una de les finalitats del seguiment de mitjans és retornar a la societat els resultats de l'estudi i contribuir d'aquesta forma a canviar el discurs tradicional de la llibertat d'expressió i d'informació pel concepte de dret de les dones en els mitjans i la comunicació. Un canvi que pot ajudar a eliminar els obstacles que impedeixen que les dones gaudeixin d'aquest dret.

Un altre dels propòsits de l'estudi és contribuir al diàleg entre els diferents agents socials que intervenen en l'acte comunicatiu: societat civil, institucions, públic usuari dels mitjans, persones que actuen com a fonts, professionals de la comunicació, empreses periodístiques, institucions educatives, etc., abastant totes les instàncies que tenen la capacitat de prendre decisions amb la intenció de generar sinergies en pro d'un interès comú. Aquest objectiu ha estat present des de la concepció mateixa de l'estudi, i per això part de les interaccions, les reflexions i els debats entre els actors del procés comunicatiu s'han produït ja en la fase de disseny i recollida de dades de la recerca. Això és així gràcies a la col·laboració de periodistes i representants de la societat civil de les Illes Balears en aquestes etapes de l'estudi. Tothom ha posat el seu gra d'arena a fer possible l'elaboració del treball de camp i, a més, ha tingut l'oportunitat de debatre ja en les fases inicials de la recerca sobre la necessitat de ponderar el discurs de la llibertat d'expressió amb el reconeixement necessari i democràtic del dret de les dones als mitjans i a la comunicació més enllà de la seva presència estètica en aquests espais. L'estudi, doncs, ja ha començat a complir en part un dels seus objectius.

Finalment, i com es veurà a continuació, amb els resultats que es desprenen de la recerca queda clar que l'objectiu global pel qual s'ha de treballar és promoure un veritable avanç en el tipus d'informació que s'ofereix, per tal que esdevingui més paritària des del vessant quantitatiu i més plural i diversa pel que fa a les representacions de les dones i els homes. Seguint aquest camí, es podrà assolir una comunicació més justa i democràtica, i també més precisa, interessant i valuosa per a la societat.

Context comunicacional de les Illes Balears

L'espai comunicatiu balear és força ampli i complex, tant per l'esforç que comporta mantenir un mitjà concret per a cada illa, com també per les diferències entre mitjans públics i privats, autòctons i de la Península. En l'onada de l'Observatori Balear de Mitjans i Audiències (OBMA) de març del 2013⁴ es controlen les audiències de 16 ràdios, 4 televisions, 6 diaris i 2 setmanaris, a més dels mitjans digitals. L'OBMA és un ens privat, creat per l'Institut Balear d'Estudis Socials (IBES), que ha presentat quinze estudis, amb informes independents per a Mallorca, Menorca i Eivissa.

A l'estudi del març del 2013, i agafant com a referència tot l'any 2012, s'anoten les tendències d'atenció que mereixen els mitjans tradicionals. La televisió registra increments que passen del 85% al 90% d'audiència, els diaris apunten una millora de públic que va del 35% al 44%, mentre que la ràdio tendeix a reduir els percentatges d'escolta del 49% al 45%.

L'informe ofereix dades desagregades per sexes en cadascun dels tres suports. Així, l'audiència radiofònica ha registrat, del 2011 al 2012, un increment en el cas dels homes del 53% al 63%, i un descens en el cas de les dones que va del 42% al 39%. L'audiència televisiva masculina ha disminuït un punt, del 90% al 89%, i la femenina es manté en el 88%. La lectura de premsa ha sofert un retrocés en ambdós sexes, i ha passat del 53% al 49% pel que fa als homes i del 33% al 31% pel que fa a les dones.

Cal situar aquestes dades en el panorama comunicatiu de les Balears, el qual es caracteritza per una marcada independència dels mitjans de cada illa que, excloent els temes comuns que fan referència a la política de la Comunitat Autònoma, no tenen gaire en compte o directament ignoren la resta d'informacions procedents de les illes veïnes.

Constatam que la majoria d'empreses comunicatives han duplicat les capçaleres dels seus diaris (*Última Hora*), o han creat estructures radiofòniques que van més enllà de les corresponsalies, almenys a cada una de les illes majors —Mallorca i Menorca— (Cadena Ser, COPE...).

⁴ <http://www.ibesinvestigacion.com/wp-content/uploads/2013/04/OBM-14-mar13-Vresumida.pdf>



2. Resum dels principals resultats

Només 2 de cada 10 persones que apareixen a les notícies de les Illes Balears són dones. A les 469 notícies codificades, han aparegut 1.176 individus: 857 homes (77%) i 253 dones (23%), fet que vol dir que les dones no arriben ni a la quarta part de les persones que ens mostren els mitjans.

Tendència a la informació abstracta. La mitjana d'individus que esmenta cada informació se situa en 2,5. Cada relat fa referència a dues fonts i mitja, cosa que assenyalava una tendència del periodisme actual cap a la despersonalització i les informacions més abstractes.

La premsa: el mitjà més regressiu. La presència femenina a la televisió i a la ràdio és del 30%, un percentatge que es redueix al 20% en el cas de la premsa, que és el mitjà més regressiu respecte a la representació femenina en els tres suports comunicatius.

Una tercera part de les notícies es dedica a celebritats i esports. La tercera part de la informació del dia està recollida a l'epígraf de celebritats, art, esports i mitjans. En aquests espais, s'hi esmenta més de la tercera part dels subjectes que apareixen als mitjans, dels quals les dones representen el 20% i els homes el 80%, o el que és el mateix: de cada 10 persones que surten a les notícies en aquest apartat, 8 són homes i 2 són dones. Si se cerca el percentatge de presència comparant cada sexe amb el seu propi univers de població, les dones arriben al 33%, i els homes, al 37,5%.

La informació local ofereix potencial per a la visibilitat femenina. Les notícies referides a les Illes Balears ocupen gairebé el 65% de tota la informació. Si bé els diaris són els que ofereixen més relats en aquesta categoria, la televisió és la que hi dedica un percentatge més alt de la seva producció (74%). El nombre més alt de dones apareix a la informació de les Illes (28%), i el nombre més alt d'homes per comparació a les dones apareix a les notes d'àmbit internacional (93,5%).

Només una quarta part de les veus són femenines. Les dones descrites com a protagonistes o com a fonts primàries de la informació arriben al 22%, i en la posició de fonts secundàries, al 23%. Si es tenen en compte les que han aparegut com a fonts directes, amb citació textual als diaris, amb un tall de veu a la ràdio o amb un insert a la televisió, el percentatge femení és del 26,5%, mentre que el masculí en aquesta posició és del 73,5%.

Els mitjans mostren una certa paritat en algunes professions. En les descripcions d'ocupació, n'hi ha algunes que han resultat paritàries, com la d'estudiants (41% al·lotes i 58% al·lots), i d'altres que hi estan a prop, com les relacionades amb la salut i els serveis socials, dos àmbits professionals tradicionalment femenins (amb el 37,5% per a les dones i el 62,5% per als homes). Hi ha professions que només obtenen mencions masculines, com les de policia, militar, religiós, i una que només n'obté de femenina, com és el de treball a la llar.

No hi ha espai per a les protagonistes. Les dones descrites com a protagonistes són el 23%, el 77% és del col·lectiu masculí. La funció de portaveu és la que recull més descripcions per a les dones, que assoleixen el 25%. Això no obstant, si es compara amb el seu propi col·lectiu, les dones en aquest paper són el 31%, i els homes representen el 27% del total.

Manca de dones referents com a analistes i expertes. La funció segons la qual una persona aporta la seva expertesa en un tema, és a dir que es converteix en font de coneixement, situa les dones en un 18%, mentre que el percentatge d'homes consultats com a experts pels mitjans assoleix el 82%. Dins cada col·lectiu, les dones en funció d'expertes són el 5,5%, i els homes, gairebé el doble, el 10%.

Proximitat al risc. El percentatge d'homes és lleument superior en les descripcions com a víctimes, sobretot en el paper de víctimes d'accidents i de delictes violents.

El parentiu com a targeta de presentació de les dones. De totes les dones esmentades a l'estudi, el 7% són presentades en relació amb un familiar; en el cas dels homes no arriba al 5%.

En tres de cada quatre fotografies apareixen homes.

El nombre de fotografies dels diaris en què apareixen homes és tres vegades superior al d'imatges amb dones, el 75,5% i el 24,5% respectivament. En canvi, si s'observa la freqüència en què una menció està acompanyada d'una fotografia, en el cas de les dones el percentatge és del 35,5%, i en el cas dels homes és del 28%.

La premsa, a la coa en nombre de dones periodistes.

Les periodistes que apareixen als informatius presentant o narrant notícies conformen una mitjana del 33,5%, mentre que en el cas dels homes és del 66,5%. La televisió és el suport que presenta un nombre més alt de dones periodistes, ja que arriben al 77%; seguida de la ràdio, amb un 39%, i la premsa, amb un 23% de dones.

Els homes periodistes firmen la major part de la informació local.

La feina informativa enfocada a les Illes Balears ha estat elaborada en un 31% per les dones i en un 69% pels homes. Dins cada col·lectiu, per a les periodistes significa el 72,5% de dedicació i per als periodistes el 81%.

La informació política, terreny paritari per a les i els periodistes de les Illes Balears.

La cobertura de l'actualitat s'ha distribuït, segons els temes i el sexe, en la proporció següent: els periodistes han redactat el nombre més alt de relats en l'epígraf de celebritats, art, esports i mitjans, ocupant el 53% de la seva feina a aquest tema. Les periodistes han elaborat un major nombre de notícies en el camp social i legal, amb el 36%. En la secció de

política, la cobertura informativa ha estat paritària per als professionals d'ambdós sexes, els quals han assolit un percentatge del 29%.

Les i els periodistes consulten prioritàriament fonts masculines.

Del total de fonts esmentades per dones periodistes, el 65% són homes i el 35% són dones. Pel que fa als seus col·legues periodistes, han esmentat un 73% d'homes i un 27% de dones.

Els periodistes encara assenyalen el parentiu com a fórmula d'identificació primària de la font.

Esmen- tar la vinculació de parentiu és una pràctica en regressió, però encara hi ha una diferència d'utilització entre els homes i les dones periodistes. En el primer cas, fan esment de la relació familiar en el 8% dels casos, mentre que les dones periodistes la indiquen en el 5%.

El protagonisme femení i els temes de gènere són un terreny gairebé inexplorat.

Només el 12% de les notícies té les dones com a tema central.

La igualtat, en els marges de la informació.

La informació que destaca temes d'igualtat o desigualtat ocupa el 8% de tots els relats produïts en un dia.



3. Metodologia d'anàlisi

La metodologia emprada per elaborar aquest treball ha estat l'anàlisi quantitativa i qualitativa de contingut. Per monitorar els diaris i els informatius audiovisuals de les Illes Balears, s'han utilitzat les plantilles creades per l'estudi *Qui figura a les notícies?*, una iniciativa que es du a terme cada cinc anys arreu del món a càrrec del GMMP i que constitueix la investigació a escala mundial més àmplia i significativa que es fa sobre gènere i comunicació. El material d'anàlisi i les graelles de codificació han estat adaptats a l'amplitud i les característiques de l'estudi a les Illes Balears. En qualsevol cas, aquest estudi adopta el mateix criteri que el GMMP a l'hora d'acotar la mostra d'anàlisi: escollir un dia qualsevol per analitzar les notícies que apareixen publicades, radiades i televisades en els mitjans de comunicació.

La recerca acota l'anàlisi a les notícies i deixa de banda altres gèneres periodístics com la informació d'entreteniment o els espais de debat i opinió. Això és així per tres raons: en primer lloc, perquè són la principal via per la qual arriben a la ciutadania els problemes i els esdeveniments; en segon lloc, perquè influeixen en la formació d'opinió i en la comprensió del món, i, en tercer lloc, perquè l'actualitat informativa manté la seva capacitat d'interactuar amb l'agenda política i de modelar conjuntament —en un joc de poders que va més enllà de l'objecte d'estudi d'aquesta recerca— les temàtiques que adquireixen preeminència en l'esfera pública. La ciutadania —independentment de les seves actituds polítiques— dirigeix prioritàriament la seva atenció als temes que són de l'àmbit públic. Aquestes temàtiques ocupen un lloc central en els processos reflexius de les persones i, sens dubte, acaben articulant els debats per a la millora de la societat. Per tant, allò que desapareix de l'esfera pública difícilment té l'estatus de qüestió important o rellevant per al present i el futur d'una societat.

Amb l'interès d'oferir una radiografia dels diversos aspectes i tendències que registra la comunicació de masses a les Illes Balears, s'han utilitzat uns instruments de co-

dificació específics per acotar la recerca a les notícies inscrites en tres localitzacions, tot seguint la classificació que fan servir els mateixos mitjans a l'hora d'ordenar el flux informatiu: primer les d'àmbit local, és a dir, les que tenen a veure amb o succeeixen a l'àrea geogràfica de les Illes; després les de l'Estat espanyol, i, per acabar, les de l'espai internacional. El tret comú per constituir-se en material d'anàlisi és que han estat produïdes, emeses i publicades a les Illes Balears.

Amb el treball de camp, s'han codificat les notícies en diferents apartats i categories. Aquesta anàlisi ha permès determinar els temes abordats i el seu enfocament, així com observar les descripcions i les imatges en què són representades les dones i els homes en els diferents suports mediàtics.

La mostra, que consideram suficientment representativa, abasta les notícies produïdes per una dotzena de mitjans de les Illes Balears en el transcurs d'un dia. La data va ser escollida prèviament, en la línia de la metodologia del GMMP, evitant que coincidís amb un esdeveniment extraordinari que trencàs la rutines habituals de producció i escriptura periodístiques.

A partir de les notícies aparegudes en diaris, ràdios i televisions en un dia, es pot oferir una panoràmica prou àmplia de la representació que fan els mitjans de comunicació de la presència/absència de dones i homes, de les seves activitats, de com es descriuen, amb quines ocupacions s'identifiquen i la funció que exerceixen dins el relat.

Aquesta eina també ha permès aflorar el paper que tenen els professionals dels mitjans de comunicació en la seva tasca de tria, elaboració i presentació dels relats informatius i dels subjectes que els protagonitzen. Com ja s'ha assenyalat, aquest estudi és pioner a oferir dades de la feina de dones i homes periodistes en els diversos suports mediàtics de les Illes Balears, així com de les característiques i les tendències de la comunicació en l'espai illenc.

Tot el material obtingut durant el treball de camp ha estat tabulat per obtenir una anàlisi descriptiva acurada de les dades recollides i per interpretar-les amb l'objectiu de mostrar un coneixement inèdit sobre la perspectiva de gènere que ofereixen els mitjans de les Illes Balears.

En la fase d'interpretació, s'han tingut en compte els percentatges de presències i absències de les diferents unitats d'anàlisi, com ara dones i homes protagonistes, temàtiques centrals als reportatges, autors de les peces informatives, posició dels actors i les fonts en el relat periodístic. Així doncs, els percentatges que s'ofereixen en aquest estudi són els que serveixen de base al treball d'anàlisi i d'interpretació dels resultats.⁵

Caldria distingir entre dos tipus de percentatges. D'una banda, en tots els casos es mostren les comparatives percentuals entre homes i dones, com a subjectes de la informació o com a periodistes. De l'altra, en alguns ítems s'inclouen els paràmetres que tenen en compte cada sexe respecte a la seva pròpia població. Aquesta segona mesura permet estandarditzar les proporcions i millorar la interpretació de les dades, atès que, a causa del major nombre de mencions masculines en total, amb el primer percentatge sempre es produeix un desnivell a favor dels homes, que són majoria, tant en les mencions de la informació com en el nombre de periodistes. Per exemple, es pot comparar quantes dones i quants homes apareixen en un tema, com l'economia, però després pot interessar saber quin percentatge de presència hi ha dins el col·lectiu femení o masculí, és a dir, quantes dones, del total de la població femenina dels mitjans analitzats, són esmentades en relació amb l'economia. Aportar aquestes dades, si bé pot fer més feixuga la lectura, per contra permet il·luminar algunes tendències de

participació femenina, i alhora pot posar en evidència pràctiques periodístiques caduques i/o estereotipades.

Finalment, cal afegir que la recopilació de notícies ha evidenciat un cert desequilibri entre el volum informatiu que aporten els diaris i el que aporten els altres dos suports: ràdio i televisió. La premsa aporta més de la meitat de les notícies i dels subjectes i periodistes de l'estudi. Atès que els diaris analitzats han mostrat un percentatge més baix de presència femenina, els resultats podrien esbiaixar-se lleugerament. No obstant això, també és cert que és el format escrit el que presenta una producció informativa més voluminosa i per tant té un rol més gran en l'establiment de l'actualitat balear des d'un punt de vista quantitatiu. A més, a l'hora de ponderar els resultats de l'anàlisi del diaris també cal tenir en compte el seu tradicional lideratge en la configuració de l'agenda mediàtica. Són diversos els estudis que han determinat com les notícies neixen amb més freqüència en la premsa i salten després als altres espais mediàtics, que sovint veuen a les pàgines dels diaris una guia per establir la seva graella informativa. Aquesta dinàmica ofereix un poder simbòlic a la premsa escrita que fa més important encara els resultats que es desprenen de les seves pàgines.

⁵ Per tal de facilitar la comprensió ràpida de les dades, s'ha decidit arrodonir els decimals dels percentatges augmentant-los fins al valor següent quan superen el 0,5 i reduint-los al valor inferior quan no arriben al 0,5. Els percentatges que s'expressen amb 0,5 es mantenen.

Mitjans monitoritzats i persones que han fet el seguiment

Per representar l'espai comunicacional de les Illes Balears s'ha dut a terme el seguiment de 12 mitjans de comunicació: dos informatius de televisió, cinc noticiaris de ràdio i cinc diaris.⁶

Pel que fa a l'abast dels mitjans o al territori al qual s'adrecen, cal dir que les televisions consideren les Illes Balears com un territori compacte i donen notícies de totes les illes. Les ràdios analitzades abasten les tres modalitats de l'univers mediàtic balear, Ona Mediterrània es concentra més a Mallorca, IB3 s'adreça al conjunt de les Illes, i la resta (SER, COPE, RNE) manté un espai específic dedicat a les Illes en l'informatiu més general. Els diaris també tenen característiques pròpies. *Diario de*

Ibiza, Diario de Mallorca, Última Hora Mallorca i Menorca Es Diari prioritzen les notícies del seu territori i deixen en segon pla les de la resta de les Illes. *Ara Balears* amplia la perspectiva al territori de parla catalana. Tota la premsa dóna, de manera més o menys extensa, informació de l'àmbit internacional i nacional.

Aquest treball de camp s'ha fet gràcies a la participació voluntarista de periodistes i d'altres professionals, cadascun dels quals ha monitoritzat totes les notícies d'un mitjà, cosa que ha facilitat i fet possible la tasca posterior de recerca, anàlisi i redacció de l'informe. A continuació, s'esmenten els mitjans que s'han analitzat:

TV (2 operadores)

TVE1 Balears, informatiu de les 14 hores, analitzat per Aina Morales, periodista. Corresponsal a Mallorca del diari www.naciodigital.cat. Ha estat editora de l'informatiu de la desapareguda Ona Mallorca.

IB3 TV, informatiu de les 14 hores, analitzat per Marina Caubet, periodista. Editora i locutora del programa matinal *Sus Mallorca!* de la ràdio Ona Mediterrània.

Ràdio (5 operadores)

SER, informatiu de les 13.30 hores, analitzat per Marina Caubet.

RNE, informatiu de les 14 hores, codificat per Àlex González, delegat d'Ajuda en Acció a les Illes Balears.

Ona Mediterrània, informatiu de les 14 hores, seguit per Meritxell Esquirol, analista cultural especialitzada en feminismes i polítiques de la diferència.

COPE, analitzat per Tomeu Martí, director de la ràdio Ona Mediterrània.

IB3, informatiu de les 14 hores, monitoritzat per Sílvia Portell, editora i locutora del programa *Téntol* d'Ona Mediterrània.

Premsa (5 diaris)

Diario de Mallorca, codificat per Aitor F. Vallespir, periodista, redactor de *Diario de Mallorca* (secció local).

Diario de Ibiza, analitzat per Martina Ramis, periodista. Treballa a IB3 Televisió al programa *Crònica 112*.

Ara Balears ha estat seguit per Xavier Gispert, periodista, redactor del diari *Ara Balears*.

Menorca Es Diari, a càrrec de Mònica Domínguez, extreballadora de Cadena COPE a Menorca.

Última Hora Mallorca, monitoritzat per Lila Tomàs, professora de català i exdirectora de l'Institut Balear de la Dona.

⁶ L'única illa de la qual no s'ha recollit cap mitjà de comunicació ha estat Formentera, atès que per població i per implantació mediàtica els canvis que podria introduir serien poc significatius.

20 de març de 2014: un dia a les notícies

Un dia qualsevol, aquesta és la idea que s'ha prioritzat en la tria de la data, ja que s'ha cercat oferir una instantània de gènere en un dia ordinari de notícies a les Illes Balears. La intenció és que les dades mostrin el tractament que reben les dones i els homes en els mitjans de comunicació de les Balears.

Tot seguit s'enumeren les principals notícies publicades el dijous 20 de març seguint la classificació de les tres localitzacions geogràfiques que empen els mitjans: internacional, Espanya i Illes Balears.

Internacional

- Conflicte d'Ucraïna, amb l'adhesió de la península de Crimea a Rússia.
- El Parlament Europeu acorda la unió bancària.
- Segueix desaparegut l'avió de Malaysia Airlines.

Espanya

- Pressió de la immigració a Ceuta i Melilla. Interior admet que va disparar pilotes de goma a la mar.
- Es qüestiona el fi de la justícia universal decretada pel Govern del PP.
- Declaracions a l'audiència a propòsit del cas Gürtel i Bárcenas.

Illes Balears

- Els sindicats volen concretar les mesures abans de firmar el Pla d'Ocupació. Amenaça de vaga d'UGT i CCOO, que rebutgen el conveni col·lectiu.
- El Consell Escolar proposa flexibilitzar el TIL per donar més hores de català. Wert vol que les autonomies amb llengua cooficial se sentin còmodes.
- La Comunitat Autònoma espera que el conflicte amb Crimea no freni l'arribada de turistes russos.
- Les Canàries i les Balears uneixen forces contra les prospeccions petrolíferes.
- Cas Nóos: Urdangarin i Torres han de declarar per blanqueig.
- Cas de Maria Antònia Munar, acusada de corrupció.
- Disminueixen les agressions en l'àmbit sanitari.
- Crida per a la manifestació antiavortista (amb fotografia).
- Esportistes: Jorge Lorenzo, Rafa Nadal.
- Homenatge a l'esquiadora Úrsula Pueyo.
- Mallorca: Obren la finca de Raixa. Comencen les obres de la via verda Manacor-Artà.
- Menorca: Un nou port a Fornells. Preus dels immobles en un polígon de Ciutadella. Demanda de tarifa plana per volar a Palma.
- Eivissa: Homenatge de Foment al fenomen Adlib. Donació a Creu Roja d'objectes perduts a l'aeroport.



4. Anàlisi quantitativa

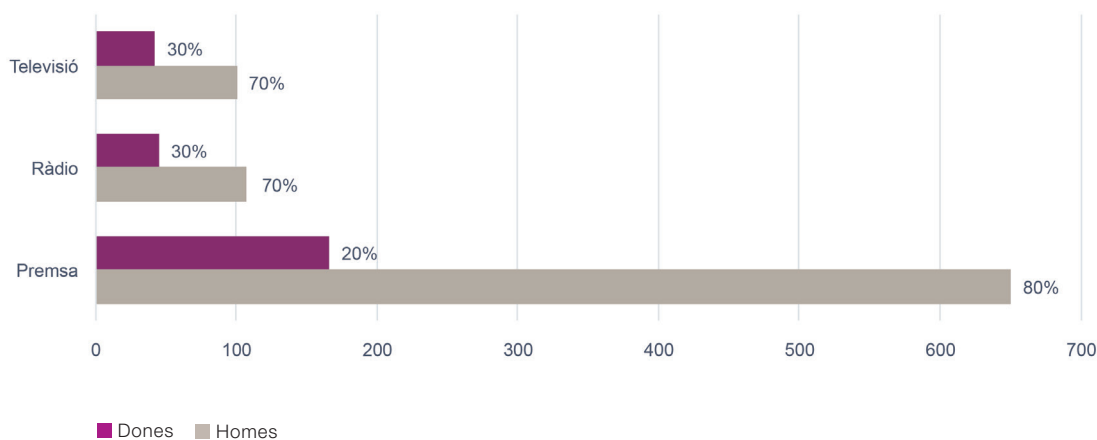
4. Anàlisi quantitativa

Presència i absència de dones i homes a les notícies

En l'anàlisi dels informatius de ràdio i televisió i dels diaris s'han codificat 469 notícies, en les quals apareixen 1.176 subjectes⁷ repartits en 253 dones i 857 homes, que en percentatges són el 23% de presència femenina i el 77% de masculina.

La premsa resulta el suport més regressiu respecte a la representació femenina als mitjans de comunicació, atès que només 2 de cada 10 persones que hi apareixen són dones. Els mitjans audiovisuals aporten una visió una mica més equilibrada, tot i que encara no arriba a la tercera part dels individus esmentats i, per tant, tampoc no és representativa de la composició de la població. Per donar una dada més gràfica, els homes apareixen dues vegades i mitja més que les dones a la ràdio i a la televisió i se'ls esmenta quatre vegades més als diaris.

Els individus quantificats als dos informatius de televisió són 142, dels quals 42 són dones, un 30% de presència femenina, i 100 homes, amb un percentatge del 70%. S'han identificat 152 subjectes en els cinc informatius de ràdio, 45 dels quals són dones, una representació en l'informatiu radiofònic del 30%, i 107 són homes, el 70% de les mencions. Dels 836 subjectes esmentats als cinc diaris que han format part de l'anàlisi, 166 són dones, que configuren una representació en el mitjà escrit del 20%, i 650 mencions corresponen a homes, que equivalen al 80%.

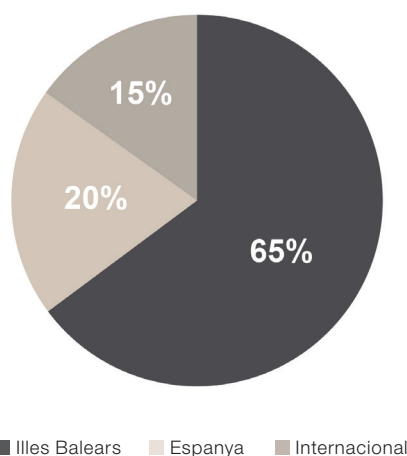


⁷ En la tabulació dels resultats, s'hi han comptabilitzat 66 valors perduts.

Localització de la notícia: Illes Balears, Espanya, Internacional

Illes Balears. El focus informatiu se centra en l'àmbit local, segons es desprèn del total de notícies que han produït els mitjans balears analitzats classificades per àmbit geogràfic. S'han comptabilitzat 304 històries referides a les Balears, dada que indica que les notícies locals ocupen gairebé el 65% de la massa informativa. Després hi ha 94 relats que prenen l'Estat espanyol com a tema i que corresponen a un 20% del total. A la secció d'internacional, s'hi han localitzat 71 notes, que donen com a resultat el 15% de dedicació a aquesta secció.

Per suports mediàtics, els diaris han publicat 199 notícies referides a les Balears, el 65,5% del conjunt; les ràdios han emès 63 relats dins la informació local, el 20,5% del total de notícies, i la televisió ha cobert 42 notícies, el 14% de la informació d'aquest àmbit geogràfic. Si es compara el nombre de notícies que cada suport dedica a la informació illenca amb la resta de les localitzacions geogràfiques, la televisió hi dedica el percentatge més alt, el 74%; la ràdio, el 66%, i els diaris, el 63%.



Espanya. En la informació sobre l'Estat espanyol, la premsa ha publicat 67 històries, cosa que vol dir el 71% de tota la informació d'Espanya; la ràdio ha donat 19 notícies, el 20%, i la televisió ha emès 8 històries, que corresponen al 8,5% de la informació d'àmbit nacional. L'espai que aquesta secció ocupa en cada suport mediàtic per comparació al volum de notícies s'expressa així: el 21% als diaris, el 20% a les ràdios i el 14% a la televisió.

Internacional. De l'àmbit internacional els diaris han publicat 50 relats, i això vol dir que el 70% de les notícies d'aquesta secció l'ha publicat la premsa. Pel que fa a la ràdio, ha ofert 14 relats, que equivalen al 20% del total. Pel mitjà televisiu s'han emès 7 notes, que impliquen una dedicació a internacional del 10%. Quant al volum global de notícies, els diaris dediquen a aquesta localització geogràfica el 16% de la informació, les ràdios el 15% i la televisió el 12%.

Les persones esmentades en la informació illenca desagregades per sexes han estat 499 homes (72%) i 194 dones (28%). Pel que fa a les notícies de l'Estat espanyol, s'hi han localitzat 184 homes (80%) i 47 dones (20%). Amb referència als relats d'internacional, les mencions a homes arriben a 174 (93,5%) i a dones 12 (6,5%).

Temes a les notícies

La metodologia d'anàlisi ha previst sis grans àmbits temàtics: política i govern; economia; ciència i salut; social i legal; crim i violència; celebritats, art, esports i mitjans, i un darrer epígraf, altres, per a les històries que no s'han pogut encabir en els anteriors.

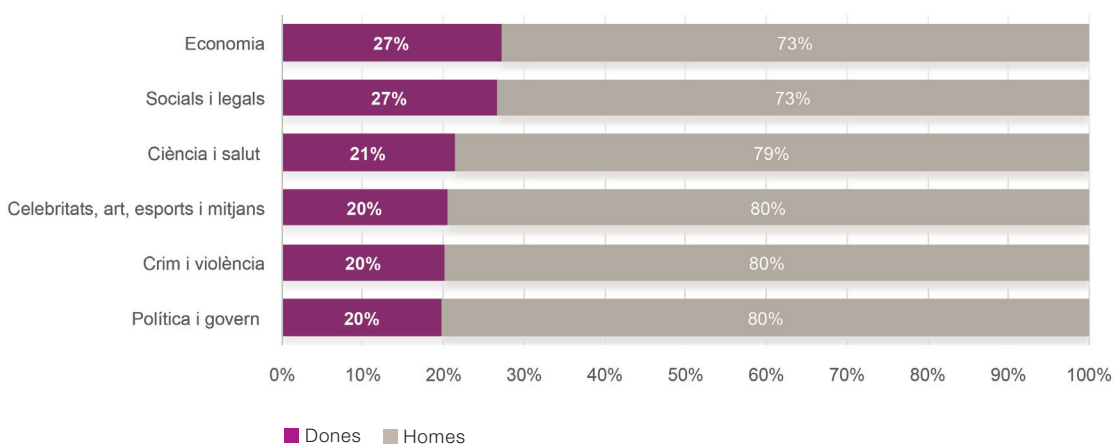
Aquests ítems es desglossen en 47 subtemes, els quals permeten filar més prim a l'hora de detectar tendències específiques en la cobertura temàtica.

Per tal de valorar adequadament les xifres, cal tenir en compte que els diaris aporten a l'anàlisi 316 notícies, que suposen el 67% del total, mentre que la ràdio n'aporta 96, que significa el 20,5%, i la televisió, 57, que implica un percentatge del 12%. Com ja s'ha explicat, es parteix d'un desequilibri entre la producció dels mitjans audiovisuals i la dels escrits, els quals doblen pràcticament el nombre de notícies que han emès la televisió i la ràdio juntes.

S'ha considerat interessant oferir diversos tipus d'indicadors per obtenir una idea més concreta de les decisions que pren cada suport segons els temes. Així, s'aporta

primer el nombre de notícies i el percentatge que significa dins la informació del dia. A continuació, hi ha les dades sobre el nombre d'individus a les notícies de l'àmbit corresponent, primer en general, després per suports i, finalment, les dades dels subjectes desglossades per sexe. Quan s'ha considerat significatiu i aclaridor, es proporciona una altra dada, la que valora la incidència dins el propi univers de població.

Per comparació a la presència masculina dins cada àmbit temàtic, l'epígraf en el qual s'esmenten més dones en percentatge és en el d'economia (27%). Si bé en nombre total les dones reben dues mencions més en l'epígraf de social i legal, el percentatge queda una mica per sota, en el 26,5%. El tòpic informatiu que registra més presència femenina és el de celebritats, arts, esports i mitjans, en el qual s'han comptabilitzat 83 dones, tot i que acaba essent dels més baixos, el 20%, quan se'l compara amb el major nombre de mencions masculines.



A continuació, es descriuen les categories seguint l'ordre de més a menys informació que han comportat.

A la categoria de **celebritats, art, esports i mitjans**, s'hi apleguen els relats sobre persones famoses, notícies sobre art i cultura, històries més o menys frívoles sobre concursos de bellesa, models, etc., i informacions sobre esports i esportistes.

El nombre més gran de notícies es produeix en aquesta categoria, en la qual es recullen 137 de les 469 notícies del dia, dada que significa que el 29% de la informació del dia, gairebé la tercera part del total, correspon a aquests continguts. El nombre més alt de notícies es refereix a esports i esportistes (75); després hi ha la informació sobre art, cinema, entreteniment, diversió, etc. (44), i a molta de distància queden les notícies sobre gent famosa (9), a l'igual que la resta de subtemes.

En aquest epígraf també hi ha el nombre més alt d'individus esmentats (415), que representa el 35% de totes les mencions personals de les notícies analitzades del dia. Per suports, la premsa esmenta 311 individus, que suposen el 37% dels subjectes esmentats pels diaris; a continuació hi ha la ràdio, amb 55 subjectes, que equivalen al 29% de les persones esmentades en aquest mitjà, i la televisió, amb 49 mencions, les quals, pel més baix volum de notícies totals, representen un 33% dels subjectes mencionats.

En aquest epígraf, les 83 dones que s'hi detecten conformen el 20% de les mencions, i els 323 homes, el 80%. És a dir que apareixen com a personatges famosos 8 homes de cada 10 persones esmentades en aquest tema, i ho fan predominantment a la premsa i dins l'àrea d'esports. Cercant el percentatge de visibilitat de cada sexe per separat, i comparant-lo amb la població pròpia, les dones apareixen un 33% en aquesta secció, i els homes, un 37,5%.

L'**economia** és un epígraf que inclou un ventall molt ampli de temes, com ara les polítiques econòmiques, els indicadors i les estadístiques, la crisi i la pobresa, l'habitatge, la participació de les dones en l'activitat econòmica, temes laborals, atur i vagues, el comerç, el camp, el transport i el turisme.

En aquest apartat, s'hi han produït 91 relats, el 19% de la massa informativa general. Dit d'una altra manera, la cinquena part de la informació global té a veure amb l'economia. El nombre més alt de notícies (18) correspon a l'ítem de turisme, seguit dels indicadors econòmics (15) i dels temes laborals (12). D'altra banda, només 2 notícies es refereixen a la participació de les dones en l'economia.

A l'epígraf d'economia, hi apareixen 183 subjectes, dels quals 110 surten als diaris, cosa que implica que el 60% d'individus relacionats amb l'economia són esmentats en la premsa; 41 individus, en la ràdio, que impliquen un 22,5%, i 32 a la televisió, que és el mitjà que menys notes i mencions dedica al tema, amb un 17,5%. En canvi, en el còmput general de cada mitjà s'igualava el percentatge de persones aparegudes en ràdio i televisió en els ítems econòmics, amb el 21,5% de mencions, mentre que, pel més gran volum de notícies i mencions que aporten els diaris a aquesta anàlisi, es redueixen les referències personals en temes econòmics a un 13%. En aquest cas, no coincideix el major percentatge de notícies amb el major nombre de persones esmentades en aquest epígraf, segurament perquè la informació econòmica tendeix cada vegada més a l'abstracció i a obviar la participació dels subjectes. El nombre d'individus que s'esmenten en aquests tipus de notícies és d'una mitjana d'1,8 persones per relat, és a dir que no s'esmenten ni dues fonts per cada nota.

La comparació entre sexes reflecteix que els 121 homes que són mencionats com a fonts representen el 73%, i que les 45 dones relacionades amb temes econòmics representen el 27%. El percentatge femení és superior al d'altres ítems, ja que supera la quarta part

dels individus esmentats, però, si s'estableix la comparativa amb el seu propi sexe, el percentatge es redueix al 18%, i en el cas del homes, al 14%.

La categoria **crim i violència** aplega un bon nombre de subtemes que fan referència a delictes no violents (robatoris, corrupció), delictes violents (crims), violència de gènere, abús infantil, guerra, terrorisme, disturbis, desastres naturals, accidents, fam, etc.

Pel que fa a aquesta categoria, s'han elaborat 76 històries: 23 s'inclouen en corrupció, 15 en accidents, 10 en delictes no violents (robatoris, etc.), 8 en delictes violents i 8 en disturbis, 4 en violència de gènere, i d'altres de menys incidència. En suma, configuren el 16,5% del volum informatiu del dia.

En aquest apartat, s'hi esmenten 194 individus, fet que vol dir que el 16,5% de les persones que apareixen als mitjans ho fan en aquest tipus de notícies i que es podrien aplegar en la secció de successos. En la informació escrita hi apareixen 158 individus, que representen el 19% de les mencions; en la radiofònica, s'hi esmenten 21 persones, una xifra que equival a l'11%, i 15 persones apareixen en la informació televisada, que suposen el 10% de tots els subjectes mencionats per aquest mitjà.

Desglossat per sexes, les 37 dones que s'hi esmenten representen el 20% dels subjectes i els 147 homes assoleixen el 80%, és a dir que 8 de cada 10 persones que esmenten els mitjans de comunicació amb referència a crim i violència són homes, fet que confirma les dades que indiquen les estadístiques quan consideren **el col·lectiu masculí com el més procliu a viure situacions de risc i a protagonitzar notícies d'aquesta mena.**

A la categoria **socials i legals**, s'hi codifiquen notícies relacionades amb educació, relacions familiars, drets humans i de les minories, religió, cultura i tradició, migracions, racisme, moviments femenins, activisme, canvis

en els rols de gènere, legislació sobre família, propietat, sistema judicial, etc.

En aquest epígraf, s'hi han quantificat 72 notícies, una xifra que representa el 15% de la suma general d'informacions. S'ha incidit en educació, que ha produït 24 relats. Sobre religió, tradició i cultura, s'han elaborat 22 notes, 7 sobre migracions i 7 sobre activisme. Pel que fa a temes de gènere, han aparegut 2 informacions sobre moviments femenins i 2 sobre canvis en els rols o les relacions, entre algunes altres.

S'han esmentat 190 persones relacionades amb temes socials i legals, és a dir, el 16% de totes les persones mencionades. D'aquestes 190 persones, 131 surten als diaris i equivalen al 16% dels individus esmentats en premsa; 31 persones surten en les notes elaborades per la televisió i representen el 21% dels subjectes que apareixen amb referència a aquest tema en el mitjà audiovisual. La ràdio menciona 28 persones, que impliquen el 15% de subjectes en aquest suport.

La representació per sexes és la següent: **en aquesta secció, en què és habitual que s'hi trobi una representació femenina més nombrosa, s'han comptabilitzat 47 dones, xifra que equival al 27%**, i 130 homes, que donen un resultat del 73% de presència masculina en els temes socials i jurídics. Relacionant el nombre d'aparicions femenines amb la població de la mostra, el percentatge que s'obté és el 18,5%.

A l'apartat de **política i govern**, s'hi inclouen subtemes, com ara dones en el poder polític, candidates a llocs d'elecció, política nacional i govern i política exterior.

Relacionades amb aquest epígraf, s'hi han trobat 41 notícies, cosa que significa que aquest tema ocupa gairebé el 9% del total de notícies, un nombre marcadament baix, atesa la importància que la política pren en general en l'agenda dels mitjans. Dels dos epígrafs que fan re-

ferència a les dones, se n'han fet 3 i 4 notícies respectivament, essent la política nacional, amb 16 notes, i la política exterior, amb 12 notes, les que han suscitat més atenció mediàtica en aquest apartat.

Aquest epígraf aporta una presència de 103 subjectes. El mitjà radiofònic és el que esmenta més individus, 23, que equivalen al 12%; els diaris mencionen 78 subjectes, el 9%, i la televisió esmenta 2 persones, que redueix el percentatge d'aparicions a l'1%.

Per sexes, en aquest tipus de notícies s'esmenten 20 dones, que equivalen al 20% de presència femenina; en canvi, les mencions masculines arriben a 81, que representen el 80%. De totes les dones de la mostra que s'esmenten en la secció de política, el percentatge és gairebé del 8%, i el dels homes, el 9,5%.

A l'apartat de **ciència i salut**, s'hi codifiquen investigació científica, medicina, salut, malalties, epidèmies, control de natalitat, medi ambient, contaminació i ecologia.

Quant a aquesta categoria, s'han elaborat 40 informacions, fet que significa que el 8,5% del conjunt d'històries té a veure amb aquests temes. Els epígrafs que han rebut més relats han estat el de medi ambient, amb 20 notícies, i el de medicina i salut, amb 12.

Pel que fa als temes de ciència i salut, s'esmenten 61 persones, repartides en 39 persones als diaris, que representen el 5%, 19 subjectes a les ràdios i 15 a la televisió, que impliquen el mateix percentatge del 10% en els dos suports.

Pel que fa a la comparació per sexes, es registren 48 mencions a homes, que són el 79% de les persones que apareixen en notícies relacionades amb ciència i salut.

Fonts de les notícies: protagonistes, secundàries i citacions directes

La metodologia emprada permet conèixer el paper que atorga el mitjà de comunicació als subjectes que apareixen a les notícies. Per fer-ho, s'han utilitzat les categories de font protagonista, secundària i citació directa. Aquest darrer indicador permet identificar les persones a les quals el mitjà atorga un major grau de rellevància dins el text informatiu, ja que li permet expressar les seves opinions de forma directa. Aquest procés d'anàlisi il·lumina una part de la informació que no sempre registra conscientment l'audiència i de la qual deriva el grau d'importància que les pràctiques professionals adjudiquen a cada individu en la notícia.

Dels 1.109 subjectes que s'esmenten, s'identifiquen 105 dones com a protagonistes o fonts primàries, un percentatge del 22%; mentre que en aquesta mateixa posició hi ha 372 homes, que representen el 78%. Com a fonts secundàries, s'han registrat 148 dones, que representen el 23%, i 484 homes, que equivalen al 77%.

El percentatge de protagonisme que correspon a les dones si es compara el nombre d'aparicions en aquesta categoria amb el total d'aparicions femenines dóna com a resultat que apareixen en posició de protagonistes el 41,5%, i pel que fa a tots els homes, reben descripcions preeminents el 43,5%.

Aquest percentatge gairebé paritari és indicatiu d'una pràctica periodística: és freqüent que les notícies s'elaborin entorn d'un subjecte, el qual tindrà moltes possibilitats d'aparèixer com a protagonista si s'ha triat publicar la seva història. Per aquest motiu, tant dones com homes assoleixen un percentatge similar si el comparem amb el seu propi grup de població; ara bé, com que aquest dispositiu d'enfocament proposa molt sovint escenaris i actes amb protagonisme masculí, queden a l'ombra les accions que encapçalen les dones, com ho demostra la dada comparativa amb els homes (22%-78%).

Les dades que proporcionen aquests percentatges indiquen que les dones obtenen una quota molt escassa de protagonisme a les notícies, tant si es compara amb la dels homes com si el paral·lelisme s'estableix amb el propi col·lectiu. De manera que en nombres absoluts només 2 de cada 10 persones considerades com a fonts primàries són dones.

Com ja s'ha avançat, en un mitjà de comunicació s'acostuma a donar valor a les citacions directes, que són les que transcriuen el que ha dit un subjecte respecte a un fet noticiable i que en el cas de la ràdio es tradueix en un tall de veu i en la televisió en un insert en què apareix la persona parlant. S'han localitzat 479 subjectes dels quals els mitjans analitzats transcriuen una citació directa, ofereixen un insert de paraules i imatges o han emès unes declaracions mitjançant un tall de veu. Actuant com a fonts directes, s'han comptabilitzat 127 dones, que arriben al 26,5%, i en aquesta mateixa situació hi ha 352 homes, que suposen un 73,5% de fonts directes masculines.

Comparant el percentatge de fonts femenines amb el nombre total de dones, es pot afirmar que la meitat ha aparegut a les notícies en qualitat de font directa, i en el cas dels 855 homes el percentatge dels que tenen una intervenció directa és del 41%. Si bé el protagonisme masculí a la informació és del tot evident (73,5%), el fet que la meitat de les dones de la mostra apareguin en funció protagonista indica que quan a les dones se les reclama com a font és només perquè la seva presència és imprescindible per a la comprensió dels fets, altrament els mitjans de comunicació no les esmenten.

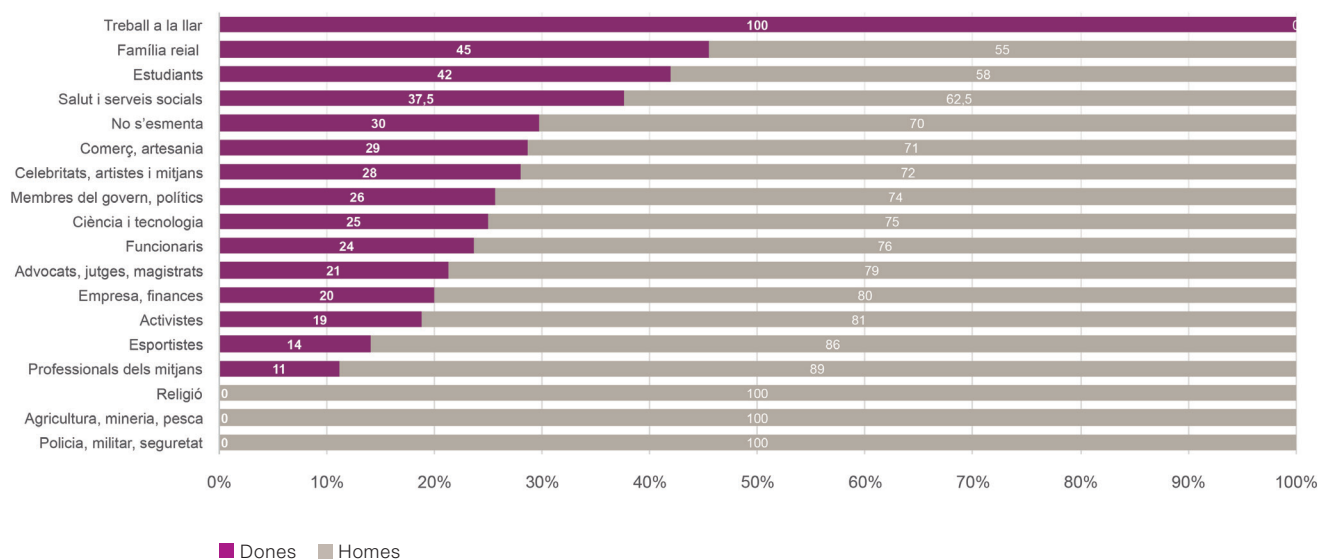
Subjectes de la notícia segons l'ocupació que es descriu

Els i les periodistes no sempre assenyalen l'ocupació de la persona que s'esmenta a les notícies, de vegades perquè es desconeix i d'altres perquè només es dóna importància al lloc que ocupa en la història i en funció de què hi és mencionada. Malgrat això, es considera una bona pràctica periodística identificar correctament les persones que intervenen en la informació donant-ne nom i cognom, ocupació i/o càrrec.

La plantilla d'anàlisi preveu 19 categories per identificar els subjectes de les notícies segons les ocupacions o càrrecs en què se'ls descriu. Entre les possibilitats previstes, hi ha la de no esmentar-ne cap; família reial; membres del govern, polítics; funcionaris; policies, militars; professionals de la salut i serveis socials; profes-

sionals de la ciència i la tecnologia; professionals dels mitjans de comunicació; magistratura; àmbit empresarial i financer; personal d'oficina; comerç; agricultura, pesca; religió; activistes; celebritats, artistes; esportistes; estudiants, i treball a la llar.

En la categoria de **no s'esmenta**, s'han localitzat 24 dones de les quals no es dóna descripció i que representen el 30%; mentre que els 57 homes dels quals tampoc no s'esmenta cap ocupació representen el 70%. Això no obstant, si comparam el nombre de dones sense cap descripció d'ocupació amb el total de dones quantificades a l'estudi, apareixen sense ocupació el 9,5% de les dones, i en el cas dels homes, el 7%.



Pel que fa a **família reial**, es produeix una representació similar dels dos sexes, ja que s'hi han trobat 5 mencions femenines, que representen el 45,5%, i 6 de masculines, que són el 54,5%.

En la descripció com a **membres del govern, polítics**, s'han codificat 78 dones, que són el 26%, i 226 homes, que equivalen al 74% de les descripcions en aquesta categoria. Comparant el nombre de dones de la mostra amb la població femenina esmentada, el percentatge és del 31%, fet que significa que gairebé una tercera part de les dones que apareixen als mitjans ho fan com a polítiques, una conseqüència de les llistes paritàries, que han incrementat la visibilitat femenina en l'espai públic. Els homes apareixen en aquesta posició en una quarta part, el 26%.

Com a **funcionaris**, s'esmenten 9 dones, les quals representen el 24% dels subjectes en aquest epígraf, mentre que els 29 homes representen el 76%.

En l'ocupació de **polícia, militar, seguretat**, no s'hi esmenta cap dona, i s'hi registren 16 mencions masculines.

Relacionades amb l'àmbit de **salut i serveis socials**, només es descriuen 16 individus, dels quals 6 són dones, el 37,5%, i 10 són homes, fet que els situa en el 62,5% de representació en aquest àmbit.

En ocupacions relacionades amb **ciència i tecnologia**, s'han codificat 4 dones, que equivalen al 25% dels 16 subjectes esmentats en aquest apartat, i 12 homes, que són el 75% restant.

Com a **professionals dels mitjans**, només s'hi descriu 1 dona, que representa un 11%; en canvi, els homes reben 8 identificacions en aquest camp, cosa que els situa en el 89%.

En la descripció de **magistratura**, s'hi han comptabilitzat 7 dones, cosa que els dona un percentatge del 21%, mentre que els 26 homes representen el 79%.

En el camp de l'**empresa, finances**, s'hi descriuen 12 dones, que són el 20%, i 48 homes, que equivalen al percentatge del 80%.

Com a persones dedicades al **comerç, artesanía**, hi ha 7 persones: 2 dones, que representen el 29%, i 5 homes, que impliquen el 71%.

En **agricultura, mineria, pesca**, no s'hi ha trobat cap dona; per tant, els 5 homes registrats representen el 100%.

La **religió** és una ocupació en la qual no s'ha codificat cap dona; per tant, els 4 homes representen el 100%.

Com a **activistes**, es descriuen 9 dones, que representen el 19%, i 39 homes, que són el 81%.

En l'apartat de **celebritats, artistes i mitjans**, s'hi descriuen 33 dones, que són el 28%, i 85 homes, que representen el 72%. Establint la comparació del nombre total de població femenina de la mostra amb el nombre de dones codificades, el percentatge de presència en aquest apartat és del 13%, i en el cas dels homes, del 10%.

Com a **esportistes**, s'han codificat 29 dones, que equivalen al 14%, i 184 homes, que representen el 86%. Apareixen en aquesta descripció l'11,5% de totes les dones registrades i el 21,5% dels homes.

En l'epígraf d'**estudiants**, les 13 dones que hi apareixen descrites són el 42%, i els 18 homes, el 58%.

Només s'ha trobat una persona en l'ocupació de **treball a la llar**, una dona, que representa el 100%.

En les descripcions d'ocupació, n'hi ha algunes que resulten paritàries, com la d'estudiants (41% al·lotes i 58% al·lots), i d'altres que hi estan a prop, com les relacionades amb la salut i els serveis socials, dos àmbits professionals tradicionalment femenins (amb el 37,5% per a les dones i el 62,5% per als homes).

En les professions relacionades amb la política, si bé les dones obtenen una representació molt més baixa (26%) que la dels homes (74%), si se cerca la comparativa amb el propi univers, la població femenina que apareix descrita com a política és el 31%; pel que fa als homes, és el 26%. Aquesta dada indica que gairebé la tercera part de les dones que esmenten els mitjans apareixen com a ocupadores de càrrecs polítics, una realitat en la qual han influït les polítiques de la paritat, que produeixen una major presència de dones en els càrrecs públics electes. Hi ha professions que només obtenen mencions masculines, com les de policia, militar, religiós, i una que només n'obté de femenina, com és la de treball a la llar.



El poder de les imatges

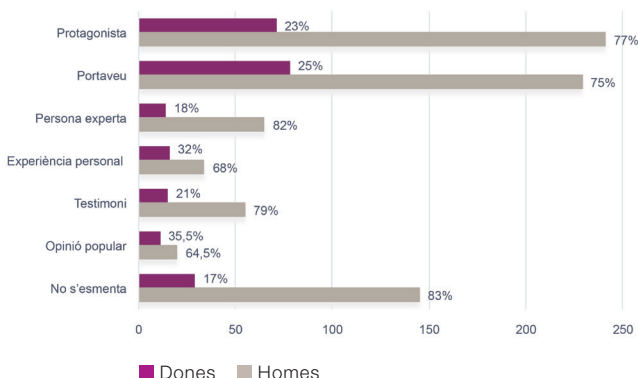
De totes les persones que apareixen en una fotografia als diaris, hi ha 59 dones (24,5%) i 182 homes (75,5%).

Tot remarcant l'aclaparadora distància entre la visibilitat de les unes i dels altres, pot resultar interessant establir la comparació amb el propi col·lectiu: en el cas de les dones, s'acompanya la notícia amb imatge en el 35,5% de les ocasions, i en el cas dels homes, en el 28%, set punts i mig de diferència que poden indicar que quan s'esmenten dones hi ha més probabilitat que s'il·lustri la notícia amb una imatge.

Funció dels subjectes a la notícia

Determinar la funció que fan les persones a les notícies és un altre dels indicadors fonamentals per percebre el poder que els mitjans atorguen a aquests subjectes a l'hora d'ubicar-los en la jerarquia de rols que hi ha implícita en un relat periodístic. Sovint la funció està determinada d'antuvi, en un procés de reconeixement mutu entre el professional dels mitjans i el subjecte de la informació.

D'una banda, hi ha el paper que assumeix la persona davant del o de la periodista i, de l'altra, hi ha la posició que el o la responsable de la informació li adjudica. En aquesta interacció sempre influeix com es posicionen en cada moment totes dues parts. Per exemple, una persona pot posar-se en contacte amb un mitjà com a portaveu polític però després en el diàleg amb la o el periodista pot oferir una informació que la converteixi en testimoni. O bé un professional es pot adreçar a una persona per demanar-li dades d'un fet del qual ha estat testimoni i a partir del seu relat pot convertir-se en protagonista. En qualsevol cas, s'han monitorat notícies ja publicades



o emeses, i han estat les persones encarregades de codificar-les les que han determinat a criteri seu la funció que exercien les persones esmentades.

En aquest apartat, s'han previst sis possibles funcions que poden dur a terme els subjectes en el context de la notícia: protagonista, portaveu, persona experta, experiència personal, testimoni i opinió popular. També hi ha un apartat per al cas en què no s'esmenti cap funció.

Com a **protagonistes**, hi apareixen 71 dones, que representen el 23%, mentre que els homes en aquesta funció són 241 i representen el 77% de la qualificació com a font principal. Quan s'estableix la comparativa en cada sexe, el 28% de les dones i dels homes s'identifiquen en aquesta funció.

En la funció de **portaveus** és en la que es comptabilitza un nombre més gran de dones, 78, que equival al 25%. Els 229 homes en aquesta descripció impliquen un percentatge del 75%. De totes les dones de la mostra, el 31% apareix en la funció de portaveu, mentre que el percentatge masculí és del 27%.

Com a **persona experta**, s'hi descriuen 14 dones, que representen el 18%; els homes en aquesta funció són 65 i assoleixen el 82%. El percentatge total de dones que apareixen com a font experta és del 5,5%, i el d'homes, gairebé el doble, el 10%.

Aportant la seva **experiència personal** a les notícies, que vol dir que relaten al o a la periodista allò que els ha passat, hi ha 16 dones, que representen el 32%, i en aquesta mateixa posició hi ha 34 homes, que equivalen al 68%.

Descrites en la funció de **testimoni**, funció que porta a terme tota persona que pot explicar allò que ha passat a una altra, hi apareixen 15 dones, que són el 21%, i 55 homes, que representen el 79%.

Catalogades en **opinió popular**, que és el paper de qui aporta la seva opinió, sense cap aval d'expert, opinió que sovint es demana a passavolants que surten amb prou feines identificats, s'hi localitzen 11 dones, que són el 35,5% —cal assenyalar que el percentatge més alt se l'endú la funció menys significativa—, i 20 homes, que equivalen al 64,5%. La comparativa amb el seu propi univers poblacional aporta un percentatge del 4% per a les dones i del 2% per als homes.

Les dones de les quals **no s'esmenta** la funció són 29 (17%), i en el cas dels homes, se'n codifiquen 145 (83%). Calculant la comparativa amb la pròpia població, la femenina en aquesta descripció representa l'11,5%, i la masculina, el 17%.



Qui esmenta més el parentiu, les dones o els homes periodistes?

Segons les taules analitzades, hi ha 41 ocasions en què es fa referència a la relació familiar de les persones esmentades. Les dones periodistes s'hi refereixen en el 5% dels casos; en canvi, els homes l'expliciten en el 95% restant. El total de dones periodistes que esmenten el vincle familiar és del 0,77%, i en el cas dels periodistes arriba al 8%, fet que confirma que la pràctica d'esmentar el parentiu sembla més difícil d'eradicar en els homes periodistes.

Descripcions dels subjectes dins les notícies

Descrites com a **víctimes**, s'identifiquen 14 dones, que representen el 6% de totes les dones que apareixen als mitjans. Són notícia en l'apartat d'accidents (3), violència de gènere (1), altres delictes (4) i altres víctimes (6).

Un 7% de tots els homes de la mostra és descrit com a víctima, per a un total de 56 en els apartats d'accidents (21), pobresa (1), violència de gènere (1), altres delictes (18), guerra, terrorisme (4), discriminació (3) i altres víctimes (8).

Val la pena remarcar que més de la meitat dels homes que apareixen en aquest epígraf ho fan com a víctimes d'accidents i d'altres delictes amb violència, fet que confirma les estadístiques, que indiquen una predisposició al risc de la població masculina.

Relacions familiars

És rellevant assenyalar que, en les bones pràctiques d'identificació periodística, el vincle de parentiu no hi figura com a dada important, excepte en els casos en què resulta significativa per a la comprensió de la notícia. No obstant això, és força freqüent que a les dones se les descriu en relació amb un familiar, sovint masculí.

De tots els subjectes esmentats, les 18 dones en aquesta categoria són el 30,5%, i els 41 homes representen el 69,5%; però si les comparem amb el col·lectiu femení de la mostra, a les dones se les presenta vinculades familiarment en el 7% dels casos, i als homes se'ls presenta vinculats familiarment en el 5% dels casos. Una diferència de 2 punts pot indicar una pràctica en recessió; malgrat això, cal subratllar que referenciar les dones pel seu parentiu amb un home reforça l'estereotip de la dependència femenina.

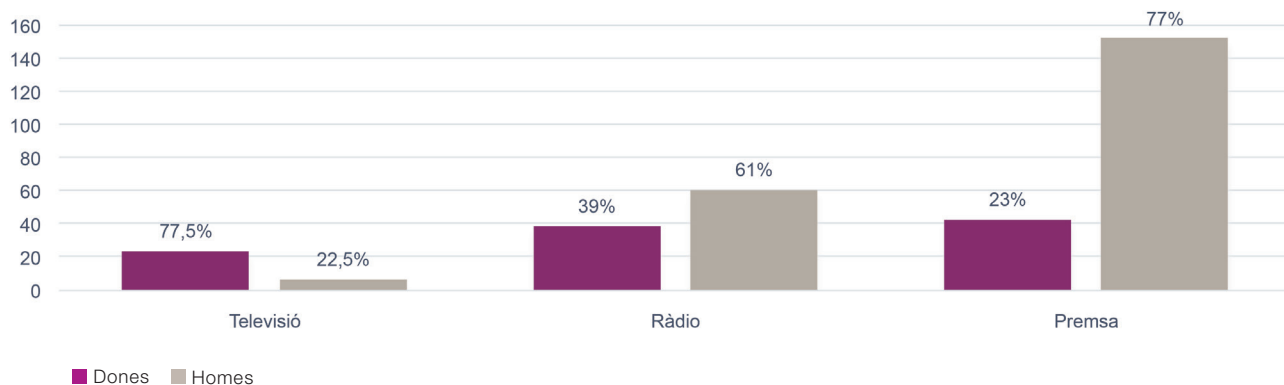
Periodistes: qui presenta, firma i/o elabora la informació?

Anteriorment ja s'ha assenyalat que un dels objectius d'aquest treball és investigar si hi ha una pràctica periodística que distingeixi la tasca dels homes i de les dones quant al tractament i la representació del gènere a les notícies. Per aconseguir-ho, s'han construït diferents indicadors, que es resumeixen a continuació.

Presència de dones i homes periodistes per mitjà: premsa, ràdio i televisió

Com a periodistes responsables de les 469 notícies analitzades, hi apareixen 106 dones (23%) i 210 homes (45%). Hi ha 148 notícies (32%) de les quals no s'aclareix l'autoria, o bé perquè estan elaborades per agències, o bé perquè estan firmades amb inicials o com a Redacció. Tenint en compte les notes firmades, les dones periodistes s'encarreguen, de mitjana, del 33,5% de la informació, i els homes, del 66,5%.

En els dos telenotícies, hi han aparegut presentant i/o informant 24 dones periodistes, que dona un percentatge del 77,5%, mentre que s'han codificat 7 homes, que representen el 22,5%. En els cinc informatius radiofònics, presenten i/o informen 39 dones, que obtenen el 39% de presència, i 61 homes, amb el 61% de percentatge. En els cinc diaris, les notícies estan firmades per 43 dones, que arriben al 23%; en canvi, hi ha 142 homes com a autors de la informació, que conformen el 77% de la feina periodística en premsa. Hi ha desequilibris evidents de presència professional, en el cas de la televisió a favor de les periodistes i, en el cas dels diaris, a favor dels periodistes. En canvi, la ràdio presenta percentatges més paritaris.



Periodistes segons la localització de la notícia

De les 469 notícies en què s'ha identificat l'àmbit geogràfic, 304 informen sobre les Illes Balears, 94 fan referència a l'àmbit estatal i 71 estan localitzades a l'àmbit internacional.

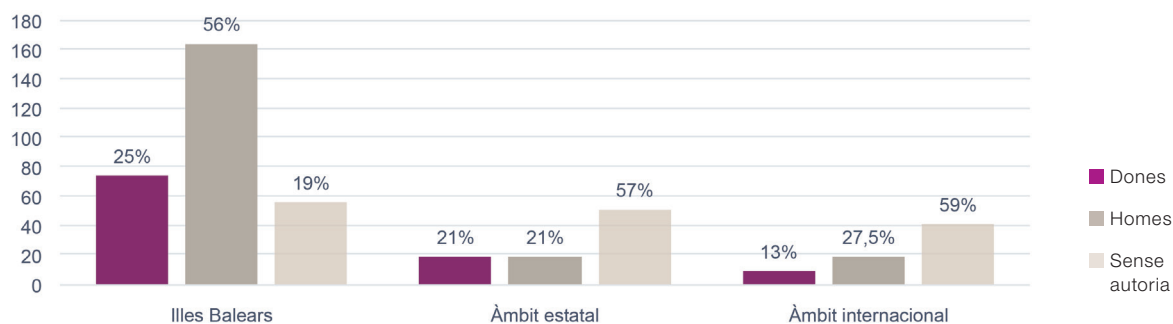
La informació de les **Illes Balears** ha estat a càrrec de 22 dones a la televisió (63%) i 5 homes (14%); hi ha hagut 8 notes sense autoria. En els cinc informatius de ràdio, les notícies han estat elaborades per 18 dones (29%) i 41 homes (65%) que han narrat les notícies de les Illes en aquest suport; hi ha hagut 4 informacions sense autoria. En els cinc diaris, han publicat notícies de les Balears 34 dones (el 17%) i 118 homes (60%); hi ha hagut sense rúbrica 44 relats (22,5%). En total, s'han ocupat de la informació localitzada a les Illes 74 dones (25%) i 164 homes (56%), mentre que les notes sense autoria han estat 56 (19%).

L'**Estat espanyol** ha rebut un seguiment en la televisió que ha estat narrat per 2 dones i 1 home; hi ha hagut 4 notes sense autoria. A la ràdio, s'ha transmès informació elaborada per 12 dones (63%) i 5 homes (26%); 2 històries apareixen sense autoria. Les notícies dels diaris han estat firmades per 5 dones (8%) i 13 homes (21%); 45

relats no estan firmats amb nom propi. En total, 38 periodistes s'han ocupat d'aquest àmbit, 19 dones i 19 homes, assolint un percentatge paritari. Hi ha 51 informacions (57%) que apareixen sense responsable nominal.

De la secció d'**internacional** a la televisió n'ha tingut cura un periodista, cap dona; 4 notes han aparegut sense autoria personal. La ràdio ha donat informació per mitjà de 5 dones (36%) i 8 homes (57%); 1 notícia sense autoria especificada. En els diaris, han firmat notícies de la secció d'internacional 14 periodistes: 4 dones (8%) i 10 homes (20%); 36 informacions han sortit sense firma i ocupen el 72% de les notícies d'internacional als diaris. En total, 28 periodistes s'han fet càrrec dels temes: 9 dones (13%) i 19 homes (27,5%). En aquesta secció s'han publicat sense autoria nominal gairebé un 60% de les notes.

Dels tres àmbits geogràfics, el que té més incidència a les notícies dels mitjans de comunicació de les Illes Balears és el que fa referència a l'àmbit insular, en què les dones periodistes informen en el 25% dels casos i els homes en el 56%. El nombre de notes sense autoria especificada és del 19%. Si comparem el volum d'informació que transmet cada sexe, el resultat és força equilibrat, ja que en el cas de les periodistes representa el 72,5% del seu treball, i en el cas dels periodistes, el 81%.



Dones i homes periodistes segons el tema

A les dades recollides, també es poden observar els temes en els quals treballen homes i dones periodistes. L'estudi indica en quines seccions i/o especialitats podem trobar un nombre més elevat de firmes masculines o femenines i subratlla algunes preferències de gènere.

Prenent els percentatges comparats que es registren en cada ítem, les notes subscrietes per homes i dones i les que no tenen autoria específica, es pot afirmar que la tasca periodística femenina s'inclina cap als temes socials i legals i també de salut i ciència, amb el 39% i el 36% respectivament. En el cas dels periodistes, el seu treball es decanta cap a l'economia i cap a les celebritats, art i mitjans, amb el 53% en ambdós casos, i cap als temes de crim i violència, amb el 41%.

Del tema **política i govern**, s'han analitzat 41 notícies. Informen de manera gairebé paritària 12 dones i 13 homes. Hi ha 17 notícies sense firma. Per al conjunt de dones periodistes representa un volum de l'11% de la feina, i per als homes en comporta el 6%.

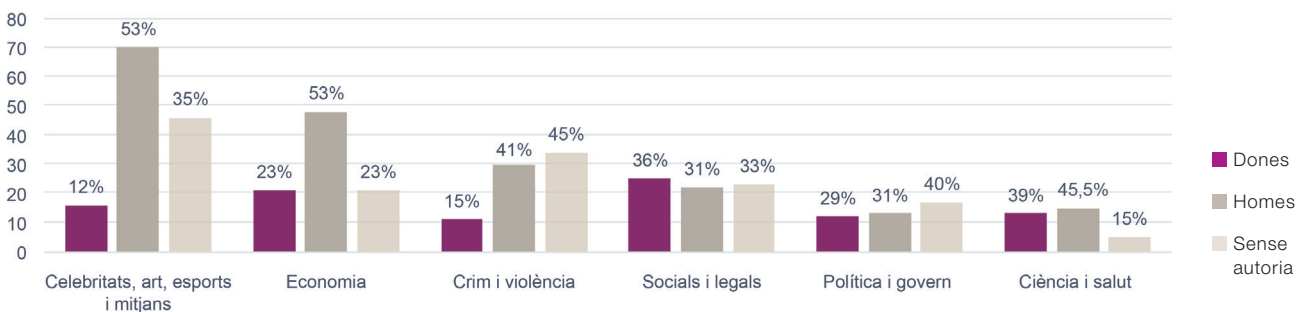
Del tema d'**economia**, s'han comptat 90 relats. Els periodistes que s'han fet càrrec de la informació han estat 21 dones (23%) i 48 homes (53%), i 21 notícies han aparegut sense firma. Els percentatges de dedicació són pràcticament els mateixos per a dones i homes, el 22% i el 23% respectivament.

De **ciència i salut**, s'han comptabilitzat 33 notícies. En són responsables 13 dones (39%) i 15 homes (45,5%), i 5 apareixen sense rúbrica. En aquest epígraf les dones periodistes hi esmercen el 12% de la seva feina, mentre que els homes hi dediquen el 7,5%.

Del camp **social i legal**, hi ha hagut un total de 70 notícies. De la informació, se n'han fet càrrec 47 periodistes: 25 dones (36%) i 22 homes (31%). S'han comptat 23 peces sense identificació nominal. També en aquest apartat destaca un volum de treball de gairebé el doble de les periodistes, comparades amb la seva pròpia mostra, que arriba al 23,5%, mentre que els periodistes s'hi dediquen el 13%.

De l'apartat **crim i violència**, han aparegut 75 històries. Les dones periodistes firmen 11 notícies (15%) i els homes 30 (41%). Les 34 que resten han aparegut sense identificació nominal. Els percentatges es decanten cap als homes periodistes, que esmercen un 33% de la seva feina en aquest ítem; en canvi, les dones periodistes hi dediquen un 10%.

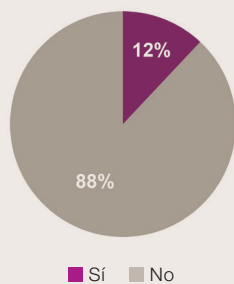
L'apartat que registra més informacions és el de **celebritats, art i mitjans**, ja que en suma un total de 132. Les dones periodistes han firmat 16 informacions (12%) i els homes n'han firmat 70 (53%), amb 46 sense identificar. Aquest és l'epígraf en el qual apareixen més homes com a subjectes de la notícia i també són ells els qui més notes firmen, juntament amb el de crim i violència, amb el 33%. Les periodistes dediquen un 16% del seu treball a aquest tema.



Fonts femenines i masculines consultades per les i els periodistes

S'han comptat 361 persones mencionades com a font mitjançant un insert televisiu, una citació textual a la premsa o un tall de veu a la ràdio. S'hi han esmentat 57 dones, el 52% de les quals han estat mencionades per dones periodistes, mentre que els homes periodistes n'han consultat el 48%, 4 punts de diferència. Per contra, les periodistes han consultat 106 fonts masculines (42%), i els periodistes, 145 (58%).

Per tal d'observar les dinàmiques productives de cada sexe en la seva tasca periodística i tenint en compte que s'han quantificat com a periodistes 210 homes, pràcticament el doble de les dones (106 dones periodistes), cal establir la comparativa amb la seva pròpia població per esbrinar si hi ha alguna preferència cap a les fonts del propi gènere. Les dades indiquen que les periodistes han esmentat un 35% de dones, i els periodistes n'han esmentat un 27%, 8 punts de diferència que potser es podrien atribuir a la complicitat de gènere. Malgrat tot, la preponderància de fonts masculines és vigent, atès que les dones periodistes han esmentat el 65% d'homes, i els homes periodistes, el 73%.



Les dones com a tema central

De les 469 notícies codificades en aquest apartat, només 58 enfocaven les dones com a tema central, una xifra que equival al 12% de tota la producció informativa. Els suports que les han emeses o publicades s'han distribuït així: una notícia a la televisió, 7 a la ràdio i 50 als diaris. En la informació en què consta aquest tòpic hi apareixen 99 individus: 61 dones (62%) i 38 homes (38%).

Els periodistes que han enfocat aquesta qüestió han estat 43, repartits així: 9 dones (21%) i 34 homes (79%). Cada sexe ha tractat la centralitat de les dones en la informació, el 8% les dones periodistes i el 16% els homes. En aquesta qüestió, les periodistes no semblen manifestar cap complicitat de gènere a l'hora d'enfocar temes i narrar històries que afectin les dones com a col·lectiu.

Notícies que destaquen temes d'igualtat o desigualtat

Apareixen sota aquest epígraf 38 relats, equivalents al 8% del total d'informacions. Se n'han emès 1 per televisió, 2 per ràdio i 35 s'han publicat als diaris. De les 1.110 persones codificades, 60 han aparegut en notes que tractaven el tema, de les quals 39 eren dones i 21 homes. En percentatges, les dones esmentades en aquesta categoria representen el 65%, i els homes, el 35%.

Els professionals codificats en les notícies d'aquest ítem han estat 27: 10 dones (37%), 14 homes (52%) i 3 que no tenen identificació nominal. En la comparativa amb el propi univers de la mostra, per a les periodistes representa una dedicació del 9,5%, mentre que per als periodistes és del 6,5%.



5. Anàlisi qualitativa: estudis de cas

Notícies obertament estereotipades

En la primera part d'aquest estudi s'aporten dades suficients per argumentar que des d'un punt de vista estrictament demogràfic els mitjans de comunicació de les Illes Balears no representen de manera proporcional la composició de dones i homes de la societat. D'altra banda, aquesta aproximació mostra de forma gràfica i contundent les conseqüències de la mirada androcèntrica del periodisme, que s'expressa en algunes característiques de la construcció periodística, com ara la tria de fonts, l'enfocament i la jerarquia dels fets i dels personatges, entre d'altres. Malgrat el valor de l'anàlisi quantitativa, les dades empíriques resulten clarament insuficients si el que es pretén és desemmascarar la pervivència dels estereotips i dels biaixos discriminatoris en la comunicació.

Emprendre una anàlisi qualitativa té com a finalitat mostrar les rutines implícites que operen en l'elaboració de la informació, pràctiques i actituds que sustenten la cultura periodística, la qual poua en la cosmovisió social, que és on romanen els valors patriarcal. El periodisme que no es qüestiona ni s'interpel·la a propòsit dels valors que transmet reforça i manté ben engreixats els mecanismes de transmissió d'estereotips.

S'han establert quatre categories per delimitar el marc de l'anàlisi. En el primer apartat, hi ha les notícies que estan estereotipades de manera més oberta; en el segon, s'estudien els relats que mantenen els estereotips de manera més subtil; en el tercer, s'aporten les històries en què s'ha perdut l'oportunitat de mostrar una perspectiva més àmplia i plural, i, en el quart, es presenten exemples de notícies que han recollit i han elaborat la informació amb perspectiva de gènere i que poden ser un referent per adoptar noves pràctiques periodístiques.

Veiem primerament dos exemples de notícies que presenten homes i dones en rols estereotipats: les dones com a objectes sexuals o decoratius, i els homes com a empresaris forts, com a líders o personatges agressius.

Ara Balears, pàg. 37 (Gent):

«Raquel Sánchez Silva s'opera els pits per tornar a Honduras»

Resum: En un breu a l'apartat «Gent», es fa referència a l'operació de pits a la qual s'ha sotmès la presentadora del programa *Supervivientes*, Raquel Sánchez-Silva, abans de marxar cap a Honduras, on es grava el *reality show*.

Anàlisi: La notícia relaciona la intervenció estètica amb la tornada de Sánchez-Silva a la televisió, i confirma la preeminència de l'espectacle per sobre de la informació en el mitjà televisiu, que exigeix a les periodistes/presentadores uns estàndards de bellesa molt superiors als que es demanen als homes. L'operació de pits de la presentadora és tractada, al breu analitzat, com a part de l'espectacle televisiu, fet que suposa un menyspreu de la seva capacitat intel·lectual. Tot i que el breu no posa en dubte les habilitats comunicatives de Sánchez-Silva, que de ben segur són les adients per presentar el programa, s'entén que la seva participació en el xou respon als cànons de bellesa que reclama la televisió.

Conclusió: Amb la inserció d'aquest breu, el mitjà reforça l'estereotip que vincula l'èxit amb la bellesa per a les dones, les quals han de tenir cura del seu cos i adaptar-lo als cànons estètics del moment, encara que sigui a risc de la salut. Els impactes constants que generen els mitjans, mitjançant les revistes o la publicitat, pressionen les dones cap a uns models molt vinculats a l'atractiu físic i a la sexualitat i, com a conseqüència, afebleixen l'autoestima femenina i en dificulten l'apoderament per mitjà d'altres valors. El fet de subratllar que la figura femenina, per tenir presència a la televisió, ha de ser jove i esvelta, indepen-

dentment de la seva capacitat professional, no afavoreix la igualtat d'oportunitats.

Alternativa: Evitar la tria de la portada o bé aprofitar l'avinentsa per qüestionar-la, per exemple, mostrant (amb humor) la diferència que hi ha entre la demanda de presència física que es fa a un presentador i les exigències estètiques que graviten sobre una presentadora.

Última Hora, pàg. 37:

«Explosión de color»



Resum: El diari Última Hora publica un reportatge amb motiu de l'arribada de la primavera la protagonista del qual és la model mallorquina Natalia Ferrer. A les fotografies que acompanyen la peça, hi surt envoltada de flors i

lluïnt un vestit d'estampat floral. En una altra imatge, se la veu empenyent un carret amb diverses plantes.

Anàlisi: El recurs de la dona com a objecte decoratiu és emprat per atreure l'atenció del lector (en masculí). En el cas de la peça que s'analiza, el protagonisme rau en la representació que fa la noia de la florida primavera, l'arribada de la qual és el motiu del reportatge. Tot i que el text és més aviat explicatiu en clau científica de les característiques de l'estació de l'any que comença (s'hi assenyalen, per exemple, aspectes meteorològics, l'hora concreta d'inici de l'estació o les al·lèrgies que se'n deriven), il·lustrar la notícia amb aquestes fotografies reforça els atributs estereotipats cap al gènere femení, com ara que les dones són més sensibles, delicades i tendres, mentre que els homes són més forts o agressius. Aquestes característiques suposadament femenines es vinculen amb la cura de les flors, amb la dedicació a l'art floral, activitat associada a l'oci de les dones. A més, en el text es remarca la bellesa de Natalia Ferrer (entradeta i peu de foto) i la seva afició per la jardineria, raó per la qual ha estat escollida com a protagonista.

Conclusió: Utilitzar la imatge femenina com a simple motiu decoratiu, a més d'un greuge, és reprendre un tòpic del passat que poc afavoreix les aspiracions d'igualtat de tracte entre homes i dones. De la mateixa manera que resulta infreqüent un reportatge en què s'adjectivi un model de «guapo», els mitjans haurien d'estalviar-se aquestes pràctiques i emprar la mateixa mesura de respecte cap a les dones.

Alternativa: En lloc de fer un reportatge decoratiu, o bé es podria oferir una entrevista a una persona experta en meteorologia, o bé en al·lèrgies o en botànica si es volia seguir amb la idea de les plantes i les flors. Aconseguir que aquesta veu analista fos una científica seria una contribució a la necessària promoció de referents femenins en el món de les ciències naturals.

Notícies subtilment estereotipades

Són articles o imatges que presenten les dones en rols domèstics i/o maternal i els homes en rols públics sense connexió amb la vida privada; notícies en què s'esmenten les dones pel seu vincle de parentiu, o no se n'especifica el càrrec o ocupació, o no se'ls dóna la paraula tot i ser les protagonistes de la notícia.

Diario de Mallorca, pàg. 9:

«Las agresiones en el ámbito sanitario disminuyeron un 7% el año pasado» (notícia), «Manifestación antiabortista» (fotonotícia), «La modelo internacional Elisa Sednaoui protagoniza la nueva campaña de primavera de El Corte Inglés» (publireportatge)



Las agresiones en el ámbito sanitario disminuyeron un 7% el año pasado

El Servei de Salut registrà un total de 436 episodis de violència física i verbal en sus centres el 2017. Els que se refereix a la categoria professional de les treballadores sanitàries, la majoria de les quals són infermeres, registrà un 7% menys que l'any anterior. Al mateix temps, el nombre de casos de violència física i verbal en els centres de salut, que inclou tant a les infermeres com a altres professionals, registrà un 7% més que el 2016. El Servei de Salut registrà el 2017 un total de 436 episodis de violència física i verbal en els seus centres, un 7% més que el 2016. Els que se refereix a la categoria professional de les treballadores sanitàries, la majoria de les quals són infermeres, registrà un 7% menys que l'any anterior. Al mateix temps, el nombre de casos de violència física i verbal en els centres de salut, que inclou tant a les infermeres com a altres professionals, registrà un 7% més que el 2016.



MANIFESTACIÓN ANTIABORTISTA. Un grupo de mujeres se manifiesta en un centro de salud de Mallorca.



El Corte Inglés

El Corte Inglés ha apostado esta vez por el modelo internacional de la modelo Elisa Sednaoui para su nueva campaña de primavera. La modelo internacional Elisa Sednaoui protagoniza la nueva campaña de primavera de El Corte Inglés. La agencia Gappo firmó una campaña en la que se muestra la nueva moda de El Corte Inglés para esta primavera. Elisa Sednaoui es una modelo internacional que ha trabajado para varias marcas de moda. En esta ocasión, es la protagonista de la nueva campaña de primavera de El Corte Inglés.

Resum: La notícia sobre la disminució en un 7% de les agressions en l'àmbit sanitari respecte a l'any anterior ocupa bona part de la pàgina 9 del *Diario de Mallorca*. Es remarca en un destacat que la majoria d'actes violents són exercits contra les infermeres. A la mateixa plana, hi apareix un breu sobre l'acció reivindicativa dels col·lectius provida després de la seva reunió amb la presidenta del Parlament de les Illes Balears. Al costat d'aquesta notícia, hi ha la figura de la protagonista de la campanya de primavera d'El Corte Inglés, la model Elisa Sednaoui, i un escrit en el qual s'explica l'estratègia de la nova campanya publicitària i es destaquen les virtuts professionals de Sednaoui.

Anàlisi: La ubicació d'una notícia no és mai casual. Primer, es classifica per incloure-la en les tradicionals seccions d'un mitjà: política, internacional, societat, cultura, etc. Tot seguit, es decideix la importància que se li atorga: obrirà la secció?; quin espai o quant de temps se li dóna?; a quina pàgina va, a la dreta o a l'esquerra?, a dalt o a baix? Totes aquestes són qüestions rellevants que, ni que sigui de forma rutinària, se susciten en el moment de publicar o emetre una informació.

Aquest preàmbul ve a tomb per explicar com pot ser d'anòmal situar tres històries de caire tan diferent en la mateixa pàgina. Aquesta decisió només pot obeir a un desconcert. Davant la inexistència de criteris professionals per tractar temes en què les dones i/o el gènere són protagonistes potencials, es col·loquen les històries sota un inexistent però imaginat paraigua que diu «Dona», com si es tractàs d'un tema en si mateix, oblidant la transversalitat dels subjectes femenins en la major part de les notícies.

Conclusió: Situar en una mateixa pàgina la vulnerabilitat de les infermeres, les manifestants antiavortistes i el publireportatge d'una model d'El Corte Inglés proposa una imatge compacta en què les dones són vulnerables, problemàtiques i frívoles. Tres clixés de la feminitat més estereotipada.

Alternativa: Evitar aquesta interrelació distribuint les notícies en pàgines distintes o, si més no, situant el publireportatge en una altra pàgina.

Es Diari Menorca, pàg. 6:

«Ashome propone como nueva gerente a Azucena Jiménez»

Resum: Azucena Jiménez es perfila com la nova gerent de l'Associació Hotelera de Menorca (ASHOME) un cop que Joan Juanico ha sol·licitat jubilar-se. La notícia incorpora l'agraïment de Josep Oliver, president de la CAEB, cap al ja exgerent d'ASHOME, però, malgrat parlar de la figura de Jiménez i mostrar-ne una foto, no es recull cap declaració de la protagonista.

Anàlisi: L'article, de mitja pàgina i a quatre columnes, presenta la biografia professional de Jiménez, en la qual s'explica que fins al moment és la directora de la Fundació Destí Menorca. La nota segueix aportant dades de la seva trajectòria al capdavant de diverses entitats públiques i privades, esmenta la seva formació acadèmica i és il·lustrada amb una fotografia. S'hi inclou una citació entre cometes segons la qual el nomenament de la gerent és una «decisió estratègica» per part del director de l'ens, Joan Melis. No hi ha cap declaració de la implicada, es parla d'ella, hi ha la seva foto, però a ella no se li dóna l'oportunitat de parlar. De la protagonista de la informació, n'apareixen unes suposades declaracions indirectes segons les quals valora la proposta, a la qual el periodista assegura que hi donarà resposta passats uns dies.

Conclusió: La veu de les dones ha estat escamotejada al llarg de la història fins al punt que elles s'han arribat a convèncer que allò que podien dir era menys valuós i interessant que el que deien els homes. La literatura i la pintura han nodrit l'art de retrats de dones fets per homes. Així, obrir-se camí cap a l'expressió genuïna dels propis pensaments i desitjos ha estat una tasca molt feixuga que troba encara molts d'entrebancs i que té el seu correlat en la freqüent negativa femenina a aparèixer als mitjans.

Alternativa: Donar l'oportunitat a les dones de parlar en primera persona ha de ser preceptiu en les pràctiques periodístiques, que així podran elaborar informacions més plurals i més d'acord amb la realitat.

Es Diari Menorca, pàg. 28:

«Queremos la tercera plaza»

Resum: L'equip femení de vòlei CV Ciutadella afronta el tram final de la Superlliga havent fet una temporada excel·lent. Tot i quedar fora del *play-off*, es destaca el gran salt qualitatiu del seu joc i la il·lusió de les jugadores. L'article inclou una fotografia de les protagonistes de la notícia durant un entrenament, i declaracions de l'entrenador, Bep Llorens, i del president de l'entitat esportiva, Andreu Hernández.

Anàlisi: Malgrat que les protagonistes de la notícia/reportatge són les integrants de l'equip femení de vòlei CV Ciutadella, les declaracions que s'hi llegeixen provenen de fonts masculines, concretament de l'entrenador i del president de l'entitat. No es dóna veu a les jugadores, que, a més, queden supeditades a la jerarquia del club, ja que és consultat abans un càrrec directiu que les esportistes mateixes, que són les que fan l'acció entorn de la qual gira el reportatge (competir per aconseguir la tercera posició a la Superlliga). D'aquesta manera, el desig i l'esforç de les jugadores es canalitza a través de dues veus masculines, si bé prou importants al CV Ciutadella.

Conclusió: Esmentar les dones sense donar-los veu o no atorgar-los la paraula, tot i aparèixer en la imatge d'una notícia, és també una manera de silenciar-les, restar-los valor i no fer visible el seu discurs. La forma com es planteja aquesta peça nodreix la visió eminentment masculina de l'esport, la qual ha marcat tradicionalment el tarannà social de la seva pràctica i del seu gaudi. Aquesta afirmació queda demostrada per la minsa presència de dones esportistes i de l'esport femení a les seccions d'esports, com palesa aquest estudi, en què el percentatge de dones esportistes és del 14%, i el d'homes, el 86%.

Alternativa: Quan un mitjà hagi de dedicar un article a un equip femení o a una esportista, cal que defugui les fórmules tradicionals (donar prioritat a la jerarquia i a les fonts masculines) per cercar la veu de les protagonistes de la notícia. També és pertinent assenyalar la justa necessitat d'incloure l'esport femení en el relat esportiu habitual i d'evitar referir-s'hi com un esdeveniment extraordinari i singular.

Oportunitats perdudes d'aportar una mirada inclusiva

Es tracta de relats en què no hi ha equilibri de gènere (i, per tant, manca diversitat en les fonts) i que redunden en una única perspectiva; d'articles de temes quotidians en què no es practica l'abordatge de gènere i no es donen les dades desagregades, de manera que s'impedeix conèixer una part de la realitat i es priva la notícia d'angles nous i interessants.

Diario de Mallorca, pàg. 10:

«Los licenciados isleños están entre los que logran más empleo y más cualificado»

Resum: La notícia respon als resultats de l'informe *Las universidades españolas. Una perspectiva autonómica, 2013*, en el qual es troben dades relacionades amb l'entrada al món laboral dels llicenciats un cop acabats els seus estudis, així com la rellevància de fer pràctiques durant o després de l'obtenció del títol o els canals de cerca de feina més emprats pels estudiants i llicenciats. A més, s'hi destaca que l'atur entre els titulats de les Illes Balears se situa per sota de la mitjana d'altres comunitats autònomes, i que, a banda de trobar feina amb més rapidesa, aquesta és d'alta qualificació. S'extreuen xifres concretes de l'estudi («4.438 inscritos», «304 ofertas», «80 contratos», «581 prácticas»), però no es presenten de manera segregada per sexe.

Última Hora, pàg. 23 (El tablón):

«581 estudiantes de la UIB realizaron prácticas en empresas el año pasado»

Resum: La notícia, en format breu de dues columnes, fa un recull de les xifres més destacades pel que fa a la inserció professional dels estudiants i titulats de la UIB, presentades per la doctora Margalida Payeras, vicerecutora d'Alumnes, Titulats i Ocupabilitat de la mateixa universitat. Les dades, extretes del Departament d'Orien-

tació i Inserció Professional (DOIP) de la UIB, aporten informació sobre el perfil dels contractats, el nombre d'ofertes de treball tramitades, els contractes formalitzats, el nombre d'empreses col·laboradores i la quantitat de beques atorgades.

Anàlisi: Cap de les dues notícies —si bé ambdues presenten xifres prou interessants per fer un primer esbós del panorama laboral dels alumnes i titulats de les Balears— s'atura a analitzar les dades de manera segregada. A diferència de la peça que publica el *Diario de Mallorca*, el breu d'«El tablón» (*Última Hora*) sí que incideix lleugerament en el perfil de la persona que usa el servei d'inserció laboral. Precisament és el d'una dona de 28 anys i titulada per la UIB. Malgrat aportar aquesta dada concreta, el periodista que redacta aquest breu no va més enllà i continua la notícia destacant el nivell d'estudis dels demandants d'ocupació (el 86% d'aquests són titulats). La recerca ha demostrat, però, que homes i dones estudien carreres diferents; així doncs, hi ha estudis feminitzats i estudis masculinitzats (a les carreres de la branca de les ciències socials s'hi titulen més dones, i els estudis d'àrees tècniques compten amb un nombre més elevat d'homes graduats). Com a conseqüència, la inserció laboral pot presentar diferències de gènere, i, a més, per la manera com les titulacions es relacionen amb l'àmbit professional, les condicions laborals varien. Educació i ocupació exerceixen una influència conjunta. Sovint, el mercat laboral és un dels condicionants a l'hora de triar la carrera, i l'elecció d'aquesta està determinada per les discriminacions amb què es troben les dones en l'accés a l'àmbit laboral, a pesar que el nivell formatiu de dones i homes s'hagi equiparat en les darreres dues dècades.

Conclusió: Aportar les dades desagregades ha passat de ser una exigència de la societat civil a les entitats i a les institucions a convertir-se en un requisit previst en la Llei 4/2005 per a la igualtat de dones i homes. El fet cert és que, quan la font inclou les variables de sexe, la professió periodística no té gaire inconvenient a reflex-

tir-les en articles i reportatges. El que resulta més difícil d'aconseguir és que siguin els periodistes els qui demanin a les fonts que els forneixin d'informació diferenciada per sexes.

Alternativa: La demanda de dades desagregades per sexes assegura un punt de vista més obert, precís i interessant. Tenir en compte aquestes variables permet aprofundir en la realitat que viuen els homes i les dones, sovint de manera distinta davant situacions similars.

Ara Balears, pàg. 8:

«Els antiavortistes treuen pit després de fer rectificar el PP»

Resum: Article de tres columnes, amb fotografia i a la part dreta de la pàgina dreta (el lloc més visible). Es fa un relat de la reunió de les entitats provida amb la presidenta del Parlament de les Illes Balears per presentar el Manifest del Dia Internacional de la Vida, amb motiu del qual es fa una protesta —encapçalada per la plataforma Sí a la Vida— a Palma i a altres ciutats de l'Estat.

Anàlisi: La peça explica la trobada entre Margalida Duran i la membresia de la plataforma que culmina amb un acte reivindicatiu a la plaça Major de Palma, en què una desena de cotxets infantils, amb 8 dones i 2 homes, són exposats buits com a símbol dels no nascuts. La *performance* també té un punt de celebració, ja que arriba després que els diputats populars rectifiquin el vot en contra de les seves pròpies propostes pel que fa a l'avortament. La notícia fa referència a l'acció de les activistes feministes —explicada per un membre de Derecho a Vivir—, en què desenes de dones varen irrompre en una missa a l'església de Sant Miquel (Palma), però sense esmentar cap declaració seva.

Conclusió: Quan una notícia enfoca només una o unes quantes fonts amb posicionament similar, s'acostuma

a dir que està mancada de l'equilibri necessari perquè la història pugui ser considerada imparcial. Si, com en aquest cas, es fa referència a les accions d'un col·lectiu a través de la veu d'una font que es manifesta totalment en contra, creiem que tant els periodistes com el mitjà han introduït un biaix en el seu treball. D'altra banda, els grups de dones feministes acostumen a trobar molt poca porositat en els mitjans, que molt sovint no prenen en consideració les seves accions i manifestacions.

Alternativa: Cercar l'equilibri de fonts per tal d'obtenir les diverses versions que qualsevol acte o fet presenta i mostrar-se sensible a les reivindicacions d'alguns col·lectius com el feminista, són propostes que acosten el periodisme a la realitat.

IB3 Ràdio:

La circulació de la foto d'una menor despullada al mòbil planteja el dubte entre el delictes de corrupció de menors o el de revelació de secrets

Resum: Un jove de 15 anys és detingut com a implicat en un cas de corrupció de menors per passar imatges de contingut sexual per telèfon després que una al·lota, també menor i coneguda del detingut, perdés el mòbil amb una foto seva despullada emmagatzemada a l'aparell. L'acusat i dos menors més s'encarreguen de distribuir la fotografia, fet que l'advocat penalista especialitzat en delictes tecnològics que intervé a la peça radiofònica, José Ignacio Herrero, considera descobriment i revelació de secrets i d'intimitats. Es parla del delictes i de les penes que pot suposar, així com del control parental i de la responsabilitat de la família a l'hora d'evitar fets similars.

Anàlisi: La notícia es planteja sota l'interrogant de la qualificació del delictes amb la intenció de delimitar les responsabilitats dels menors. El mitjà cerca l'opinió d'una font experta en la figura d'un advocat especialitzat en delictes tecnològics, per tal d'aclarir si es tracta de corrupció de

menors, com sembla que ha estat qualificat per la policia, i el jurista explica que la responsabilitat del menor de 15 anys s'ha de classificar com a vulneració d'intimitat, ja que la fotografia d'una persona despullada no pot ser distribuïda. Malgrat la resposta, el periodista pregunta sobre la proliferació dels delictes de corrupció de menors, sobre les diferències entre les penes que reben els adults i els menors i demana al jurista que aconselli a propòsit d'aquesta qüestió. S'acomiada la font agraint-li que hagi deixat clars els conceptes.

Conclusió: L'enfocament de la notícia obvia la perspectiva de gènere; no es fa al·lusió, en cap cas, a la facilitat amb què s'utilitza el cos de les dones per al gaudi personal, ni es planteja en cap moment si hauria passat el mateix en cas que la fotografia hagués estat del jove. S'accepta com a normal el fet que un cos femení pugui utilitzar-se com un objecte i no es valoren les conseqüències que reporta aquesta actitud.

Alternativa: La història s'hauria pogut ampliar afegint una altra font que contextualitzàs aquest tipus de delictes, i aportant reflexions sobre la permissivitat social cap a la sexualització de les adolescents en la moda, en els costums, etc., i la vulnerabilitat que se'n deriva a l'hora d'exigir respecte a la intimitat i a l'honor.

IB3 TV:

Reportatge sobre les persones nascudes i les residents a les Illes Balears que han marxat a l'estranger

Resum: El reportatge fa un recull de dades presentades per l'Institut Nacional d'Estadística sobre el fenomen de l'emigració a les Illes Balears. Més de 6.700 persones nascudes a les Illes han fixat la seva residència a l'estranger a 1 de gener de 2014, xifra que representa un augment del 10% respecte a l'any anterior, i els països d'acollida es concentren majoritàriament en dues zones: Europa (Alemanya,

Regne Unit) i Sud-Amèrica (Argentina i Veneçuela). Pel que fa als residents a les Balears que han traslladat la seva residència a l'estranger, els nombres es quadrupliquen, fins a arribar a les 24.600 persones (un 11% més que el 2013). D'aquests últims, se'n destaca la nacionalitat, i són els llatinoamericans els que més han partit. El reportatge, a més, demana a dues persones a peu de carrer —un home i una dona— si se n'anirien a viure fora. Dins l'àmbit econòmic, s'esmenta el nombre d'afiliats a la Seguretat Social i el nombre d'ocupats estrangers a les Illes Balears.

Anàlisi: La informació que proporciona el reportatge és incompleta i no permet interpretar el fenomen migratori des d'un vessant que no sigui l'econòmic. Es posa l'èmfasi en les dades, però, en no oferir els percentatges per sexes, aspectes com ara la situació social, estretament vinculada, tanmateix, a l'estructura laboral de les regions, queden fora de l'anàlisi. El reportatge també parla del nombre d'ocupats estrangers a les Balears sense tenir en consideració la feminització de determinats sectors laborals, els quals atreuen moltes de dones en l'intent de millorar les seves condicions de vida i les de les seves famílies.

Conclusió: Al llarg de la història, les dones han estat sempre presents en els moviments migratoris. Obviant les dades desagregades per sexe, es proporciona a l'audiència una informació incompleta, ja que no s'esmenten els aspectes socials, familiars i personals, tots bàsics i amb un paper rellevant tant en les decisions d'emigrar com en les de retornar al país d'origen.

Alternativa: L'abordatge d'aquesta temàtica des d'una perspectiva de gènere, més enllà del ball de xifres que es pugui presentar a tall informatiu, contribuiria a una comprensió més completa del fenomen. A banda de dades relacionades amb els països d'origen i destinació, són interessants i necessaris els apunts sobre el paper que tenen dones i homes en el procés migratori.

Informacions amb consciència de gènere

Són notes que tenen en compte els desequilibris i les desigualtats de gènere, que qüestionen els estereotips vigents, que proposen nous enfocaments o que informen sobre situacions i personatges que no tenen visibilitat pública, o bé articles que tenen equilibri de fonts, i enfocuen i expliquen com una situació pot afectar de forma diversa cada gènere, una pràctica que aquest treball mostra que no és gaire habitual.

IB3 TV, secció d'esports:

Reportatge sobre dues ciclistes que expliquen les dificultats que tenen per dedicar-se professionalment al ciclisme

Resum: El reportatge té com a protagonistes les ciclistes Cata Rayó i Mar Bonnín, campiones d'Espanya en les modalitats de carretera i pista respectivament. Denunci- en que el ciclisme és un esport molt poc professionalitzat en la categoria femenina i exposen les dificultats que tenen per competir. La falta de patrocini i de recursos econòmics, així com de carreres femenines, les empeny a disputar curses de categoria masculina a les Balears. La situació de les dones per dedicar-se professionalment al ciclisme és pitjor que no pas la dels homes, admeten Rayó i Bonnín, i es dóna la culpa a la Federación Española i a la seva poca implicació. Actualment, aspiren a competir en l'àmbit estatal i internacional amb l'equip Metal Blinds de la Peña Ciclista d'Establiments.

Anàlisi: El reportatge fa referència a una desigualtat de gènere dins l'àmbit esportiu, concretament dins el ciclisme; tot i que no aprofundeix en el tema, es presenta com a denúncia. Malgrat admetre que «la culpa és de la Federació», la peça informativa se centra en les protagonistes i en la seva situació professional, en la qual es detecta una discriminació per raons de sexe. Mentre que el ciclisme masculí —la part visible d'aquest esport i, per tant, la que obté majors i millors patrocinis— és seguit

pels mitjans i gaudeix de competicions especialitzades en totes les modalitats i nivells, el ciclisme femení és la divisió menystinguda.

Conclusió: El reportatge subratlla la invisibilitat de l'esport femení i palesa la falta de recursos en què es troben les esportistes quan, per poder competir, s'han d'adaptar al rol masculí. Si bé la participació d'ambdós sexes en una mateixa competició pot ser considerada en termes d'igualtat com un avanç, el fet cert és que el menyspreu cap a les seccions femenines del ciclisme (o dels esports en general) no fa més que obviar la participació de les dones en l'esport i reduir les possibilitats d'enfortiment de les categories femenines.

Alternativa: És lloable que la televisió dediqui un dels reportatges de l'informatiu a la situació que viuen moltes de dones esportistes, tot i que la peça podria incidir en les problemàtiques de fons que són comunes a altres esports.

IB3 TV:

Notícia sobre el conflicte entre els sindicats i la patronal que ha generat la negociació del conveni col·lectiu d'hoteleria

Resum: La negociació del conveni col·lectiu d'hoteleria desemboca en un conflicte entre els sindicats i la patronal que comporta que uns 200 delegats del sector sindical es manifestin davant la seu de la Federació Hotelera de Mallorca. Consideren que la proposta de la patronal és una declaració de guerra; en canvi, la patronal creu que les amenaces de vaga per part dels sindicats són una irresponsabilitat. La notícia inclou les declaracions dels secretaris de la UGT i de CCOO de la Federació d'Hoteleria, que aposten per la negociació sense deixar de banda la mobilització, i d'una cambrera de pis que qüestiona la intenció d'externalitzar el servei per part de la patronal. Com a representant de la Fe-

deració, s'entrevista la gerent, Imma de Benito, que veu les amenaces i les dificultats de negociació com un perill per al sector turístic balear.

Anàlisi: Es tracta d'una de les notícies importants del dia, de la qual tots els mitjans es fan ressò. El reportatge televisiu desplega les diverses fonts que tenen coses a dir amb referència al conflicte: d'una part, els sindicats, amb imatges de la mobilització al carrer i declaracions de responsables de les organitzacions obreres, i, de l'altra, la patronal. El reportatge incorpora un insert amb veu i imatge de la representant de les cambres de pis, que té així la possibilitat d'expressar els seus temors i mostrar la vulnerabilitat del seu col·lectiu.

Conclusió: Un aspecte que cal remarcar de la construcció de la peça informativa és l'equilibri de fonts, no tan sols pel que fa a les dues parts en conflicte, sinó també pel que fa a la paritat entre homes i dones a qui es dona la paraula.

Alternativa: És un encert aportar una font que assenyalava la manera diversa amb què una mateixa situació pot afectar els col·lectius professionals feminitzats, ja que afegeix context, informació i contribueix a la reflexió.

Es Diari Menorca, pàg. 27:
«Los colectivos de mujeres piden más acciones contra el maltrato»

Resum: Aquesta peça d'*Es Diari Menorca* se centra en la petició que els col·lectius de dones fan per convocar una taula de diàleg que reuneixi partits polítics, comunitats autònomes, ajuntaments i organitzacions especialitzades en violència de gènere. Aquesta petició, acceptada per la Secretaria d'Estat de Serveis Socials i Igualtat, té com a objectiu l'eradicació de la violència contra les dones a partir de l'aplicació de mesures de prevenció i polítiques de gènere. La Federació de Mujeres Progresistas, a qui es dona veu a l'article, considera molt oportuna una reunió d'aquestes característiques. A la dreta de la pàgi-

na, es dedica una columna a la condemna de presó d'un home acusat de matar la seva exdona a Madrid aquella mateixa setmana, i, a la part central, s'hi inclou una fotografia de l'edifici on va ser trobat el cos de la víctima.

Anàlisi: La violència masclista s'exposa com un problema social. L'article dona visibilitat a organitzacions i associacions de dones; esmenta diverses dones vinculades amb la política i les associacions, i mostra l'acord que mantenen a l'hora de formar part de la taula de diàleg per afrontar el problema a partir de mesures concretes.

27 | MENORCA | **Es Diari** | 19 de maig del 2014

SOCIEDAD

Los colectivos de mujeres piden más acciones contra el maltrato

Prisión para el detenido por matar a su exmujer

El juez decretó ayer prisión provisional comunicada y sin fianza para el hombre detenido por matar a su exmujer en el barrio de Madrid el pasado lunes, que se acogió a su derecho a no declarar ante el magistrado. Según ha informado a Efe el Tribunal Superior de Justicia de Madrid, el titular del Juzgado de Instrucción número 35 de Madrid impuso a José Manuel G.C. un delito de homicidio, ya que éste es el que le atribuye la Policía y el arrestado se ha acogido a su derecho a no declarar ante el juez. Este delito se imputa sin perjuicio de que en el transcurso de la investigación pueda modificarse. El detenido ya ha sido conducido a la prisión de Soto del Real, según la misma fuente, que ha precisado que el Juzgado de Instrucción número 35 se celebró en el 16, que es el procedido al levantamiento del cadáver y albotó diligencias previas.

Los agentes que lo hicieron arrestar en que la violencia masclista es un fenómeno «muy complejo» en el que «no hay que bajar la guardia» y poner en marcha todas las medidas que sean necesarias. Desde la Federación Mujeres Progresistas, Violencia Intrafamiliar, consideró que la mesa de diálogo es una muy oportuna para que los agentes que la integran analicen que está sucediendo, por qué y tomar las medidas oportunas. «Adicionalmente hay acuerdo de todas las fuerzas políticas para acabar con esta lacra antes que no haya la buena voluntad» y hay que aplicar medidas y llevarlas a cabo», aseguró Benito.

Ante los últimos cuatro asesinatos de violencia de género ocurridos en los últimos días, la presidenta de esta organización afirmó que con las campañas preventivas que han subido el nivel en la concientización y tienen una relevancia muy importante, se ha bajado la guardia.

VIOLENCIA
La Federación Mujeres Progresistas considera que la mesa de diálogo es muy oportuna.

OPORTUNIDAD
La Federación Mujeres Progresistas considera que la mesa de diálogo es muy oportuna.

VIOLENCIA
En declaraciones a Efe, las organizaciones de mujeres dijeron que la bienvenida a este foro de diálogo...



Italia rescata a más de 2.000 inmigrantes en el mar en 48 horas

REUTERS • Roma

Tras el rescate de la mayoría y de la guardia costera italiana han rescatado a más de 2.000 inmigrantes que viajaban en un barco en el mar del norte de África en los últimos 48 horas, aseguraron ayer las autoridades, reduciendo el número de la inmigración ilegal hacia el sur de Europa.

El rescate tuvo lugar un día después de que unos 500 personas entraran por la fuerza en Sicilia, uno de los dos empujados espaldas en el norte de África, la mayor cifra en casi una década.

La marina italiana dijo que 2.020 inmigrantes habían sido rescatados por los buques del grupo de tareas Mare Nostrum en la costa sur de Sicilia, incluidas 500 recogidas en el mar el 17 de marzo que se esperaba que llegaran al miércoles al puerto de Augusta.

Tres buques mercantes también participaron en el operativo de rescate: Italia ha hecho durante el día dos de ellos mercantes de migrantes que viajan en embarcaciones populares y originadas desde el norte de África hasta Lampedusa,



L'aparició als mitjans de comunicació d'aquests col·lectius informa sobre la seva existència i les accions que duen a terme, a més de proporcionar —indirectament— un accés obert a totes les dones que es troben en una situació de violència de gènere i que no són coneixedores dels grups de suport que treballen per a la prevenció i l'eradicació del problema. A l'entradeta s'informa sobre la quantitat de dones assassinades i en un destacat s'esmenta la Federación de Mujeres Progresistas.

Conclusió: Elaborar un relat en què l'ítem principal és la formació d'una taula de diàleg eixampla la perspectiva que s'ofereix sobre la violència masclista, la qual pot deixar de concebre's com un succés concret i aïllat o com un conflicte privat i familiar per passar a considerar-se com un problema que afecta tota la societat. Malgrat que es tracta d'una informació d'agència, el diari l'ha escollit i li ha donat un espai destacat. Cal assenyalar, però, que mostrar el portal on vivia la víctima és un recurs molt pobre que caldria repensar.

Alternativa: És una bona pràctica treure les notícies de violència masclista del marc de les notícies de successos; per això, cal posar-se en contacte amb fonts expertes que tractin el tema des de la perspectiva psicològica, social, etc., a fi d'abastar totes les parts del conflicte i presentar-lo com el que és: un problema estructural de la nostra societat.

RNE:

**Notícia sobre el festival de poètiques
insubmises Ulls Sadolls amb declaracions
d'una de les organitzadores de l'esdeveniment**

Resum: Amb motiu de la celebració del festival Ulls Sadolls, autoqualificat de festival de poètiques insubmises i impulsat per un grup de feministes, es presenta l'exposició de fotografia *Descodificades* amb la voluntat de fer

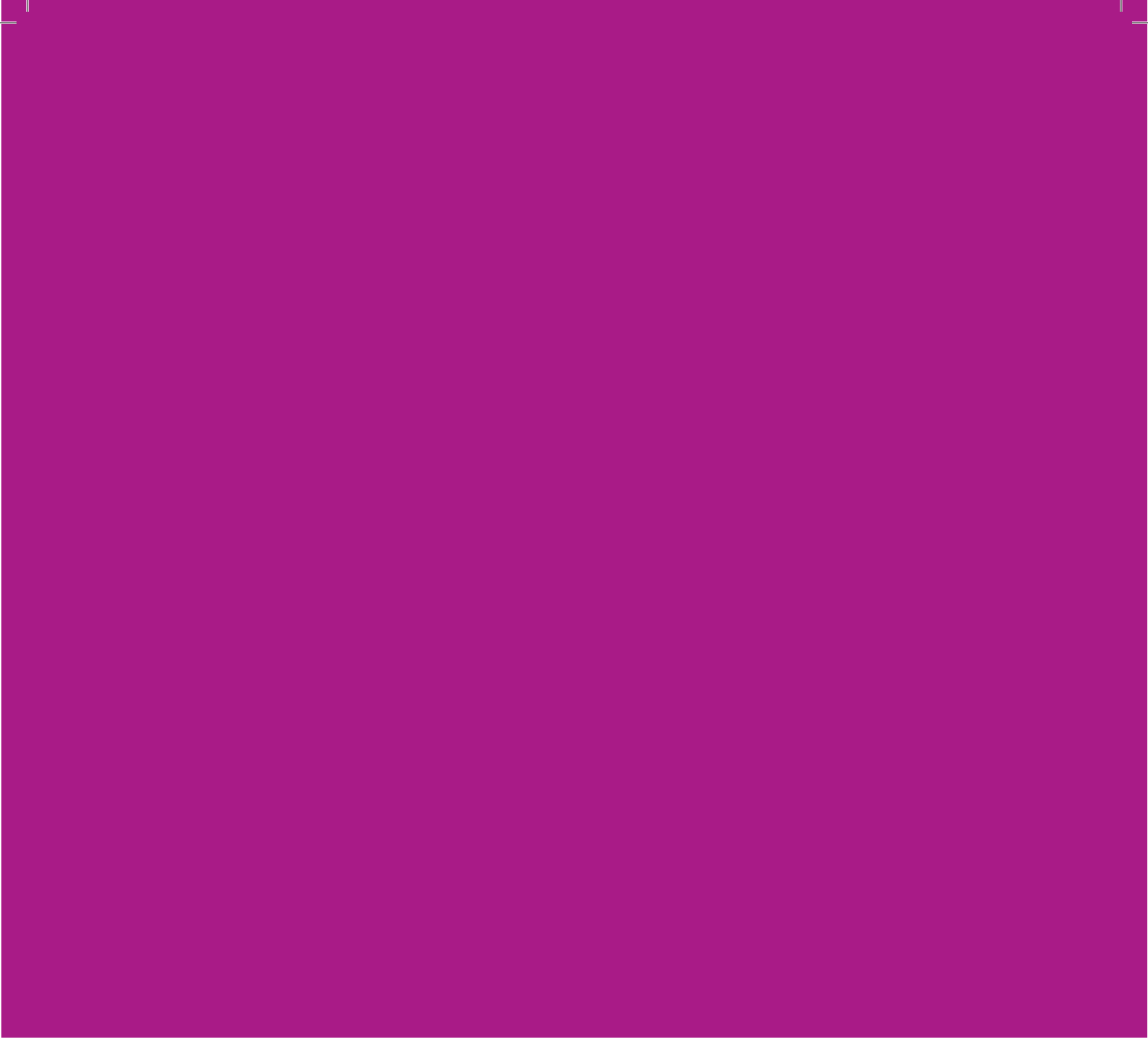
una reflexió des de l'experiència sobre la construcció de la imatge social de la dona. Així ho explica a RNE una de les organitzadores de l'esdeveniment.

Anàlisi: Tot i que la peça dedicada al festival Ulls Sadolls és breu (1,3 minuts), el periodista fa referència a les organitzadores com a activistes feministes que treballen en xarxa, dóna detalls de l'exposició *Descodificades* i inclou declaracions d'una de les responsables de l'esdeveniment, que manifesta com el concepte de la feminitat s'ha utilitzat de manera negativa en la construcció de la imatge de les dones.

Conclusió: El moviment feminista i els seus actes i missatges acostumen a rebre la indiferència i el desinterès dels mitjans, ja que són entesos com a quelcom radical i ideologitzat que s'escapa de la pretesa objectivitat amb què els mitjans legitimen la seva activitat professional.

Alternativa: Donar veu a una activitat que s'expressa clarament i rotunda a favor de la desconstrucció de la imatge estereotipada de les dones contraresta, ni que sigui en una mesura molt ínfima, els missatges que s'emeten en contra.





6. Reflexions i conclusions



Protagonistes

Els mitjans de comunicació en general, i els de les Illes Balears en concret, apliquen en l'actualitat una mirada androcèntrica, això vol dir que treballen amb una jerarquia de valors que adjudica més credibilitat i interès a les accions, idees, paraules i fets que protagonitzen els homes i tenen lloc en els escenaris públics. Aquesta premissa es converteix en un mecanisme de transmissió de criteris i normes que, en difondre's, reforça els estereotips que se'n deriven: tot plegat, un moviment circular o bucle difícil d'esquivar. Com a conseqüència, **quan s'analitza quantitativament la presència de dones i homes en els mitjans informatius de premsa, ràdio i televisió, el percentatge femení és del 23%, i el masculí, del 77%.**

La premsa és el suport mediàtic més reticent a incrementar la presència femenina i a incorporar una major pluralitat de veus, i això és així per diverses raons, una de les quals pot ser la tradició de la cultura periodística, que enfoca la realitat pública com a predominantment masculina, i l'àmbit privat com l'espai femení. **La ràdio i la televisió esmenten 2,4 vegades més els homes que les dones, i els diaris, 4 vegades més.**

Mitjançant l'estudi, s'observa com la informació tendeix a la despersonalització i a una certa frivolitització, atès que el percentatge mitjà d'individus que s'esmenta en cada notícia és de 2,5, i que **la tercera part del volum informatiu i la tercera part de les persones esmentades apareixen sota l'epígraf de celebritats, esports, arts i mitjans. Amb tot, la presència femenina de famoses, esportistes o artistes es redueix a 2 de cada 10 persones que reben aquestes descripcions.**

Com és lògic, la informació local ocupa més de la meitat de la producció dels mitjans de les Illes Balears, i en aquest àmbit les dones apareixen en una major proporció que en les altres localitzacions geogràfiques, nacional i internacional. **Les dones reben el 28% de les mencions en les seccions de l'espai balear, i els homes són majoritaris en la secció d'internacional amb el 93,5%.**

En la cultura periodística hi ha un dispositiu d'enfocament que determina i jerarquitzava d'antuvi el valor que s'adjudica als escenaris i als protagonistes de les activitats socials. En aquest sentit, els escenaris públics, entesos com els de les institucions polítiques i econòmiques, es consideren més importants que tot allò que té a veure amb les vides individuals i fins i tot amb les organitzacions i associacions de la societat civil, en què les dones tenen més presència. D'aquí que **les descripcions que atorguen el protagonisme masculí al relat apareguin en el 77% dels casos, mentre que el protagonisme femení apareix en el 23%.**

Una de les funcions de més prestigi que concedeixen els mitjans és la de font experta, la veu que aporta coneixement del tema i permet una construcció de la notícia més equilibrada i imparcial. En aquest sentit, una de les novetats d'aquestes últimes dècades ha estat la incorporació de les dones a la universitat. La seva presència en el món acadèmic i, per tant, en el coneixement explica l'existència d'un bon nombre de dones especialitzades en diferents camps de la ciència i de la tècnica. Però, negant aquesta realitat, **l'opinió experta de les dones en els mitjans de comunicació queda reflectida només en el 18% de les ocasions;** en canvi, la masculina assoleix el 82%. De totes les dones de la mostra, han estat interpel·lades per aportar el seu coneixement el 5,5%; en canvi, als homes se'ls ha preguntat gairebé el doble de vegades, el 10%.

Pel que fa a l'opinió popular, que és la que es demana sense necessitat de cap aval expert i en la qual sovint amb prou feines s'identifica la persona amb el nom de pila, el col·lectiu femení hi té un reflex més nombrós, mostrant de forma evident la manca de significació (la insignificança) de la veu femenina. **Un 35,5% de les dones apareixen en els mitjans exercint la funció d'opinió popular i ocasional.**

Periodistes

L'estudi quantifica el nombre de notícies i els professionals que les han firmades; en aquest sentit, evidencia que **les dones periodistes aporten el 33,5% del volum informatiu, i els homes, el 66,5%**. Hi ha importants diferències entre suports. Així, mentre que a la televisió les periodistes representen el 77,5%, a la premsa són el 23%. En aquest cas, **la ràdio es converteix en el mitjà en què els professionals tenen una presència més paritària**, amb el 39% per a les dones i el 61% per als homes.

Dels tres àmbits geogràfics: Illes Balears, Espanya i internacional, el primer és el que aplega un volum més important de la producció informativa, i en aquest camp una quarta part està a càrrec de les periodistes. Descomptant les notes sense autoria especificada i comparant les firmades per cada sexe, **de la secció local, se n'ocupen de manera similar homes i dones periodistes**; per a elles, la informació relativa a les Illes suposa el 72,5% de la seva feina, i per a ells, el 81%.

En altres estudis ja s'ha pogut observar una certa predisposició cap a uns determinats temes segons el sexe dels professionals, opcions que sovint coincideixen amb el major nombre de presència femenina i/o masculina en el tema i/o en la secció en concret, i que donen lloc a parlar de seccions masculinitzades, dins les quals hi hauria economia i esports, per exemple.

En aquest treball, **es mostra una certa predilecció de les dones periodistes cap als temes socials i legals, i de salut i ciència, amb una activitat del 39 i el 36% respectivament. Els homes periodistes decanten el seu interès cap a economia (53%); celebritats, esports, arts i mitjans (53%), i també cap a les històries de crim i violència (41%)**.

Hi ha una certa creença segons la qual els desequilibris de representació dels sexes es resoldran en el moment en què a les redaccions dels mitjans hi hagi el mateix nombre de dones que homes. De moment, el que ens

indica aquest estudi és que **tots dos grups de professionals consulten més fonts masculines que no femenines, de l'ordre del 42% les dones i el 59% els homes**. Si es comparen les opcions escollides segons cada sexe per separat, el resultat és que **les dones periodistes han consultat fonts femenines en el 35% dels casos, i els homes periodistes n'han consultat en el 27%**. Es podria concloure que hi ha 8 punts de diferència entre elles i ells a l'hora de triar una font femenina, fet que indica una certa complicitat de gènere. Malgrat tot, la supremacia de fonts masculines és evident, atès que comparades amb el seu propi col·lectiu de referència les dones periodistes han esmentat el 65% de fonts masculines, i els homes, el 73%.

Crida l'atenció l'escàs nombre de notícies que es generen entorn dels temes de gènere i els pocs reportatges que mereix un tema tan punyent com el de les desigualtats de gènere, les quals es manifesten en multitud de camps, com el treball, la professió, l'atur, les retribucions salarials, l'afectació de la crisi, etc., per parlar només dels aspectes econòmics. Ni les dones ni els homes periodistes mostren una sensibilitat especial cap als temes que a elles els afecten directament i a ells també de manera indirecta. Una explicació plausible rau en la idealització de la cultura periodística, que considera que pot exercir aquesta mirada sobre la realitat de manera neutra i asexualada, sense adonar-se de la fal·làcia que implica, atès que aquesta suposada visió universal està farcida dels valors masculins i dominada per aquests. Així, tant homes com dones periodistes incorporen aquest convenciment com una part del seu entrenament professional i de la pròpia cultura periodística, fet que els priva d'una mirada més aguda i oberta cap a les diferències.

Alternatives a la rutina periodística

Dels estudis qualitius de les notícies, se'n poden extreure alguns comentaris i possibles vies d'ampliació dels criteris periodístics habituals. Més enllà d'assenyalar les males pràctiques, el propòsit que impulsa aquest treball és el de proporcionar una eina útil per a la reflexió que contribueixi a l'exercici d'un periodisme ètic, més honest i plural.

Un dels estereotips més persistents i difícils d'eradicar és el d'utilitzar el cos de les dones com a reclam de la mirada de l'audiència, un recurs molt present a les propostes publicitàries, que també té el seu correlat a les notícies. Davant els dubtes que pugui tenir qualsevol professional sobre la utilització de la presència femenina en una notícia fent una funció d'objecte decoratiu, és recomanable plantejar-se la regla de la inversió: faria el mateix si la imatge fos d'un home? Utilitzaria la mateixa adjectivació i descripció? És probable que respondre aquestes preguntes permeti triar altres opcions que l'allunyin de la discriminació i, per tant, **evitar utilitzar el cos i la imatge femenina en funció decorativa o eròtica.**

Si bé és cert que hi ha alguns estereotips molt fàcils de detectar, n'hi ha d'altres que demanen una major perspicàcia per part de qui elabora o edita la informació. **Ubicar algunes notícies a prop o a la mateixa pàgina pot conduir a lectures indesitjables**, tot i que inconscients, i pot provocar que alguns col·lectius o grups puguin sentir lesionada la seva dignitat.

Sempre que sigui possible, i sobretot **quan una o unes quantes dones són les protagonistes de la informació, cal aportar la seva veu en primera persona.** És una pràctica periodística que condueix a elaborar informacions més plurals i més d'acord amb la realitat.

Cercar l'equilibri de fonts per tal d'obtenir les diverses versions que qualsevol acte o fet presenta és preceptiu en les pràctiques periodístiques, i **quan es tracta de te-**

mes sensibles com la violència de gènere, cal comptar amb persones expertes com a fonts, les quals ampliaran la comprensió del conflicte.

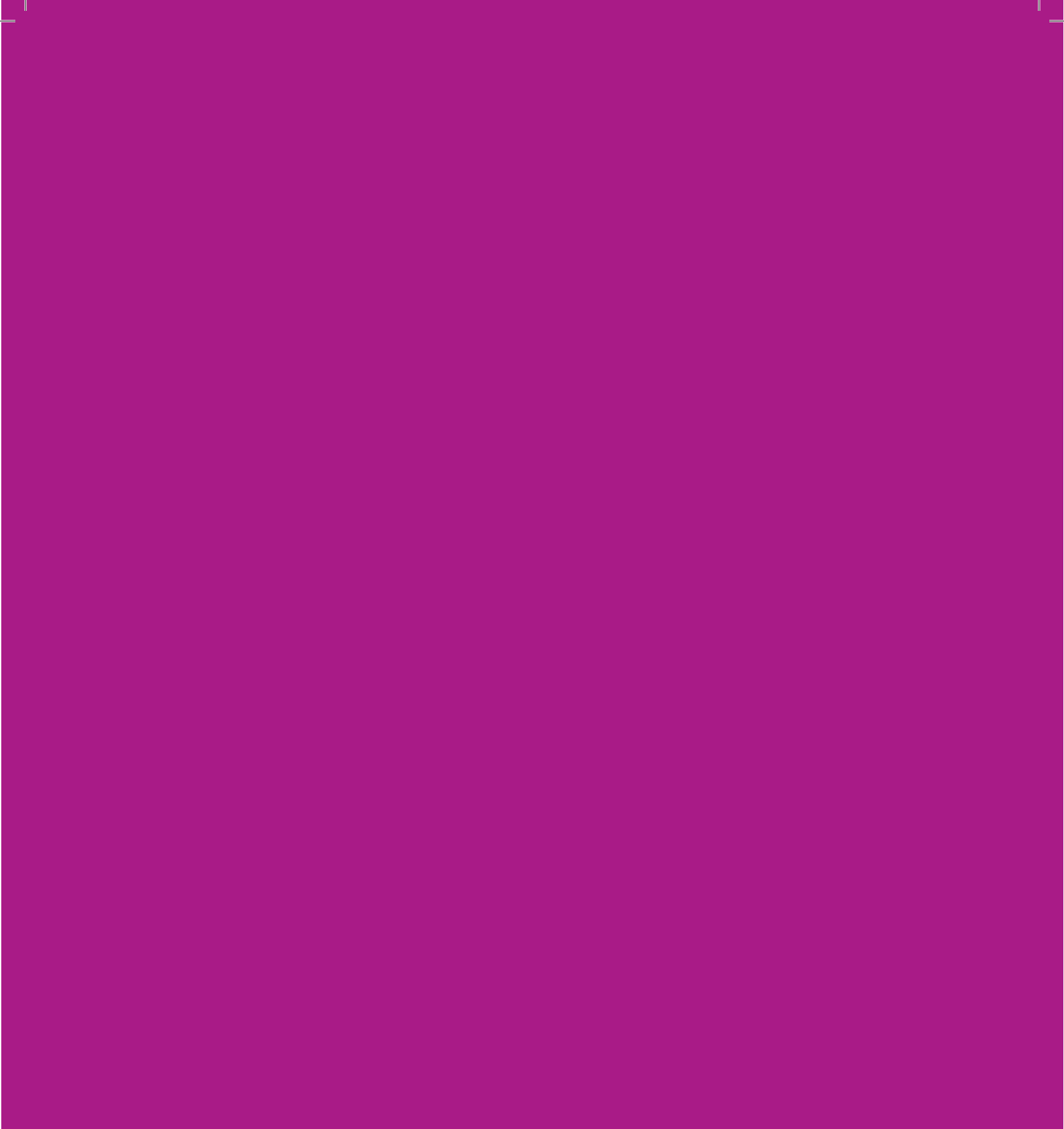
Cal evitar retolar una notícia de violència masclista com un succés, en primer lloc, perquè no ho és, ja que es tracta d'un problema estructural de la nostra societat que abasta dimensions personals, però també polítiques, legals, econòmiques, etc., i, en segon lloc, perquè es tracta sobretot d'un acte que infringeix els drets humans de les dones.

També cal donar visibilitat a les situacions de discriminació que viuen les dones en diversos àmbits —com l'esport, el treball—, als col·lectius feminitzats, a la precarietat, etc., enfocant i explicant les característiques específiques de la desigualtat.

Aplicar la perspectiva de gènere implica atendre la diferent socialització que experimenten les dones i els homes des del moment en què neixen i que al llarg de la vida afavoreix la construcció de formes diverses d'entendre i de viure les situacions de la pròpia biografia. Tenir en compte aquestes variables permet aprofundir en la realitat que viuen els homes i les dones, sovint de manera distinta davant situacions similars. Per aquest motiu, **és fonamental integrar en les rutines periodístiques la demanda de dades desagregades per assegurar un punt de vista més obert, precís i interessant.**

L'abordatge des d'una perspectiva de gènere de temàtiques en què estan implicats tots dos sexes o un d'ells de manera específica obliga en molts de casos a la demanda de dades desagregades, que, més enllà del ball de xifres que es pugui presentar a tall informatiu, contribueixen a una comprensió més completa del fenomen. En tots els casos, **cal consultar fonts especialitzades que puguin interpretar la dimensió social que se'n deriva.**

Un periodisme ètic, plural i rigorós ha de poder implantar la perspectiva de gènere en les seves pràctiques professionals quotidianes, no tan sols per afegir context i oferir dades de la realitat i diversos punts de vista, sinó també per estimular la comprensió i la reflexió de la ciutadania sobre les històries que els mitjans de comunicació posen sota el focus i construir l'actualitat. Aquesta és segurament la tasca més important que, com a col·lectiu, s'encomana als i a les periodistes i, com a institució, a les empreses i als mitjans de comunicació. Una fita que cal assolir per tal que el periodisme no perdi la seva qualitat de referent dels valors democràtics en la societat.



7. Bibliografia

7. Bibliografia

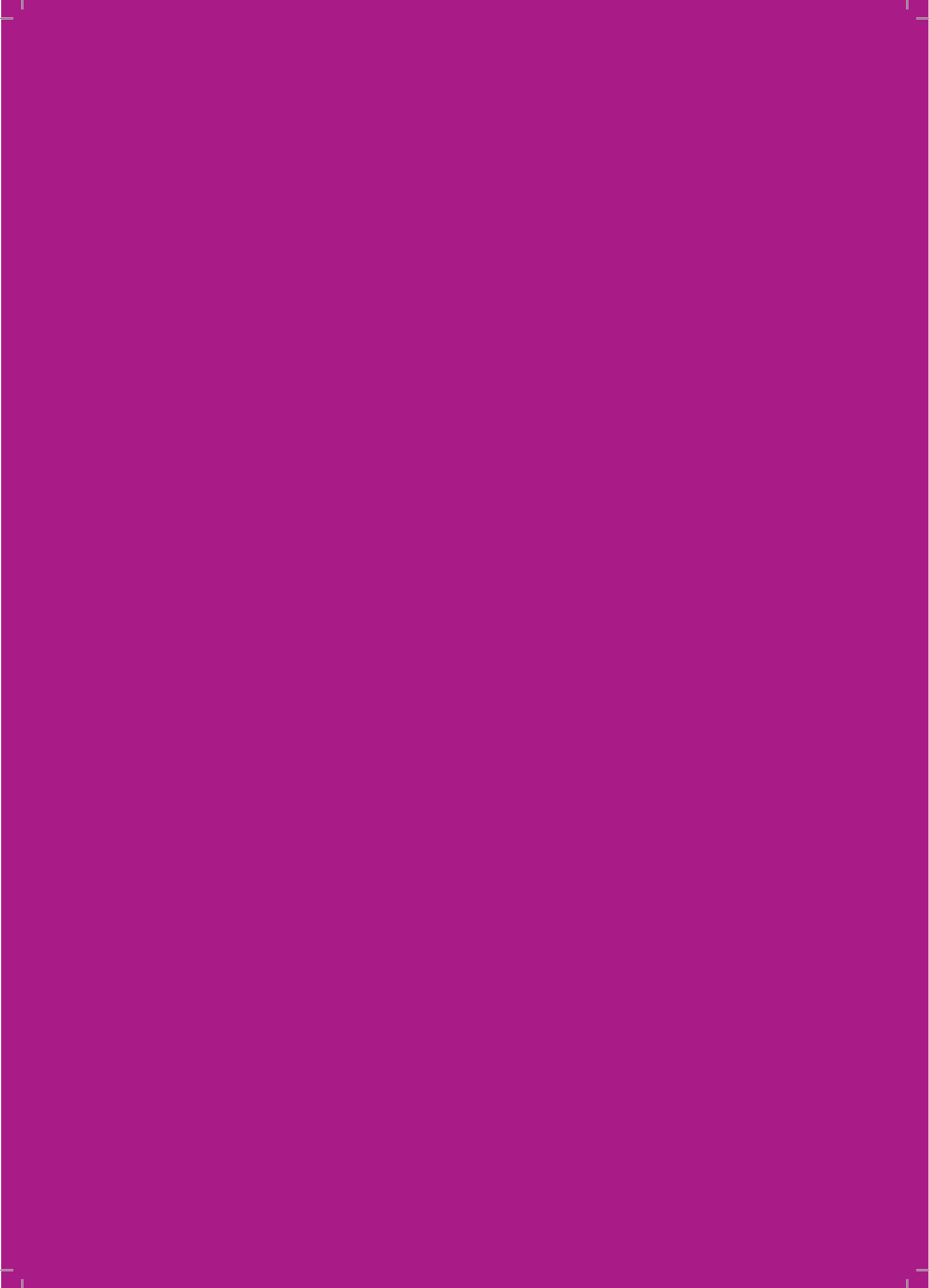
- ALTÉS, Elvira,
Imágenes de las mujeres en los medios de comunicación. Líneas actuales de investigación.
Madrid: Instituto de la Mujer, 2000.
- *Les periodistes en el temps de la República.*
Barcelona: Col·legi de Periodistes de Catalunya, 2007. (Vaixells de Paper, 32.)
 - «El estereotipo», pàg. 39-52.
A: Autors diversos. *Manual de información en género.*
Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión, 2004.
- ALTÉS, E., et al.
El sexe de la notícia.
Barcelona: Diputació de Barcelona, 1999.
- ALTÉS, E., et al.
El sexo de la noticia.
Barcelona: Icaria Editorial, 2000.
- ALTÉS, E.; MAJÓ-VÁZQUEZ, Sílvia.
Economía, política, cooperació, societat dones? Representació i tractament de les dones i el gènere en la informació sobre economia.
Barcelona: Fundació Ajuda en Acció, 2012.
<https://es.scribd.com/doc/112940056/Informe-MM-CC-i-Ec>
- ÁLVAREZ POUSA, Luis; PUÑAL RAMA, Belén.
«A especialización xornalística dende a perspectiva de xénero». A: *Rompendo Moldes.*
Santiago de Compostela: Atlántica, 2011.
- BOURDIEU, Pierre.
La dominación masculina.
Barcelona: Anagrama, 2000.
- GALLEGO, J. (dir.); ALTÉS, E.; MELÚS E.; SORIANO, J.
La prensa por dentro.
Barcelona: Los Libros de la Frontera, 2002.
- GALLEGO, Juana.
De reinas a ciudadanas. Medios de comunicación, ¿motor o rémora para la igualdad?
Barcelona: Aresta Mujeres, 2013.
- KIVIKURU, U.; GALLAGHER, M.; ALTÉS, E., et al.
Images of women in the media.
Luxemburg: European Commission, 1999.
- LÓPEZ DÍEZ, Pilar (ed.).
Manual de Información en género.
Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión, 2004.
- LLEDÓ CUNILL, Eulàlia.
Cambio lingüístico y prensa. Problemas, recursos y perspectivas.
Laertes. Barcelona, 2013.
- MORENO, Amparo.
¿Quién sale en las noticias?
Barcelona: Icaria Editorial, 2007.
- BULTRAGO, A., MORENO, A., ROVETTO, F.
¿De quién hablan las noticias?
Barcelona: Icaria Editorial, 2008.
- SÁNCHEZ LEYVA, María José.
«La presentación de las mujeres en los medios de comunicación. Hacia la ruptura de la dicotomía público/privado».
A: *Mujeres: de lo privado a lo público.*
Madrid: Tecnos, 1998.
- TAJAHUERCE, Isabel.
Mujeres y comunicación.
Madrid: La Linterna Sorda, 2014.
- WACC.
¿Quién figura en las noticias?
Proyecto de Monitoreo Global de Medios 2010.
www.whomakesthenews.org.

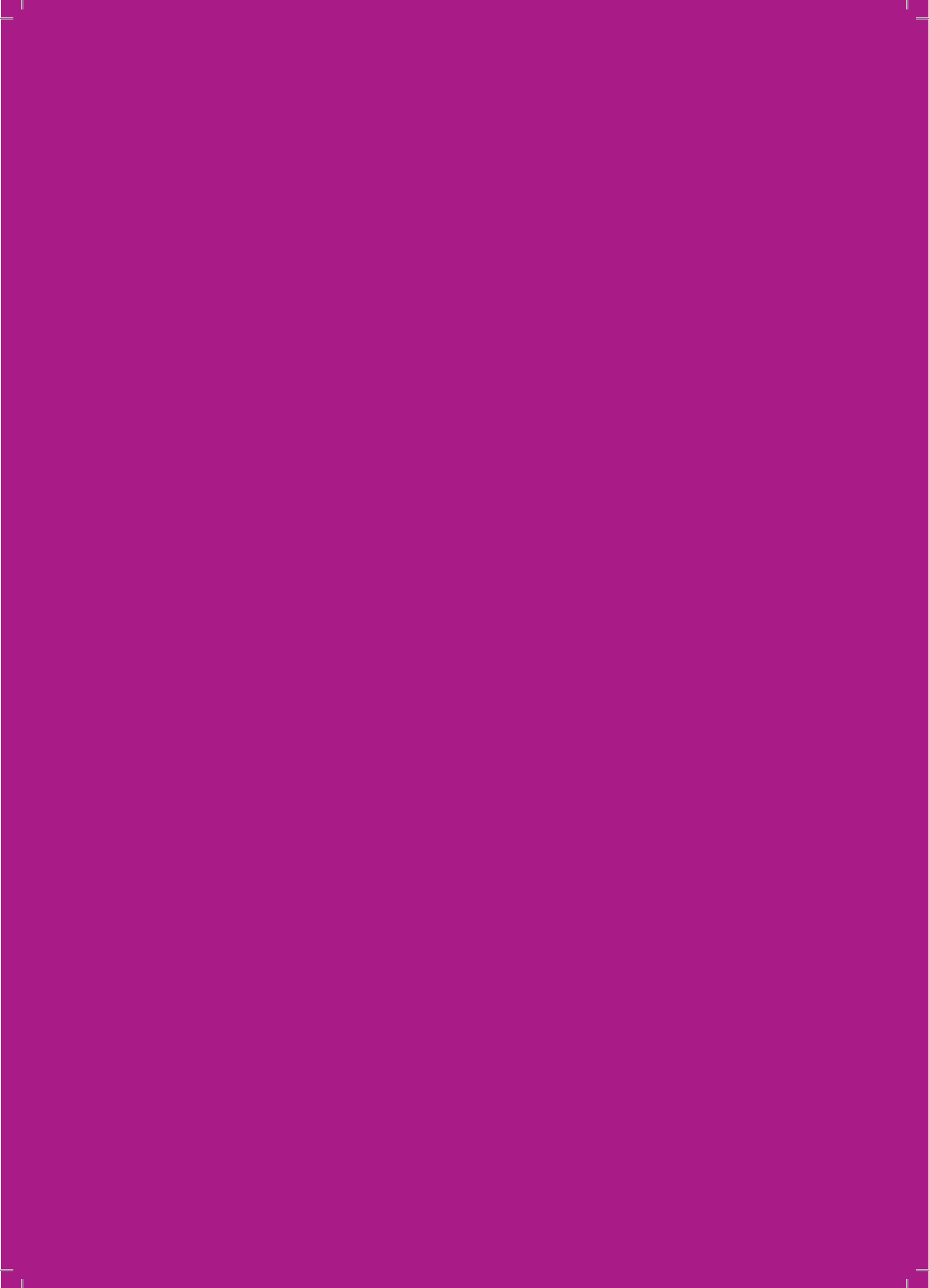
Disseny gràfic i maquetació
Studio Aparte

Impremta
amadip.esment

Novembre, 2014

Un dia a les notícies en clau de gènere





Amb la col·laboració de:



**Govern
de les Illes Balears**

Vicepresidència i Conselleria de Presidència
Direcció General de Cooperació i Immigració