

# La informació, ¿és neutra o sexuada?

## Els mitjans segueixen referint-se a les dones amb els estereotips més tronats

—Elvira Altés—

Sota l'aparença d'un discurs neutre i universal, els mitjans de comunicació donen la paraula a un subjecte adult, format per homes i algunes dones, de classe mitjana, de medi urbà i de societat avançada. Un protagonisme omnipresent que situa altres col·lectius en l'alteritat, camufla les dones sota el genèric masculí i les designa amb els estereotips més tronats i tradicionals.

Aquesta és la conclusió a què han arribat les autores del llibre *El sexe de la notícia*, un repàs de les pràctiques professionals a partir de l'anàlisi dels diaris d'informació general, que inclou reflexions i recomanacions per evitar l'exclusió i la simplificació o, el que és el mateix, per millorar l'exercici del periodisme.

.....

“Quan es tracti de senyores o senyoretetes de l'aristocràcia, si no són molt lletges, se les anomenarà *belles*, si en algun cas resulta exagerat,



Ayer por la mañana, en el paseo de Gràcia, un hombre y un libro se encuentran.

JOAN SANCHE

serà *distingida*, *gentil* o *simpàtica*. En canvi, les senyores madures seran sempre *virtuoses*". Aquestes eren algunes de les normes que rebia el periodista Lluís Aymamí l'any 1922, en arribar a la redacció de *Les Notícies*. Se li recomanava escriure sempre "objectivament", sense comentaris ni apreciacions, però quan es tractava de senyores o senyoretetes l'"objectivitat" era sotmesa a esmenes, segons explica Francesc Burguet a *Els diaris de la Rambla*.

Ara resulta impensable que aquestes normes

Al peu amb què va ser publicada aquesta fotografia s'hi llegeix: "Ayer por la mañana, en el paseo de Gràcia, un hombre y un libro se encuentran". Encara que l'home estigui en un racó de la foto, és més important que la dona que es veu en primer pla.

— És freqüent encara trobar als diaris frases fetes com "belleza madura y elegante", "la joven y desconsolada viuda" o "la belleza morena" —

Aquesta fotografia de Mónica Seles i una altra de Mary Pierce ocupaven una plana d'un diari esportiu. Sota del títol "Tenis ¿femenino?", s'hi llegia el text següent: "Según el programa del Open de Australia de tenis, ambas juegan la competición individual de damas. Y, sí, llevan falda y vestido, y se recogen el pelo en coleta, pero ahí prácticamente se agotan las señas de identidad femenina: Mónica Seles pega con tal fuerza que sus bíceps se asemejan a los de un estibador y Mary Pierce tiene su cuerpo, más 'carnoso' que antaño, anclado sobre unos cuádriceps de dimensiones ciertamente varoniles".



es donin a qui entra de nou a una redacció. No només perquè hem avançat en alguns terrenys —entre els quals, el del respecte cap a la intel·ligència de l'audiència—, sinó perquè les pautes que li caldran per exercir la professió ja les portarà apreses. La majoria les haurà assimilats en el procés de socialització, altres les hi hauran ensenyat a les facultats de periodisme i, les específiques del mitjà, com que solen ser implícites, les anirà interioritzant a mesura que s'hi integra.

Per això és tan freqüent encara trobar adjectius que qualifiquen les dones de "belleza madura y elegante", (*El País*, 21/5/97), "la atractiva" (*El País*, 17/9/98), "la joven y desconsolada viuda" (*El Periódico*, 11/11/98) o "la belleza morena" (*El Mundo*, 7/10/98); tot i que no sempre lloen, també descriuen en negatiu: "no es guapa, está gorda" (*El País*, 29/1/96). En un 18% dels casos apareixen designades en funció del seu parentiu: "la esposa de Nelson Mandela" (*El País*, 1/9/98), "mare de l'exalcalde" (*Regió 7*, 26/11/98), "la viuda de" (*ABC*, 6/10/98). Sense especificar-ne el càrrec, apareixen en un 48%; com a dones anònimes (una veïna, una dona), en el 30% dels casos.

Els valors i creences que sustenten de forma poderosa els estereotips socials presenten una gran resistència als canvis; són imatges que han cristal·litzat al llarg dels anys i per això s'esmunyen de puntetes en el llenguatge i en el discurs sense gairebé adonar-nos-en. Sobretot quan s'es-

criu o es parla sense temps per a la reflexió, cosa que passa sovint en la professió periodística.

El llenguatge verbal és l'estri que bàsicament utilitzen els mitjans de comunicació per explicar les diferents versions de la realitat, i aquesta eina actua amb tota la càrrega simbòlica que arrosseguen les paraules i les expressions. És, per tant, un arma potent i delicada que cal emprar amb cura, com sap molt bé cada periodista.

Però en la construcció del discurs informatiu s'utilitzen altres elements i es prenen moltes decisions que van més enllà del llenguatge: els escenaris que s'enfoquen, la tria dels fets que es convertiran en notícies, les fonts que aportaran la seva visió dels fets, els personatges legítims per oferir dades i opinions, la secció o la pàgina on se situaran aquestes notícies, com seran catalogades, quina importància se'ls donarà... La suma de totes aquestes tries, fetes per professionals diferents dins d'un mateix mitjà, donarà com a resultat un exemplar d'un diari, un telenotícies, un radiodiari, un programa de reportatges o entrevistes, etc. En definitiva, una proposta d'interpretació de l'actualitat, una visió de la realitat, sota l'aparença d'un discurs neutre i universal, que engloba totes les persones, sigui quina sigui la seva edat, la seva ideologia, l'origen geogràfic i la seva identitat sexual.

Aquesta és la pretensió, és clar, però igual que l'aspiració a l'objectivitat (impossible d'aconseguir i, segurament també, poc interessant), la neutralitat i la universalitat dels mitjans no són més que maneres de legitimar-ne el discurs. Però ni objectius, ni universals, ni neutres: els mitjans de comunicació són, com totes les altres institucions socials, un resultat de la cultura a la qual pertanyen, encarregats de difondre els seus significats en un procés que es retroalimenta.

### On som les dones quan ens diuen homes?

És fàcil fer la prova: només cal fer una ullada als mitjans de comunicació des de perspectives diferents (imaginar-se que s'és dona, o estranger, o que es té una discapacitat, o que s'està a l'atur o jubilat...) per observar que l'objectivitat i la neutralitat són només una aparença. Resseguint les pistes de cadascuna de les tries que es fan a tots els nivells informatius, no costa gens de concloure que qui observa, explica i valora l'actualitat és un subjecte adult, de gènere masculí (i aquí també s'inclouen algunes dones), que mira cap als escenaris socials on els protagonistes destacats també són homes, els quals poden aportar les seves versions per a la construcció del discurs informatiu, un discurs que mantindrà la diferència com a valor de l'alteritat. Així, mentre les dones són mostrades com l'excepció en els escenaris públics i com a víctimes en els escenaris privats, altres col·lectius socials encarnen l'alteritat des del qüestionament de les normes socials (*okupes*, *insumisos*), des de l'amenaça de la convivència (bandes juvenils, immigrants), en un repartiment de papers que, encara ara, manté com a productor, protagonista i receptor de la informació un adult, de gènere masculí, de classe mitjana, de societat

— Sovint les dones apareixen designades en funció del seu parentiu: "la esposa de Nelson Mandela", "la mare de l'exalcalde", "la viuda de" —

avançada.

Avui dia ningú no discuteix que les dones han estat subjectes de l'exclusió sistemàtica de la història, ocultant la seva participació i contribució en els diferents camps del saber, de l'art i de la vida. Aquesta ocultació no és aliena a una cultura patriarcal que ha comptat amb un aliat: el genèric masculí, un dispositiu lingüístic que es fa servir per designar tota la humanitat.

Com que els gèneres gramaticals, quan designen els sexes, atorguen al masculí la doble funció de marcador de sexe —per als homes— i de genèric —per als éssers humans—, el femení es queda com a marcador de sexe i prou. Per tant, quan s'utilitza el genèric per referir-se a tots els humans, s'aconsegueix fer invisibles les dones que conformen els grups mixtos de persones.

En aquests moments, en llegir la premsa resulta impossible saber si darrere "els polítics, els metges, els jutges, els aturats" hi ha polítiques, metgesses, jutgesses i aturades i, per tant, en quina mesura canvia, afecta o s'expressa diferent, segons si la notícia es refereix a homes sols o a homes i dones. Sobretot perquè les experiències d'unes i altres poden ser distintes.

Ara bé, la mateixa evolució social comença a qüestionar l'ús del genèric masculí quan confon una part de la realitat amb el tot. Si en la mateixa plana hi trobem una notícia titulada en femení "Las africanas se adaptan mejor..." i una altra titulada en masculí "Un tercio de los catalanes..." haurem d'esbrinar si en aquesta última es fa referència únicament als homes o bé inclou els dos sexes. La pregunta és: si el genèric masculí serveix per anomenar tots dos sexes, com sabem quan estan parlant només d'homes?

Com a conseqüència de la major presència de les dones en àmbits públics i de l'interès dels mitjans per l'àmbit privat, aquesta confusió és cada cop més freqüent en els mitjans de comunicació. Caldrà doncs, revisar l'ús indiscriminat del genèric masculí, mirant d'afinar millor, ni que sigui repetint les designacions ("els aturats i les aturades") o emprant termes com "la humanitat", "les persones", "la ciutadania", etc.

Una altra opció fóra l'ús del genèric femení de forma equivalent al masculí i amb el mateix caràcter integrador. En bona lògica gramatical, si el masculí pot representar els dos sexes, per què no ha de poder representar-nos a tots i a totes el genèric femení?

### De les "vídues negres" a les "belles sirenes"

Si algú d'un altre planeta es posés a llegir els diaris segur que es quedaria ben perplex, ja que hauria de traduir una pila d'imatges metafòriques que, com a píndoles carregades de significat, transiten per la premsa buscant qui les descodifiqui.

"La matahari", (*El País*, 1/11/98), "la Barbie de hierro" (*La Vanguardia*, 1/3/98), "la bella sirena" (*El Periódico*, 21/8/95), "la viuda negra", (*El País*, 4/11/98), "Pobre víctima, maldito verdugo", (*El Mundo*, 31/8/97), són només alguns

dels exemples que la professió periodística sembla per les pàgines de totes les seccions dels diaris.

Aquests estereotips socials pertanyen a l'imaginari col·lectiu, són cristallitzacions de gran eficàcia simbòlica que, malgrat el seu caràcter generalitzador, funcionen com realitats inqüestionables. Però no podem oblidar que els estereotips parteixen dels valors i creences de la mateixa societat en què operen i, per tant, tenen un funcionament dialèctic, de manera que el contacte amb l'experiència de les persones pot reforçar o debilitar l'ús d'aquests clixés. Si els mitjans de comunicació tendeixen a reproduir i difondre els estereotips socials més tronats, sense aturar-se a

*Un altre peu de foto revelador d'una manera d'entendre el món: "Rafael Guerrero Alonso, en su casa, detrás de la ropa de juez de línea tendida por su esposa". Al redactor no li va passar pel cap la possibilitat que qui hagués estès la roba fos l'home.*



Rafael Guerrero Alonso, en su casa, detrás de la ropa de juez de línea tendida por su esposa.

C. HERNÁNDEZ

**— Quan s'utilitza el genèric per referir-se a tots els humans, s'aconsegueix fer invisibles les dones. El femení es queda com a marcador de sexe i prou —**

reflexionar sobre la vigència d'aquella imatge o sobre la repercussió que pot tenir en les identifications personals i col·lectives de la feminitat i la masculinitat, estaran contribuint a mantenir les discriminacions. I això deixant de banda l'objectiu al qual hauria d'aspirar el periodisme, que és aportar explicacions significatives de les situacions, dels esdeveniments i de les persones en el seu trànsit vital.

### Escenaris, protagonistes, guió i públic

Un periòdic, un telediari o un butlletí de notícies de la ràdio són propostes de representació de l'actualitat. Distribueixen i classifiquen la realitat en diverses seccions, les quals enfoquen uns determinats escenaris i, a partir d'un guió que subministren les institucions socials, donen la paraula a uns protagonistes, tot plegat per satisfer les necessitats d'informació del públic.

En aquesta complexa interacció entre els que volen transmetre el seu missatge i l'organització periodística, hi ha establertes les pràctiques professionals de producció de notícies. Cada periodista intervé en un moment o altre d'aquesta representació: bé en la fase pretextual, quan ha de

triar quins fets, quines fonts i quines persones es convertiran en producte informatiu, bé en la fase textual, quan decideix quina mena de text escriu, quines imatges i paraules utilitza per explicar la seva història o quan, finalment, arriba a la fase supratextual, on determina quin lloc i quina importància se li atorga (que és tant com dir quant d'espai o temps se li dedica), on ha d'escollir què obre portada o secció i què es convertirà en un breu.

Atès que la minsa representació que assolixen les dones com a protagonistes de la informació o com a donants de dades no arriba al 12% en la premsa d'informació general, que és un percentatge molt inferior als índex de participació social de les dones en els àmbits públics, cal demanar-se què motiva aquesta infrarepresentativitat. Per on s'esmunyen les accions, les opinions i els interessos de les dones, que els mitjans no aconsegueixen representar?

Podríem dir que el teixit informatiu funciona com un colador, pel que fa a la presència femenina, la qual perd protagonisme a cada pas del procés de producció informativa. D'entrada les dones estan presents en altres escenaris que els que habitualment enfoquen els mitjans: encara no pertanyen a les elits polítiques o empresarials i,

## Decàleg de bones pràctiques

A *El sexe de la notícia* s'investiguen els mecanismes que fan fonedisses les dones dels escenaris mediàtics i les formes, verbals i iconogràfiques, emprades per caracteritzar-les. Al costat dels exemples que proven aquestes afirmacions, s'han elaborat alternatives per aconseguir una millor presència del col·lectiu femení en els mitjans de comunicació:

—Posar el punt de mira en altres escenaris que no siguin pròpiament institucions oficials, on les dones tinguin un paper preponderant com a dinamitzadores i protagonistes d'iniciatives socials.

—Valorar paritàriament la cobertura dels esdeveniments, sense subordinar els afers protagonitzats per dones als protagonitzats per homes, o viceversa.

—Diversificar les fonts per donar veu a les persones afectades i evitar el costum d'utilitzar només els caps

jeràrquics de les institucions que aporten les dades.

—Evitar el genèric masculí per nomenar col·lectius mixtos, per tal de donar una informació on la presència de les dones no quedi camuflada.

—Aportar una visió més oberta dels diferents rols que qualsevol persona desenvolupa en la societat actual i utilitzar els mateixos criteris de valoració per a homes i dones. En cas de dubte preguntar-se si s'oferiria la informació de la mateixa manera si el personatge fos de l'altre sexe.

—Rebutjar els estereotips de manera que les històries que s'expliquin facin referència a persones, no a clixés que proposen una interpretació esbiaixada.

—Utilitzar l'adjectivació amb la finalitat d'aportar nous trets informatius i evitar les al·lusions despectives i grolleres o massa elogioses.

Cal aplicar els mateixos criteris per als homes que per a les dones en la descripció de l'aspecte físic, la indumentària o les afeccions extraprofessionals.

—Identificar correctament les persones pel seu nom i cognom, càrrec i/o professió, obviant els marcadors de sexe afegits al càrrec i evitar les referències de parentiu, sempre que no sigui una dada rellevant per a la informació.

—Buscar la coherència entre la informació i la imatge que l'acompanya, tot evitant l'ús d'il·lustracions que no aportin noves dades o desviïn l'atenció del tema.

—Tenir en compte que l'audiència està formada per homes i dones, i que s'ha d'intentar satisfer les necessitats informatives de tots dos gèneres i la pluralitat d'interessos que representen, i no pas la d'un ésser humà neutre que no té cap existència real ●

**— Per on s'esmunyen les accions, les opinions i els interessos de les dones, que els mitjans no aconsegueixen representar? —**

en canvi, semblen més interessades per les organitzacions informals de drets humans, ONG, associacions de voluntariat, de veïnatge, de consum, etc., escenaris que, com a molt, es destinen a la secció de societat, menyspreant la càrrega política i econòmica que representen com a mobilització de la societat civil. Aquest és un dels motius principals que expliquen l'absència de les dones en la informació, així com la tendència a donar la paraula i a demanar les dades als caps jeràrquics de les institucions. Sovint darrere d'un cap hi ha una dona que porta més directament el tema, però les pràctiques professionals prefereixen repetir les mateixes obvietats abans que arriscar-se a donar credibilitat a altres fonts.

### Alternatives cap a la pluralitat informativa

Tothom pertany a un dels dos sexes biològics, mascle o femella, però cada persona incorpora un seguit de característiques que la identifiquen com a home o com a dona (amb distintes gradacions i accents, és clar!), les quals haurà adquirit en el transcurs de la seva socialització. El concepte de gènere fa referència a la construcció social dels individus, d'acord amb les pautes de cada cultura i de cada moment històric. Un repertori de significacions, de comportaments i expectatives que s'articulen de manera diferent per als homes que per a les dones. Universos separats que s'interrelacionen i que sovint viuen experiències divergents, a causa no només de la biologia, sinó sobretot de com s'han interpretat socialment aquestes diferències biològiques. De manera que parlar de gènere no vol dir referir-nos exclusivament a l'experiència femenina, sinó prendre en consideració aquestes maneres diferents de manifestar-se socialment que tenim els homes i les do-

nes. Per tant, una informació amb perspectiva de gènere significa observar com actuen aquests patrons socials en els individus d'un sexe i de l'altre. Per exemple, si resumim en un genèric el nombre d'analfabets no indicarem que més del 90% són dones; si diem que l'índex d'atur a Espanya és del 10,91% estem simplificant unes dades que assignen el 7,80% als aturats, mentre que les aturades arriben al 15,74%.

La perspectiva de gènere no implica observar la situació de les dones i prou, no es tracta de fer periodisme feminista, sinó que es tracta de dotar de significat allò que tenen d'important en la nostra vida les diferències de gènere, que palesen l'evolució viscuda per la societat i els canvis que es generen. Pot servir d'exemple una notícia apareguda a *El País* (19/12/98), que indica en el seu titular: "Un 28% de los españoles entre 35 y 39 años se ha esterilizado". El subtítol aclareix: "La cifra es el triple que hace 10 años". Amb el genèric masculí del títol no podem saber si fa referència només a homes o si, com passa sovint, les dones hi han quedat invisibilitzades, però si llegim el text ens n'adonem que la informació no ha remarcat el més important, que els homes han augmentat en dotze punts el nombre d'esterilitzacions, i les dones un 8,5%, amb tot el que això significa de canvi de mentalitat en els valors de la masculinitat. Si aquesta notícia hagués tingut un abordatge de gènere hagués ressaltat un canvi de tendència i de valors socials en els darrers deu anys per part del col·lectiu masculí, enlloc de quedar-se en la pura fredor de les xifres.

La perspectiva de gènere proposa una nova manera de mirar i d'interpretar la realitat, per fer possible que els mitjans de comunicació traslladin altres vises del món, en les quals homes i dones mostren les seves vivències de manera més aprofundida i sense cap exclusió ●

*Un reportatge a tota plana publicat en un suplement d'informàtica es referia a unes càmeres fotogràfiques amb infrarojos venudes per l'empresa Sony "que atravesaban la roba de las personas fotografiadas". Les dues imatges de mostra que acompanyaven el reportatge no podien ser, però, més curioses: només a la dona se li veia el pèl públic i els mugrons sota la roba. La càmera es veu que era selectiva i no traspassava la roba dels homes.*



**— No es tracta de fer periodisme feminista, sinó de dotar de significat allò que tenen d'important les diferències de gènere —**