

Contribucions a la sociologia de la professió periodística a Catalunya

Jaume Soriano

Departament de Periodisme i de Ciències de la Comunicació
Universitat Autònoma de Barcelona
jaume.soriano@uab.es

Pere Soler

Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat
Universitat Autònoma de Barcelona
pere.soler@uab.es

Resum

La realitat professional del periodisme català ha canviat en els darrers anys, tant per adaptar-se als nous contextos de producció informativa (derivats dels canvis organitzacionals, tecnològics, econòmics, etc.), com per trobar la seva funció en el concert social, cultural i polític de la Catalunya de principis del segle XXI. El perfil del periodista, les seves condicions sociolaborals i les seves actituds han variat força tres dècades després del procés de transició política. El desenvolupament d'una nova cultura professional, l'aparició de noves i precàries maneres d'exercir la professió, el creixent poder de les fonts en la difusió d'informació, la pseudopresència de les dones a la professió i la incidència de les noves tecnologies són algunes de les més importants i vistoses transformacions de la tasca periodística a Catalunya.

Paraules clau: sociologia de la professió periodística, Catalunya, canvi professional, enquestes, entrevistes en profunditat.

Abstract. *Contributions to the sociology of journalism profession in Catalonia*

The article analyses the present of journalism profession in Catalonia and its evolution during the last 25 years. The authors gathered data on profession structure from 1992 to 2004 and made 25 in-deep interviews to a sample of journalist. As a results they found that the most important fields where the profession has changed has been a new news culture, bad work conditions, the increasingly influence of news sources, a «pseudofeminization» of the profession and new technologies.

Key words: sociology of journalism, Catalonia, professional change, survey, in-deep interview.

Sumari

- | | |
|--|--|
| 1. Introducció | 3. Corrents interns en el col·lectiu |
| 2. Principals indicadors del col·lectiu professional | 4. Línies de recerca que caldria potenciar |
| | 5. Bibliografia |

1. Introducció

El present article pretén destacar alguns dels resultats obtinguts en l'elaboració de la radiografia prèvia al Llibre Blanc de la Professió Periodística a Catalunya que ens va encarregar el Col·legi de Periodistes de Catalunya l'any 2003 i que va ser presentada l'octubre de 2004. El document final està compost per dos informes, un de quantitatiu i un de qualitatiu, en els quals es fa un repàs exhaustiu del col·lectiu de periodistes a Catalunya, dels seus problemes i les seves opinions. Els informes presentats tenen una orientació clarament descriptiva i analítica dels resultats recollits en un treball de recerca de gairebé dos anys i no van més enllà en la seva interpretació. Una feina que entenem que ha de fer el propi Col·legi de Periodistes de Catalunya per tal d'elaborar futures polítiques corporatives.

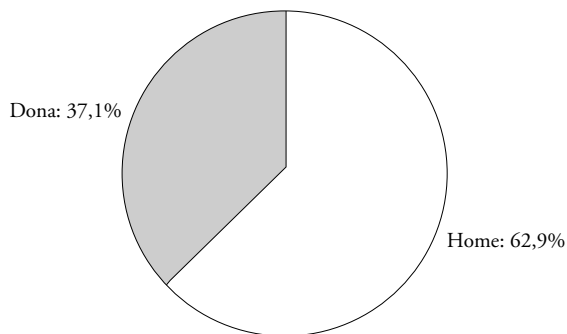
Les pàgines següents sí que són, en canvi, aquesta feina d'interpretació dels resultats, però sense entrar en el terreny de la proposta de polítiques corporatives. Un primer nivell d'interpretació es concentra sobre les que creiem que són les tendències més marcades del col·lectiu, mentre que en un segon nivell aprofundirem en el significat d'algunes d'aquestes tendències més rellevants. Al final de l'article, s'hi presenten un seguit de propostes futures de recerca manllevades de l'informe final lliurat al Col·legi de Periodistes, que poden ser d'interès per impulsar l'emergència de la sociologia de la professió periodística al nostre país.

Com s'ha dit anteriorment, la recerca conté una part quantitativa i una de qualitativa. En cadascuna s'han seguit procediments diferents de recollida i d'anàlisi de les dades, l'enquesta a una mostra representativa de periodistes catalans en la quantitativa i trenta entrevistes en profunditat en la qualitativa. En favor de la brevetat i per evitar redundàncies innecessàries, els detalls tècnics sobre l'aplicació dels procediments metodològics seguits es poden consultar a l'apartat de documents de l'adreça electrònica del Col·legi de Periodistes de Catalunya (www.periodistes.org). Les dues parts es van treballar amb categories analítiques comunes, per tal de fer possible l'annexió i la triangulació final dels resultats.

2. Principals indicadors del col·lectiu professional

A continuació, presentarem alguns dels resultats més destacats de l'enquesta realitzada per al Col·legi de Periodistes de Catalunya el 2004 referents a les dades sociodemogràfiques, les condicions sociolaborals i les actituds dels periodistes catalans. En cada cas, s'hi presenten les tendències observades en el context de les enquestes fetes al llarg dels darrers dotze anys.

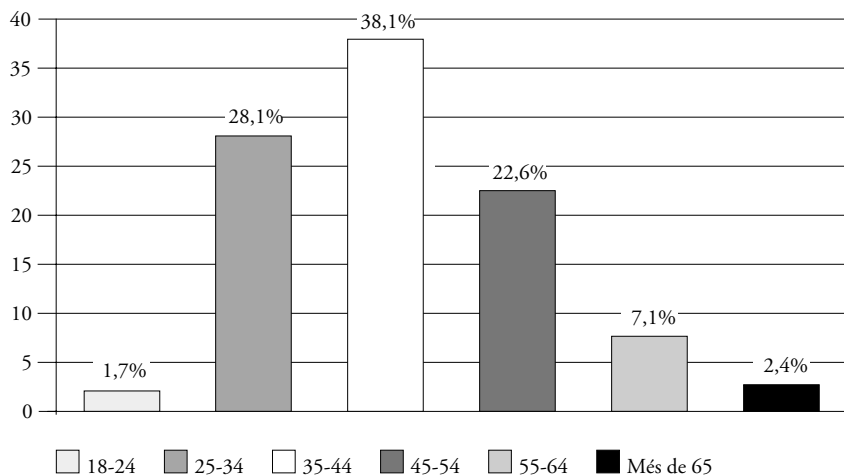
A) Tendències sociodemogràfiques



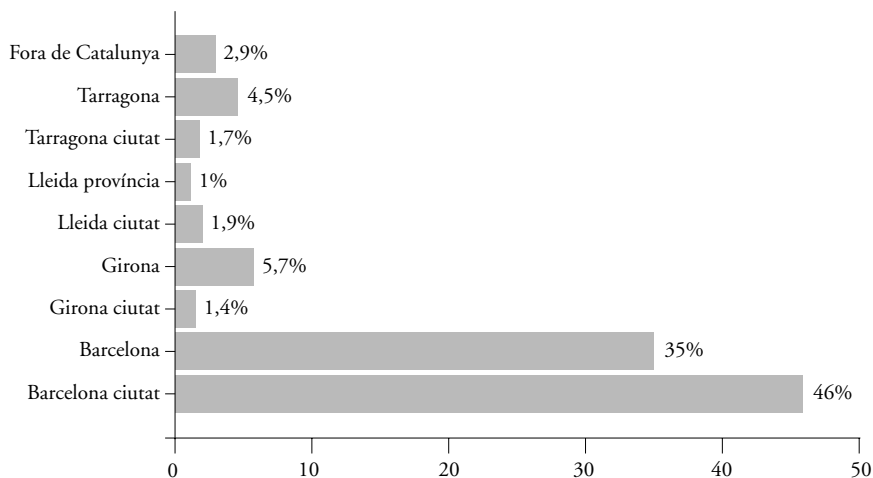
Gràfic 1. El sexe dels periodistes

Hi ha hagut una tímida incorporació de la dona a la professió. Des de l'any de la primera enquesta feta pel Col·legi de Periodistes de Catalunya fins al 2004, s'ha produït un lleuger augment de la presència femenina en aquesta tasca. De la relació 70%-30% de l'any 1992 hem passat a una relació del 63%-37% (vegeu el gràfic 1). El diferencial de presència de les dones a la professió s'ha reduït 14 punts en 12 anys. Una progressió molt allunyada de les expectatives que s'albiraven cap a la meitat de la dècada de 1990.

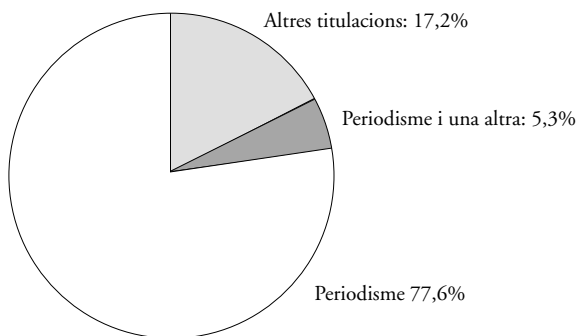
S'apunta una maduració en l'edat dels periodistes catalans, ja que el 2004 la franja d'edat majoritària era la compresa entre els 36 i els 44 anys (vegeu el gràfic 2), mentre que en les enquestes anteriors ho havia estat la que va dels 26 als 35 anys repetidament.



Gràfic 2. L'edat dels periodistes



Gràfic 3. El municipi de residència dels periodistes

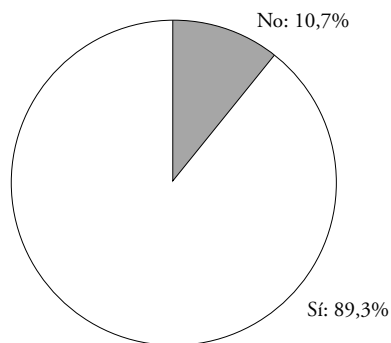


Gràfic 4. La titulació universitària

Nota: Només per als que tenen un títol universitari: $n = 367$

També es perfila una certa «deslocalització» del lloc de residència dels periodistes, ja que ha augmentat lleugerament el nombre d'aquells que resideixen fora dels quatre grans nuclis urbans de Catalunya. De tota manera, la província de Barcelona continua concentrant una mica més del 80% dels periodistes, tot i el descens de Barcelona capital com a lloc de residència (vegeu el gràfic 3).

En aquests dotze anys, també ha crescut el nombre de periodistes amb titulació superior, que ha passat del 72% del 1992 al 82% l'any 2004. En aquest punt, però, cal destacar el protagonisme que han anat assolint les llicenciatures en Periodisme o en Ciències de la Informació fins a convertir-se en les majoritàries en un 83% dels periodistes catalans amb estudis universitaris (vegeu el gràfic 4).

B) Tendències sociolaborals**Gràfic 5.** Índex d'ocupació

Es dibuixa un atur creixent a la professió si es comparen els resultats del 2000 (2,8%) amb els del 2004 (10,7%) (vegeu el gràfic 5), que trenca la tendència de descens de l'atur registrada des del 1992.

La majoria de periodistes desenvolupa la seva feina a les publicacions en paper (un 42,4%), entre les quals destaca la premsa diària, que ocupa gairebé un terç de la professió, una xifra que es manté força estable des del 1992. Tanmateix, l'ocupació de periodistes en la majoria de sectors coneix alts i baixos que no permeten definir clarament tendències de futur. L'única excepció es dona en el cas de la ràdio, que, des del 1996 fins al 2004, ocupa gairebé un 6% més de professionals (del 12% al 17,9%) (vegeu la taula 1).

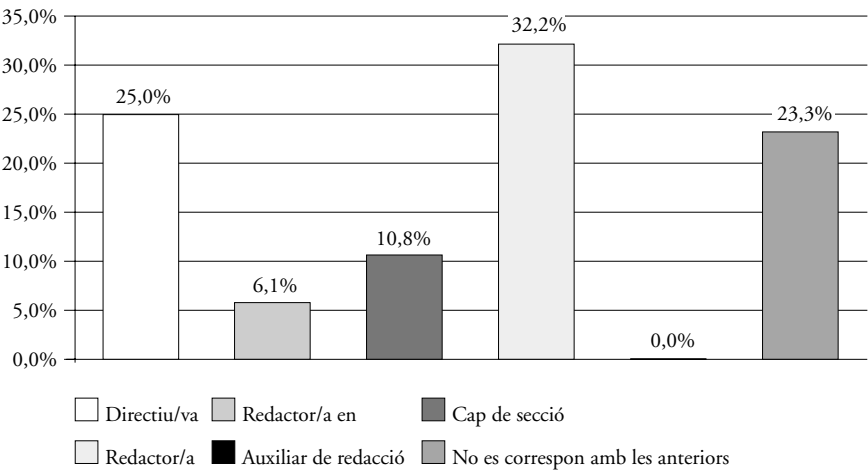
A les empreses de comunicació, s'hi manté una tendència a la macrocefàlia. D'acord amb la responsabilitat professional de l'empresa on treballen, es pot dir que l'estructura organitzacional presenta una curiosa piràmide molt poblada a la base i a la cúpula i poc al centre (vegeu el gràfic 6). Aquesta situació s'accentua si s'observa el seguiment de les dades des del 1992, que donen un descens lent però progressiu de periodistes com a redactors i un augment lent però progressiu de directius. A més, s'hi ha d'afegir que és majoritària la presència d'homes periodistes als llocs de responsabilitat, si es compara amb la de les dones, una constant al llarg d'aquests dotze anys.

Si ens fixem en els tipus de contractes, es pot dir que s'està eradicant de la professió un dels principals factors de precarietat laboral. Segons les modalitats de contractació, es pot dir que en aquests dotze anys s'ha produït una tendència a l'estabilitat laboral entre els professionals catalans. Del 43,2% de contractes indefinits del 1992, s'ha passat a un 67,5% l'any 2004 (vegeu el gràfic 7), i els contractes temporals, els contractes en pràctiques i els dels que treballen sense contracte han baixat considerablement. A banda de la contractació indefinida, una altra de les modalitats que han crescut en els darrers anys, encara que només ho hagi fet en 1,8 punts, són els treballadors autònoms.

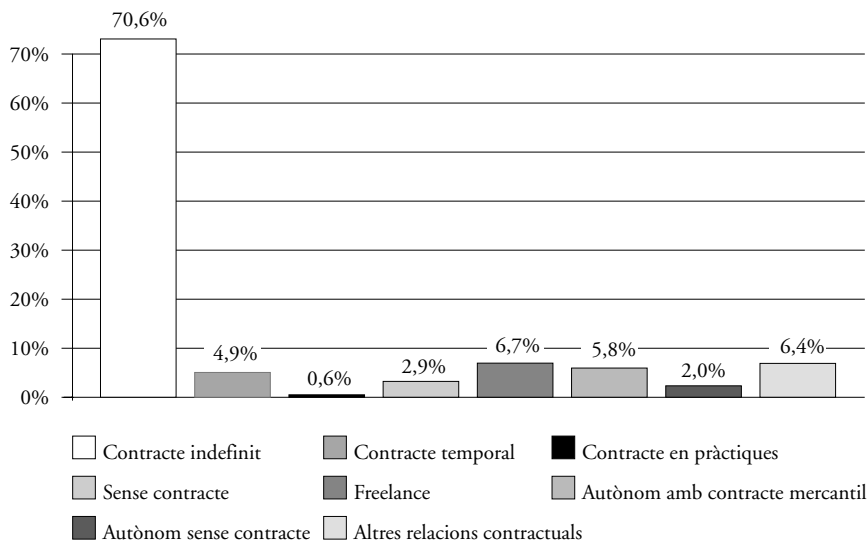
Taula 1. Àmbit general al qual correspon la feina actual

	Freqüència	Percentatge	Percentatge vàlid	Percentatge acumulat
Televisió	4	11	11	11
Ràdio	6	17	17	29
Prensa diària	10	27	27	56
Prensa d'altres periodicitats	3	8	8	65
Prensa especialitzada	2	6	6	71
Prensa digital	7	1	1	73
Gabinet de premsa	4	12	12	85
Agència d'informació	9	2	2	88
Docència	1	4	4	92
Altres relacionades amb comunicació	1	3	3	95
Altres no relacionades amd comunicació	1	3	3	99
Altres inconcretes	3	0,8	0,8	100
Total	37	100	100	

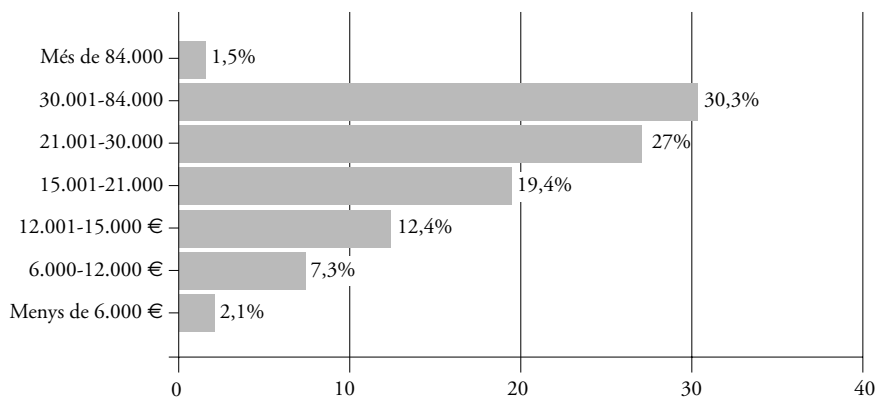
(Només referent als que treballen: n = 375)



Gràfic 6. Responsabilitat professional en la feina actual

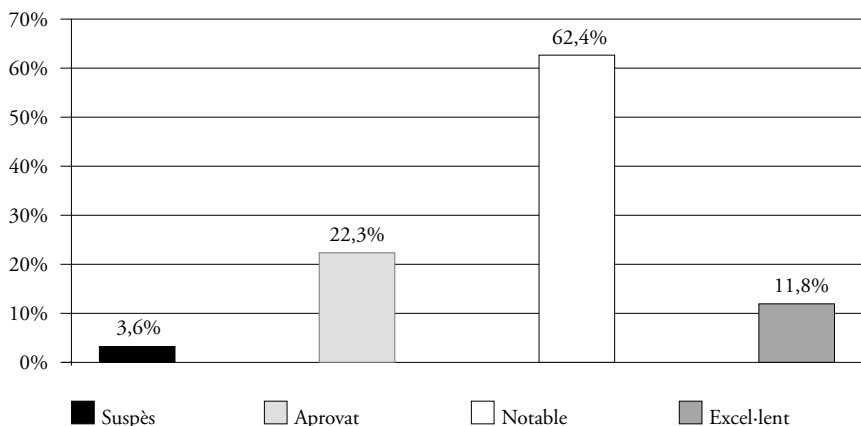


Gràfic 7. Tipus de contracte en la feina actual



Gràfic 8. Nivell d'ingressos bruts anuals dels periodistes

L'escassa validesa de les dades sobre els nivells d'ingressos en les enquestes realitzades en els darrers anys no permeten aventurar tendències al respecte. De tota manera, per completar el perfil sociolaboral dels periodistes catalans, és important presentar els resultats de l'enquesta del 2004 (vegeu el gràfic 8). Tanmateix, una constant remarcable del nivell d'ingressos dels periodistes catalans durant tots aquests anys es troba en el fet que la mitjana entre les dones sempre ha estat més baixa que la dels homes.



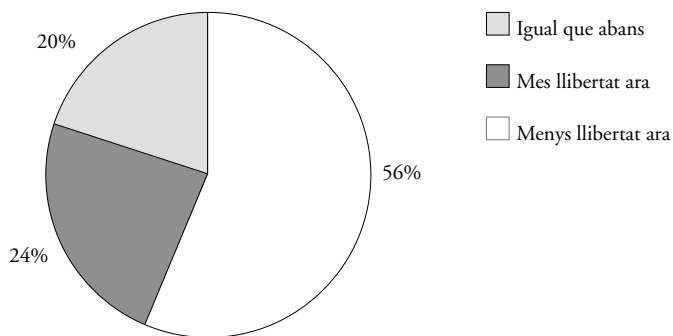
Gràfic 9. Satisfacció laboral

Per últim, els elements de les enquestes que permeten fer valoracions personals dels periodistes sobre les seves condicions sociolaborals donen resultats que caldrà analitzar en un futur pròxim. D'una banda, la satisfacció laboral entre els periodistes ha augmentat tímidament fins al 7 (vegeu el gràfic 9) en una escala fins al 10 (abans se situava mig punt per sota, aproximadament). De l'altra, ha crescut considerablement la disposició a canviar d'empresa i actualment gairebé la meitat (47,5%) de periodistes s'hi declaren disposats, mentre que a les enquestes dels anys 90 el percentatge voltava el terç del col·lectiu.

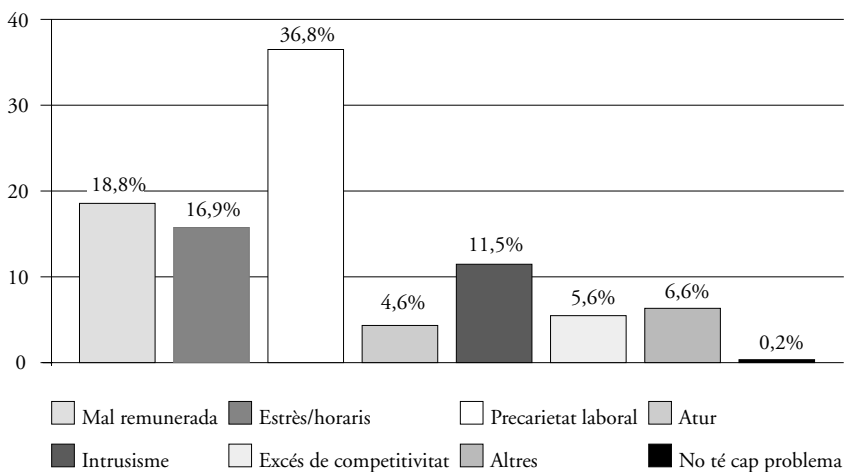
C) Tendències en les actituds

A banda del que puguem saber sobre els perfils sociodemogràfics o sobre les seves condicions sociolaborals, és important conèixer les opinions que els periodistes tenen sobre alguns aspectes clau de la professió. Les opinions dels periodistes ens diuen molt sobre les seves actituds com a col·lectiu professional protagonista en l'anomenada *societat de la informació*. Les seves opinions serveixen per dibuixar el clima en el qual desenvolupen la seva feina, el context ambiental que creen entre tots i que, directament o indirectament, condiciona la seva feina diària. Les qüestions tractades van des d'allò que identifiquen com a principal problema de la professió fins a la regulació ètica de la pràctica professional, passant per qüestions com ara la credibilitat dels diferents mitjans o les pressions a la feina.

La tendència més marcada en aquest apartat es concreta en l'augment generalitzat del pessimisme. Un clar indicador d'això és l'increment entre els professionals de la sensació que ha minvat la llibertat d'acció. Els resultats van des d'un 21% dels enquestats l'any 1996 fins al 52% del 2004 (vegeu el gràfic 10). La creixent manca d'independència, segons els periodistes catalans, no es



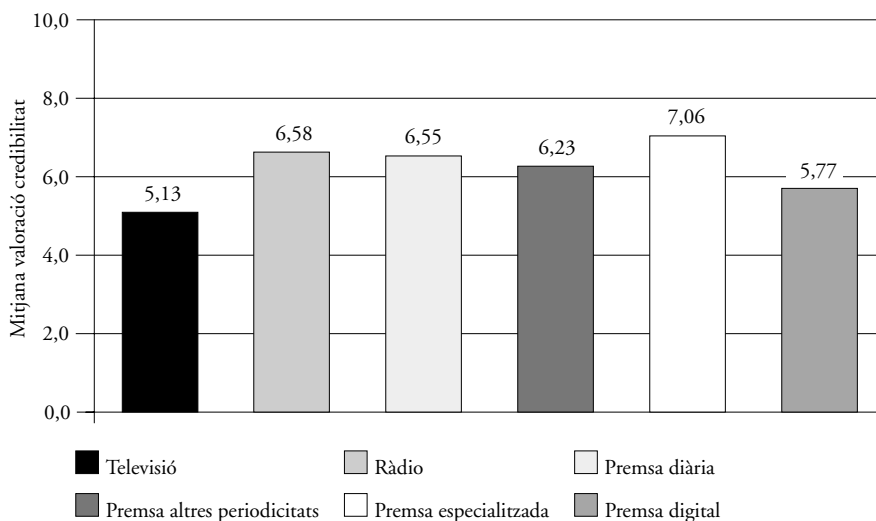
Gràfic 10. Actualment, hi ha més o menys llibertat d'acció que fa deu anys?



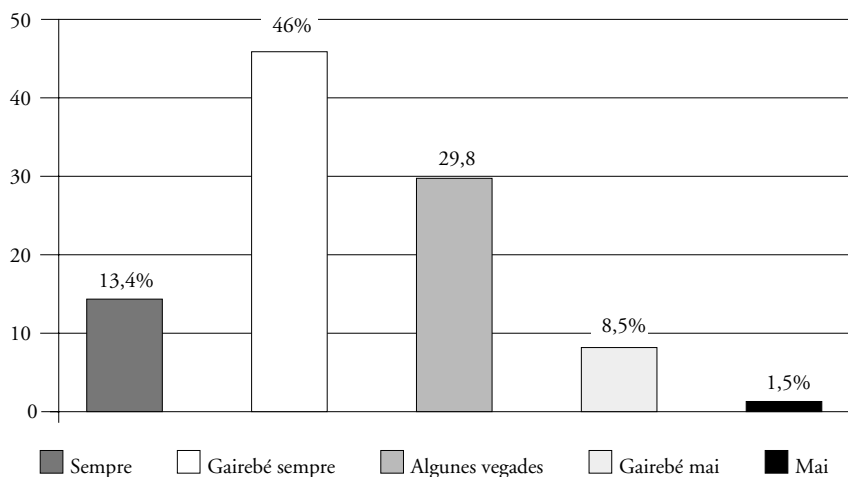
Gràfic 11. Principal problema que té actualment la professió

pot atribuir a una percepció del creixement de les amenaces o de les pressions per part dels poders polítics, econòmics o d'altres, ja que la variació del capítol d'amenaces o pressions registrades a les diverses enquestes des de l'any 1992 no és significativa.

L'esmentat pessimisme pot atribuir-se més a una sensació d'excessiva dependència professional. Aquest matís adquireix sentit quan observem que l'atur ha passat de ser el principal problema de la professió l'any 1996 a ser el sisè l'any 2004, mentre que, paral·lelament, creixia de forma espectacular la precarietat laboral fins a col·locar-se al primer lloc avui dia (vegeu el gràfic 11). Les noves formes de dependència laboral han contribuït a generalitzar la sensació de manca de llibertat d'acció, amb el clima de pessimisme que això comporta per a una professió que té en la independència un dels seus valors més preuats.

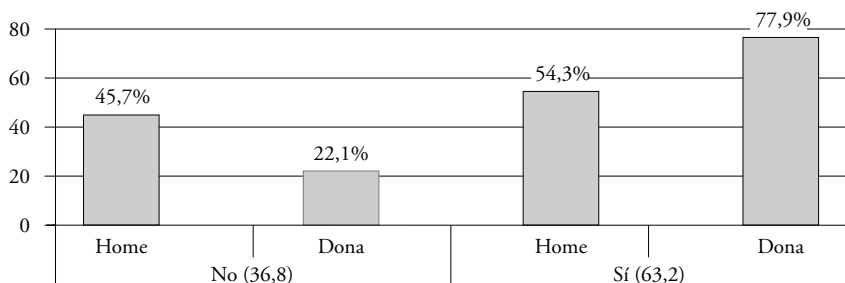


Gràfic 12. Mitjana de puntuació a la credibilitat dels diferents mitjans



Gràfic 13. Amb quina freqüència s'apliquen normes ètiques en el seu àmbit?

Pel que fa la credibilitat dels mitjans, els resultats de les enquestes s'han mantingut en nivells molts semblants durant aquests dotze anys. L'única remarcable destacable és el lent però progressiu descens de la credibilitat de la televisió, que, a més, es manté com el mitjà menys creïble de tots (vegeu el gràfic 12).



Gràfic 14. A la professió, hi ha discriminació per motius de sexe?

Cal dir que s'ha consolidat entre els professionals la conveniència que existeixin organismes que vetllin pel compliment dels codis ètics de la feina de periodista, una actitud que demostra un sentit de la responsabilitat entre els professionals i que s'ha de sumar a la tendència creixent a creure que es compleixen les normes ètiques de la professió. Aquesta percepció ha passat del 30% que considerava que es respectaven sempre o gairebé sempre les regles del joc l'any 1992 a un 57% l'any 2004 (vegeu el gràfic 13).

Finalment, un altre aspecte notable de les enquestes per a la configuració d'aquest clima o ambient que es respira entre els professionals del periodisme català, és el de la discriminació sexista. Aquesta característica, preguntada directament als enquestats i també indirectament a través de la percepció de desigualtat en els salaris, ha crescut fins a convertir-se en una opinió majoritària. Mentre l'any 1992 eren majoria els que creien que no hi havia discriminació i també eren majoria els que creien que homes i dones periodistes guanyaven el mateix, les enquestes del 1996 i del 2000 s'han anat invertint fins a l'any 2004, quan el 63,2% creu que sí que hi ha discriminació per raons de sexe (vegeu el gràfic 14) i un 68% creu que hi ha diferències salarials entre sexes.

3. Corrents interns en el col·lectiu

Les trenta entrevistes mantingudes amb periodistes catalans per a l'elaboració de l'informe de la recerca qualitativa prèvia al Llibre Blanc de la Professió Periodística a Catalunya han servit per aprofundir en algunes qüestions detectades a les enquestes i, alhora, per observar uns altres corrents d'opinió poc visibles fins ara. Les qüestions que tractarem són el resultat de l'anàlisi i la interpretació de les transcripcions de les entrevistes, que recullen la significació general de les declaracions. La interpretació del sentit que els periodistes donen a les seves paraules s'ha obtingut no només a partir dels comentaris explícits que han realitzat sobre les qüestions esmentades, sinó que també s'han deduït de les acurades descripcions que feien sobre la seva trajectòria professional, sobre el seu treball quotidià i també sobre les anècdotes i els exemples que construïen per il·lustrar els seus comentaris, que es poden consultar a l'informe final.

A) Una cultura professional

La diversitat d'experiències descrites pels diversos periodistes entrevistats fan difícil aïllar una identitat professional o reconèixer un perfil ideal de periodista. Un concepte més apropiat per qualificar aquells aspectes que comparteixen els periodistes catalans és el de cultura professional. Tot i així, s'ha d'advertir que, dintre de la professió, existeixen nombroses cultures periodístiques. Alguns dels eixos més importants que diferencien els periodistes entre ells són: treballar per a un mitjà públic o per a un mitjà privat, gaudir d'estabilitat laboral o no, l'especialitat periodística a la qual pertanyen o desenvolupar tasques més o menys tècniques.

No marquen gaire, en canvi, les diferències entre els periodistes, segons el tipus de suport per al qual es treballa o segons la demarcació territorial des d'on es treballa. La mobilitat laboral entre diversos mitjans de diversos suports és un tret característic en la majoria de casos. La polivalència és un actiu que comparteixen els professionals catalans de la informació i, tot i que existeix una tendència a estabilitzar la pròpia carrera professional cap a un suport específic, la gran majoria ha fet també feina per a d'altres suports.

Aquesta cultura s'adquireix fonamentalment mitjançant la socialització laboral i no pas en els centres educatius de periodisme. Malgrat el creixement espectacular que ha conegut l'oferta d'estudis universitaris en l'àrea de comunicació en els darrers dotze anys, els centres docents no han desenvolupat la funció socialitzadora que sí que tenen en altres professions.

El protagonisme de la socialització laboral per poder passar a ésser «un d'ells» fa que l'accés al primer lloc de treball marqui profundament els periodistes catalans. En la majoria de casos, aquest primer contacte determina la resta de la carrera professional i també, la majoria de vegades, es viu com una experiència de precarietat laboral que es perllonga cada vegada més en la vida professional. El principal motiu que empeny els individus a accedir a la professió i a conviure amb aquestes situacions de precarietat és la pròpia vocació, entesa com una manera de projectar socialment les aficions i les habilitats personals. Un altre aspecte de la professió que atrau els periodistes és que el periodisme és una forma de coneixement molt accessible¹.

La cultura en general està molt marcada pel context sociohistòric i, en el cas de la cultura professional dels periodistes catalans, en l'actualitat ha esdevingut central el debat sobre l'ètica professional. Entre els diversos valors que planen sobre la deontologia periodística, per als professionals mereix una especial atenció el de l'objectivitat, probablement perquè es tracta del fonament sobre el qual s'ha construït tradicionalment la credibilitat i la legitimitat social

1. El científic social americà Robert Park ja va identificar, l'any 1915, el periodisme com una forma de coneixement, però la va distingir de la científica amb l'expressió «estar familiaritzat amb», per al periodisme, i «saber», per a la ciència. El principal motiu de la distinció es troba en la facilitat per produir i accedir al periodisme en comparació amb la ciència. D'acord amb els comentaris recollits entre els entrevistats, en aquesta facilitat rau l'atractiu del periodisme com una forma de coneixement.

de la premsa. Els periodistes distingeixen l'objectivitat en abstracte, com un estat impossible d'assolir en el periodisme, però en canvi defensen el fet d'ésser objectiu com una actitud possible i desitjable en la pràctica individual. Així, és inútil cercar l'objectivitat en les notícies o en els discursos periodístics en general, però no ho és, en canvi, cercar-la en els procediments que desenvolupen els periodistes per fer els discursos. Els principis que consideren propis de la conducta objectiva són la verificació i el contrast de la informació, l'amplitud² i l'honestat.

En relació amb la independència o l'autonomia amb què fan la seva feina, els periodistes catalans es consideren força satisfets. Observen que la major part dels obstacles procedeixen de l'empresa per a la qual treballen. Es poden observar dues grans modalitats de relació entre els periodistes i l'empresa pel que fa a la independència professional: la de la negociació permanent dels marges d'autonomia i la de l'actuació absolutament independent del periodista amb retalls a posteriori sobre la seva feina final.

Els periodistes catalans consideren la llibertat d'informació com un actiu de la professió que està amenaçat pels continguts sensacionalistes. Aquests continguts s'associen generalment amb la premsa del cor o amb el xafardeig públic (a imatge dels *paparazzi* italians). Encara que n'hi ha molts que no consideren que aquests tipus de continguts pertanyin al periodisme, són comprensius amb els professionals que exerceixen aquesta tasca (tot i que n'hi ha alguns que els qualifiquen d'intrusos) i se'ls plantegen ells mateixos com una alternativa professional més.

Finalment, es detecta un afebliment del paper de la consciència ideològica en els periodistes catalans. Entenen que es poden i que s'han de deixar en un segon terme les pròpies conviccions ideològiques davant l'imperatiu de tenir feina. Aquest afebliment també s'observa quan declaren que, a diferència d'etapes anteriors, els periodistes s'han «normalitzat» en els grans corrents socials i ja no es distingeixen per mantenir només posicions d'esquerres.

B) Condicions laborals precàries en un context d'opulència mediàtica

Com hem vist en l'apartat sobre els principals indicadors de l'estat de la professió, la precarietat laboral ha esdevingut, en els darrers anys, la principal preocupació dels periodistes catalans. D'altra banda, aquesta percepció es consolida en un període especialment fructífer per al sector dels mitjans de comunicació. En els darrers deu o quinze anys, el nombre de mitjans de comunicació ha crescut i la quantitat de llocs de treball dedicats a la gestió de la informació en d'altres posicions fora de les redaccions dels mitjans ha augmentat encara més. D'altra banda, l'arribada d'Internet i, amb ella, les previsions de creixement del sector audiovisual no fan preveure recessions en el futur. En definitiva, mal-

2. Apliquem aquest concepte a la idea dels periodistes d'encabir el nombre més elevat possible de perspectives sobre els fets noticiosos en els seus relats. Aquesta és una idea semblant a la desenvolupada per Herbert Gans amb el terme *multiperspectival news*.

grat el creixement del sector de la producció d'informació en totes les seves dimensions, s'ha fet més visible la precarietat laboral dintre de la professió periodística. Tanmateix, aquesta situació no afecta tothom per igual, existeixen grups especialment colpits per la precarietat laboral, com ara els joves i les dones.

Com s'explica, doncs, aquesta preocupació per la precarietat entre els professionals? En primer lloc, hi trobem les polítiques de contractació de les empreses. La flexibilització de les modalitats de contractació dels darrers anys ha afavorit el desenvolupament d'una política de contractació circumstancial i una oportunitat per reduir les despeses de manera permanent. La professió periodística ha patit aquestes noves polítiques, especialment en les empreses creades els darrers anys.

En segon lloc, l'aparició de nous centres universitaris que ensenyen estudis de periodisme ha afavorit la multiplicació de periodistes disponibles en el mercat de treball. Es produeix un abaratiment de la feina que desenvolupen per l'excés de l'oferta de mà d'obra. S'ha multiplicat el nombre de periodistes joves i, en conseqüència, el volum de contractes temporals en períodes de pràctiques. A més, n'hi ha molts que expliquen que s'incorporen a les redaccions fent les mateixes funcions que un periodista veterà. En aquest sentit, també s'hi ha d'afegir que pràcticament tots els periodistes entrevistats, tant els veterans com els joves, varen començar a treballar sense cobrar, sense contractes o bé com a becariis. Aquests tipus de condicions laborals inicials s'han convertit en un peatge normal en la professió, fins que han esdevingut la ruta obligada per arribar a ser periodista. L'estereotip que s'ha acabat imposant és el d'haver de passar per una mena de sacrifici laboral per a la pràctica de la seva feina. Actualment, aquest peatge l'encarna la figura del becari, i sobre la proliferació i el mal ús d'aquesta figura recauen moltes crítiques associades a la precarietat de la professió.

Una darrera causa que explica la preocupació dels professionals es troba en les dificultats per compaginar la trajectòria laboral amb la vida privada. És un peix que es mossega la cua. Sovint, la inseguretat i el baix salari, derivats dels nous estils de contractació, reclamen una gran disponibilitat per a la feina o situacions de pluriocupació. En molts casos, les jornades de treball són llargues i sovint imprevisibles. Tot plegat, dificulta o trenca relacions personals, afeccions o uns altres projectes al marge del món professional.

El col·lectiu de periodistes entén que, a més de les causes de la precarietat, són tan importants o més les seves conseqüències, especialment les que afecten la independència professional. Tot i que tradicionalment la pràctica periodística a les redaccions s'ha regulat mitjançant les condicions laborals dels periodistes, mai com fins ara havien estat tan evidents les connexions entre precarietat i control de la informació. El repertori de conseqüències observades es poden sintetitzar en: a) es disparen els mecanismes d'autocensura entre els periodistes; b) els fa més dòcils davant les pressions, i c) acomoda les iniciatives dels periodistes a les expectatives dels empresaris.

C) El pas cap a un model de negociació en les relacions amb les fonts

A partir de la dècada de 1970, comencen a aparèixer a Espanya, des de diversos sectors (municipis, partits polítics, empreses, sindicats, etc.), els primers gabinets de comunicació. A Catalunya és on aquests serveis es desenvolupen més i aviat es crea la primera associació de tot Espanya que reuneix periodistes que treballen en gabinets de comunicació. L'Associació Catalana d'Informadors de l'Administració Local va aplegar, l'any 1981, 92 professionals, 33 dels quals treballaven a l'Administració local, 12 en organismes públics o semipúblics, 11 en organismes de l'Església, 10 a l'Administració de l'Estat, 9 a l'Administració autonòmica, 6 a partits polítics, 4 a sindicats i associacions patronals, 2 a les forces armades, 1 a l'empresa privada i 4 a d'altres organismes (Ramírez, 1995). Els jocs olímpics del 1992 també varen donar un considerable impuls a aquest sector per gestionar la imatge dels sectors públics i privats implicats en la seva organització.

Segons l'enquesta realitzada per a la present radiografia prèvia del Llibre Blanc, un 12% dels periodistes treballava en gabinets de comunicació, tres vegades més que els que ho feien l'any 2000 (enquesta d'Opina per al Col·legi de Periodistes, 2000). Aquest és, per tant, el sector d'ocupació que més ha crescut en els darrers tres anys. D'acord amb les dades de l'enquesta, els periodistes dels gabinets són el col·lectiu més nombrós després dels periodistes de premsa escrita i ràdio.

A Catalunya, la proliferació de mitjans de comunicació en els darrers anys i el convenciment, per part dels actors socials, que és important realitzar una gestió estratègica de la informació, ha fet de les relacions entre periodistes i fonts un món més complex. Els gabinets de comunicació són el resultat d'una demanda de les fonts d'informació preocupades per la gestió de la seva imatge a través de la informació periodística. A més, el creixement progressiu d'empreses dedicades a aquestes tasques i la creació de departaments específics en institucions públiques i empreses privades també han constituït una font de nous llocs de treball que els periodistes catalans han ocupat.

Les tasques dels periodistes als gabinets de comunicació es dirigeixen tant a la comunicació interna de les organitzacions per a les quals treballen com a la seva comunicació externa. Les relacions amb els periodistes de les redaccions dels mitjans s'orienten a partir de dues rutines de treball típus: l'organització de pseudoesdeveniments i la confecció de subsidis informatius. Els pseudoesdeveniments són tots aquells actes públics convocats per les fonts d'informació per atraure l'atenció dels periodistes, a fi que en facin la cobertura informativa. El subsidi informatiu és la documentació elaborada en format periodístic que la font d'informació subministra a les redaccions.

La informació que intercanvien periodistes d'una banda i de l'altra es fa bàsicament amb aquests instruments. La manera com s'apliquen els instruments pot ser de foma unilateral, consensuada o sol·licitada, però sempre sobre el consens que periodistes i gabinets comparteixen un bagatge comú sobre el valor de la informació i la manera de presentar-la a la societat, una situació que

ha marcat fortament els actuals condicionants en la pràctica periodística a Catalunya.

Els comentaris, les anècdotes i els exemples dels periodistes en les seves relacions amb les fonts d'informació demostren la precipitació d'un doble canvi. D'una banda, han guanyat terreny les relacions amb les fonts basades en l'accés d'informació a la redacció, més que no pas en les iniciatives de cobertura de fonts. D'altra banda, les cobertures informatives dels periodistes han passat d'un model determinista de relacions a un model de negociació.

El primer tipus entén que les relacions entre periodistes i fonts són tanca-des i estan predeterminades per la recerca de la credibilitat que necessiten constantment els periodistes per a la seva tasca informativa. En aquesta recerca, els periodistes recorren permanentment a fonts d'informació poderoses que gaudeixen de l'acreditació social necessària per garantir la credibilitat de les informacions. Les fonts poderoses consultades pels periodistes sobre els fets d'actualitat poden, així, definir en primera instància el sentit dels fets socials. Aquestes fonts són el que Stuart Hall va qualificar de «definidors primaris de la realitat» (Hall, 1978). Per tant, una elit de fonts acreditades determinen la feina dels periodistes usant la seva capacitat de definir un esdeveniment en primera instància.

Per explicar la situació viscuda pels periodistes catalans en la seva pràctica professional, s'escau millor un model de relacions amb les fonts basat en la permanent negociació pel sentit dels esdeveniments noticiables (Ericson, Baranek i Chan, 1989). Les fonts i els periodistes són actors socials independents que s'utilitzen mútuament. Les fonts despleguen els seus recursos per divulgar aquelles informacions que els interessin i els periodistes usen la multiplicitat de fonts d'informació aparegudes per acomodar una nova interpretació dels esdeveniments.

Encara resten, però, vestigis de formes de relació entre periodistes i fonts predeterminades pel crèdit de les fonts, com ara les marcades pels poders polítics i els periodistes dels mitjans públics, especialment durant les campanyes electorals. En aquests casos, els periodistes veuen amb impotència com els poders polítics s'apropien de la seva feina. Sobretot, la regulació legal de les cobertures de les campanyes electorals, però també la influència permanent dels governs de torn pesen en la independència professional dels periodistes catalans, la qual cosa aixeca retrets als polítics i denúncies col·lectives dels periodistes.

D) Procés de pseudofeminització de la professió

Certament, moltes dones comencen amb força la seva carrera professional, però també són moltes les que ho fan des de posicions marginals o poc visibles. En primer lloc, s'observa que la presència femenina en el sector es concentra principalment en càrrecs de poca responsabilitat, com és el cas de redactors, i que també són més nombroses les dones en àmbits del periodisme coneguts com «altres premses», encara que també són molt presents a la televisió i a la ràdio. Aquesta situació indica una presència femenina més elevada als espais menys visibles del periodisme. Una dada més dóna suport a aquesta idea. En un sector

emergent, però encara d'escassa influència social com és el dels mitjans digitals, les dades disponibles per a Catalunya indiquen que el 55% dels periodistes són dones. Una presència que gairebé dobra les dades del conjunt de la professió.

A les entrevistes en profunditat, hi hem pogut observar també un predomini de les carreres professionals de les dones cap a espais de la professió considerats tradicionalment perifèrics, com poden ser el sector de les revistes molt especialitzades o les publicacions institucionals, els gabinets de comunicació o la premsa local.

Certament, les qüestions personals, familiars, etc. són el principal motiu d'abandonament de la carrera professional per part de les dones, tal com s'ha apuntat a d'altres recerques (Canel i altres, 2000; Ortega y Humanes, 2000). Totes les periodistes entrevistades viuen com un problema greu la compatibilització entre la vida laboral i la vida privada, una percepció poc habitual en el cas dels periodistes homes. Aquesta situació es percep de forma més accentuada en les periodistes que són mares. La maternitat és viscuda des del món laboral com un problema i l'obstacle que comporta un mal encaix amb les obligacions privades. Per aquest motiu, la pròpia carrera professional femenina es veu agreujada per una discriminació molt estesa que dificulta la seva promoció i, com a conseqüència, la manca de referents per a les noies periodistes més joves.

Però abans d'aquestes formes de discriminació de les dones periodistes, la resposta habitual no és només l'abandonament de la professió, sinó que també, i pensem que en un grau més elevat, és habitual el desplaçament cap a especialitats on esdevé més tolerable la conciliació entre la vida professional i la vida privada. Un trasllat cap a espais professionals menys visibles. Una darrera dada pot servir per refermar aquesta idea. L'enquesta realitzada revela que el col·lectiu presenta una baixa disponibilitat a canviar de professió (un 26,6%), però no en canvi a canviar d'empresa (un 49,4%). Dintre d'aquest darrer apartat, les dones disposades a canviar d'empresa superen els homes en gairebé deu punts (un 55,2% de dones i un 46% d'homes).

L'examen de totes aquestes dades ens ofereix un panorama en el qual: a) la presència de les dones a la professió es caracteritza per un alt nivell d'abandonament en comparació amb els homes; b) a les empreses, hi ocupen posicions de poca responsabilitat; c) tenen una presència més elevada en sectors de la comunicació considerats perifèrics o d'escassa influència social, i d) les seves trajectòries professionals estan marcades pels canvis cap a espais professionals menys visibles, però més compatibles amb la seva vida privada.

Per tot plegat, sembla raonable concloure que la incorporació femenina a la professió periodística a Catalunya no s'ha resolt de manera justa. Les condicions laborals amb les quals les dones s'han incorporat fins ara a la seva feina aconsellen prudència a l'hora de parlar de processos de feminització que apunten cap a grans canvis, fins i tot en els continguts periodístics (Neveu, 2000; Limor i Lavie, 2002). Les magnituds de la incorporació de la dona a la professió periodística s'ajusten més bé a una falsa feminització o pseudofeminització que no pas a una feminització a seques.

E) La creixent «mala premsa» d'Internet

El valor afegit que ha adquirit Internet en el periodisme fa que ens fixem especialment a entendre com ha estat rebuda la xarxa per la professió. En aquest sentit, es dibuixen dues grans percepcions compatibles sobre Internet que la presenten com a canal o mitjà de comunicació, d'una banda, i com a font d'informació, de l'altra.

La imatge d'Internet com a mitjà de comunicació és francament dèbil entre els periodistes. Tots situen el seu moment històric en un futur possible i sempre vinculat a la decadència d'alguns mitjans convencionals, especialment la premsa escrita, o després de profundes reestructuracions del sistema global de mitjans de comunicació. També es mostra com una oportunitat de desenvolupament de llocs de treball futurs del sector dels professionals de la informació. Es pot dir que quan els periodistes opinen sobre Internet com a mitjà de comunicació ho fan des del punt de vista de «comunicòlegs», no pas de periodistes digitals. És a dir, des de fora del periodisme digital.

La imatge d'Internet com a font d'informació és molt més forta i alhora controvertida entre els professionals. Certament, el veritable impacte de la xarxa en la professió s'ha de mesurar actualment en termes de modificació de les relacions entre fonts i periodistes, si ens atenem a les seves opinions. La xarxa s'ha imposat com una medidora necessària en la fase de recollida d'informació de la producció periodística. El seu ús és doble, serveix tant per trobar informació amb què contextualitzar assumptes noticiables com per cercar fets noticiables.

La idea que la gran majoria dels periodistes tenen formada d'Internet sorgeix, doncs, del seu contacte quotidià com a font d'informació i no de la xarxa com a «lloc de treball». Des d'aquest punt de vista, es perfila una imatge contradictòria d'Internet entre els periodistes catalans.

En la vessant positiva, Internet significa un món de possibilitats inimaginable fins ara. L'ideal d'una societat transparent (Vattimo, 1990) assolida amb el suport dels mitjans de comunicació arriba al seu clímax gràcies a la xarxa. Aquesta infinitat d'oportunitats que representa Internet per al periodisme modern els empeny a usar-la i a mantenir-la com una font d'informació, un recurs, o «el que sigui», per si de cas. En la consciència dels periodistes, sembla inscrit que si hi ha alguna professió que es pot beneficiar veritablement d'aquest nou invent, aquesta és la seva. Una oportunitat que no es vol desaproveitar.

També destaquen la capacitat de la xarxa per dinamitzar el treball i estalviar temps. L'ús del correu electrònic per comunicar-se ràpidament amb fonts, col·legues o d'altres, la consulta immediata de documents, arxius i bases de dades difícilment accessibles abans, són exemples mencionats pels periodistes. Estalviar temps i guanyar en eficiència són dos valors associats a la millora de la seva productivitat, dels quals s'aprofita directament l'empresa que els contracta, però que també té conseqüències en noves formes de treball a distància i jornades laborals més flexibles.

La rapidesa en la transmissió d'informació materialitza un altre dels somnis de la tasca periodística: la immediatesa informativa. Internet ha permès dis-

minuir de forma espectacular els terminis de processament de la informació reduint les formes de transport d'aquesta a la mínima expressió. Els periodistes són més responsables dels productes informatius perquè han desaparegut altres mediacions.

A l'altre plat de la balança, hi trobem que la vessant negativa d'Internet té una dimensió menys mundana. En primer lloc, pels periodistes la credibilitat d'Internet és inferior a la de les fonts d'informació clàssiques. Les garanties que els ofereixen les fonts d'informació tradicionals no les troben a Internet, en molts casos accedeixen a informacions o a documentació interessant des del punt de vista periodístic, però que sovint no està acreditada, no hi ha cap autor o autors que l'avalin amb les garanties de legitimació social de la qual sí que disposen les fonts d'informació tradicionals a les quals acudeixen habitualment. A més, l'excés d'oferta informativa que posa la xarxa a disposició dels periodistes s'ha tornat en contra de la mateixa xarxa i per a alguns ja representa una incomoditat cercar informació a Internet.

D'altra banda, està proliferant la idea d'atribuir a les noves tecnologies, i especialment a Internet, la causa d'allò que en diuen «la pèrdua de carrer del periodisme». Sortir al carrer vol dir observar directament què passa a la societat, sense intermediaris, parlar amb els protagonistes dels fets noticiables per després explicar-los al públic. La virtut de «fer carrer» com a pràctica periodística està avalada per tota una tradició professional que iguala els èxits més sonats del periodisme d'investigació amb el treball de camp, amb el contacte directe amb personatges poderosos i els confidents. La «pèrdua de carrer» és la victòria d'una actitud acomodaticia dels periodistes que renuncien al contacte directe amb les fonts i que estan confinats a les seves taules de les redaccions. Se'n diu «periodisme de taula». Encara que de vegades no es manifesti, aquest periodisme concentra una bona quantitat dels tabús i defectes que molts atribueixen a la professió avui dia. El periodisme de taula no contrasta les informacions, és, en definitiva, una mala pràctica, segons es conclou de les opinions del col·lectiu.

4. Línies de recerca que caldria potenciar

La valoració més notable que es pot fer de les tendències i dels corrents interns descrits fins ara és que tenim una imatge força distorsionada de la realitat del col·lectiu de periodistes. Aquesta imatge no és només el resultat del desencert en la recerca feta a Catalunya sobre sociologia de la professió, sinó també de la manca de dades fiables disponibles que ens duguin a conclusions més afinades sobre el perfil i els problemes de la professió. Creiem que s'imposa el treball de camp prospectiu i rigorós que s'obri a noves fonts de dades i que consolidi indicadors més fiables sobre el pols de la tasca periodística.

En el marc de l'emergent sociologia de la professió periodística a casa nostra, fóra bo impulsar el treball de recollida de dades per disposar d'un panorama tan exhaustiu i ric com fos possible sobre el col·lectiu professional. A partir de l'elaboració de la radiografia prèvia al Llibre Blanc de la Professió Periodística a Catalunya, volem fer algunes propostes sobre línies de treball futures sobre

les quals caldria aprofundir per assolir un volum de dades que permetin fer diagnòstics més acurats sobre el col·lectiu.

A) El treball comparatiu de les diverses enquestes fetes des de l'any 1992 ha permès observar diferències en els resultats que posen de manifest la utilització de variables poc precises per estudiar els fenòmens de la professió periodística. En aquests mateixos treballs, també s'hi observen dificultats per definir l'univers de periodistes que exerceixen actualment a Catalunya i, en conseqüència, per elaborar mostres que siguin més representatives del col·lectiu.

Un dels primers reptes que es plantegen a partir d'aquí és el d'elaborar un cens tan exhaustiu com sigui possible dels periodistes en actiu a Catalunya que serveixi de base de sondeig per a futurs mostrejos (una tasca en la qual ja hi treballa el Col·legi de Periodistes de Catalunya). A aquestes mostres es podran aplicar futures enquestes que hauran de disposar de les precisions fetes en aquest informe a l'hora de formular els seus qüestionaris, per tal de donar resposta a algunes contradiccions (com ara que la precarietat laboral es percep com el principal problema de la professió a pesar que ha augmentat considerablement el salari i l'estabilitat contractual, segons les darreres enquestes) i resoldre incògnites sobre el perfil dels periodistes (com ara la inversió en la proporció entre homes i dones quan es passa dels estudis universitaris a la professió).

B) L'empresa de comunicació, i més especialment la redacció, és el context de treball en el qual la majoria dels periodistes catalans desenvolupen la seva tasca. Aquest context també és el principal condicionant de la pràctica professional, per sobre de les fonts d'informació, els anunciants, el públic, etc. Per aquest motiu, creiem que és important desenvolupar una línia de recerca que analitzi la grandària de les redaccions que hi ha a Catalunya, les principals formes organitzacionals i la seva dinàmica. Paral·lelament, caldria treballar les modalitats de contractació dominants en les diverses redaccions per poder dibuixar finalment un perfil tan complet com sigui possible sobre les condicions de treball dels periodistes i els tipus d'empreses que els donen feina.

C) L'estructura del sector de la comunicació a Catalunya s'ha anat fent cada vegada més complexa i enteranyinada. A aquesta situació, hi han ajudat decididament les polítiques de subcontractació de les empreses, especialment les més grans, i això és vist negativament pels treballadors del sector com una dinàmica que alimenta la precarietat en el periodisme català. És aquest un aspecte de la professió en el qual caldria endinsar-se per avançar futures tendències sobre el mercat de treball periodístic.

D) La situació de les dones a la professió ha obert també moltes incògnites que haurien de donar pas a noves investigacions. Per tal d'incorporar la sensibilitat femenina al conjunt de la comunitat professional, la recerca futura hauria de fer visible la gran quantitat de dones periodistes que treballa actualment en el sector, però sobre el perfil, les responsabilitats, les condicions de treball, etc. de les quals no disposem de dades.

Estretament relacionat amb això es troba la suposada hipòtesi de la feminització dels continguts periodístics. Fóra interessant portar a terme una anàlisi de continguts dels mitjans de comunicació per tal d'observar si realment se n'ha produït una feminització³ o si, per contra, més dones a la professió no signifiquen canvis en els continguts que s'ofereixen al públic i per què.

- E) Una darrera proposta de línia de treball està relacionada amb el desenvolupament tecnològic que ha transformat tan profundament la professió. La influència de la tecnologia afecta directament els processos de formació i d'inserció laboral dels periodistes. Les empreses demanen cada cop més competències i habilitats tecnològiques en els periodistes que els ocupen cada vegada més temps. La qüestió que cal analitzar és fins a quin punt influeixen les noves tecnologies en el deteriorament o la millora de les pràctiques periodístiques i en els continguts finals i, alhora, com està canviant la percepció que tenen els periodistes sobre la seva professió i la manera de realitzar-la a causa de la incorporació d'aquestes tecnologies.

5. Bibliografia

- ALBORNOZ, Luis Alfonso (2002). «La prensa española en la red: un sector pionero en busca de rentabilidad». *Telos*, núm. 53, octubre-desembre.
- ALONSO, Luis Enrique (1998). *La mirada cualitativa en sociología*. Madrid: Fundamentos.
- ALTÉS, Elvira (2000). *Imágenes de las mujeres en los medios de comunicación: Líneas actuales de investigación*. Madrid: Instituto de la Mujer. Serie Documentos.
- ASENSIO, Eva; CALVO, Lucía; DOMINGO, David; RUBIES, Toni (2003). *Informe sobre la situación laboral i professional dels periodistes digitals a Catalunya*. Grup de Periodistes Digitals i Sindicat de Periodistes de Catalunya, en col·laboració amb el Col·legi de Periodistes de Catalunya. Barcelona, novembre de 2003. Disponible a <<http://www.periodistesdigitals.org/cat/informes.htm>>.
- BECK, Ulrich (2000). *Un nuevo mundo feliz: la precariedad del trabajo en la era de la globalización*. Barcelona: Paidós.
- BERICAT, Eduardo (1998). *La integración de los métodos cuantitativo y cualitativo en la investigación social*. Barcelona: Ariel.
- BRODDASON, Thorbjörn (1994). «The Sacred Side of Professional Journalism». *European Journal of Communication*, vol. 9, núm. 3, p. 227-248.
- CANEL, M. José; SÁDABA, Teresa (1999). «La investigación académica sobre las actitudes profesionales de los periodistas: Una descripción del estado de la cuestión». *Comunicación y Sociedad*, vol. 12(2), p. 9-32.
- CANEL, M. José; RODRÍGUEZ ANDRÉS, Roberto; SÁNCHEZ ARANDA, José Javier (2000). *Periodistas al descubierto*. Madrid: CIS.
- CASTELLS, Manuel (1999). *La era de la información: Economía, sociedad y cultura*. Madrid: Alianza.
- CEBRIÁN HERREROS, Mariano (2002). «Formación y empleo en la edición audiovisual». *Telos*, núm. 52, juliol-setembre.

3. En primer lloc, lògicament, s'hauria de definir clarament en què consistiria aquesta feminització dels continguts, un tema en el qual fa força temps que treballen diverses autores dels països nòrdics i de França.

- CONTI, Luigi (1993). «Le tecnologie in redazione: organizzazione del lavoro e nuove figure professionali». *Problemi dell'informazione*, núm. 1, any XVIII, març.
- DE BIASE, Luca (2002). «Il tempo del giornalista all'epoca di Internet». *Problemi dell'informazione*, núm. 3, setembre.
- DE PABLOS, Estrella; TARIFA, Elena (2003). *Conciliar vida laboral i familiar: tasca impossible per a les dones periodistes? Informe sobre l'Enquesta a les dones periodistes de Catalunya sobre la conciliació de la vida laboral i familiar*. Barcelona: Secretaria de la Dona del Sindicat de Periodistes de Catalunya. Institut Català de la Dona.
- DELANO, Anthony (2003). «Women Journalists: what's the difference?». *Journalism Studies*, vol. 4, núm. 2.
- DEMERS, François (1996). «Impacts des nouvelles technologies de l'information et de la communication: déstructuration (et restructuration?) du journalisme». *Technologies de l'Information et Société*, núm. 1, vol. 8.
- DEUZE, Mark; PAULUSSEN, Steve (2002). «Research Note: Online Journalism in the Low Countries. Basic, Occupational and Professional Characteristics of Online Journalism in Flanders and the Netherlands». *European Journal of Communication*, vol. 17(2), SAGE Publications.
- DJERF-PIERRE, Monika; LÖFGREN-NILSSON, Monica (2001). «Sex-typing in the newsroom: feminization of Swedish television news production, 1958-2000». *15th Nordic Conference on Media and Communication Research*. Reykjavik.
- DÍAZ NOCI, Javier (2002). «El comienzo del periodismo en internet (y su bibliografía)». *Telos*, núm. 52, juliol-setembre.
- (2004). «Ciberperiodismo, profesión y academia: Medios digitales españoles en Internet». *Telos*, núm. 59, abril-juny.
- DIEZHANDINO, Pilar i altres (1994). *La élite de los periodistas*. Bilbao: Universidad del País Vasco.
- ERICSON, Richard V.; BARANEK, Patricia M.; CHAN, Janet B. L. (1989). *Negotiating Control: A Study of News Sources Open University of Toronto Press*. Toronto.
- FARRÁS, Andreu; LAMELAS, Marcos; SERRANO, Sebastià (1996). «Radiografia de la professió». *III Congrés de Periodistes Catalans*, 29-30 de novembre. En línia a <<http://www.periodistes.org/cat/cpcDocuments/3erCongres04.htm?elmenu=1>>.
- FERNÁNDEZ HERMANA, Luis Ángel (2004). «El viaje de la imprenta a la red». *Telos*, núm. 59, abril-juny.
- FRANQUET, Rosa (2002). «Los radiodifusores ante la zozobra digital: renovarse para nuevos escenarios». *Telos*, núm. 53, octubre-diciembre.
- GALLEGO, J. (dir.); ALTÉS, E.; CANTÓN, M. J.; MELÚS, E.; SORIANO, J. (2002). *La prensa por dentro: Producción informativa y transmisión de estereotipos de género*. Barcelona: Los Libros de la Frontera.
- GANDY, Oscar H. (1982). *Beyond Agenda Setting: Information Subsidies and Public Policy*. New Jersey: Ablex Publishing Company.
- GANS, Herbert J. (1980). *Deciding What's News: A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, «Newsweek» and «Time»*. Nova York: Vintage Books.
- GARRISON, Bruce (2001). «Diffusion of online information technologies in newspaper newsrooms». *Journalism*, vol. 2(2), SAGE Publications.
- (2003). «How Newspaper Reporters Use The Web To Gather News». *Newspaper Research Journal*, vol. 24, núm. 3, estiu.
- GARCÍA DE CORTÁZAR, Marisa; GARCÍA DE LEÓN, M. Antonia (coords.) (2000). *Profesionales del periodismo: Hombres y mujeres en los medios de comunicación*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas. Colección Monografías, núm. 181.

- GIL, Quim (2004). «Análisis centrípeto de la periodista en red. Nuevos perfiles profesionales». *Telos*, núm. 59, abril-juny.
- HALL, Stuart i altres (1978). *Policing the Crisis*. Londres: Macmillan.
- HACHIGIAN, David; HALLAHAN, Kirk (2003). «Perceptions of public relations web sites by computer industry journalists». *Public Relations Review*, núm. 29, Elsevier Science Inc.
- HUERTAS CLAVERÍA, Josep Maria (1998). *El periodista. Entre la indefinició i l'ambigüitat (evolució d'un concepte professional entre dos segles)*. Barcelona: Dèria Editors.
- INSTITUT OPINA (2000). «Enquesta sobre la situació de la professió periodística a Catalunya 2000». *IV Congrés de Periodistes de Catalunya*. Barcelona: Col·legi de Periodistes de Catalunya. Novembre.
- INSTITUT OPINA (1992). «Anàlisi del perfil del periodista de Catalunya». *Segon Congrés de Periodistes Catalans*. Barcelona: Col·legi de Periodistes de Catalunya. 30, 31 d'octubre i 1 de novembre.
- ISRAEL, E.; GARCÍA, E. (1995). «Paradojas mediáticas: la mujer en la comunicación de masas de los 90». *Ciencias de la información*, núm. 5, p. 225-243. València: Fundación Universidad San Pablo.
- LIMOR, Yehiel; LAVIE, Aliza (2002). «The Feminization of the Media: The Case of Israel». *XXIII Annual Conference of the International Association for the Mass Communication Research (IAMCR), Gender and Communication Section*. Barcelona, 21-26 de juliol.
- MARTÍN BERNAL, Obdulio (2004). «Introducción: Periodismo en la Red. La dudosa fortuna de navegar sin rumbo». *Telos*, núm. 59, abril-juny.
- MELIN-HIGGINS, Margaretta (2001). «Coping with Journalism: Gendered Newsroom Culture». Ponència para las *Jornadas de discusión «Belles sirenes, vídues negres i dames de ferro. Construcció dels estereotips de gènere als mitjans de comunicació»*, maig, Fac. CC. Comunicació, UAB.
- MENÉNDEZ, I. (2003). *El cuarto poder, ¿un poder de mujeres?* Oviedo: Milenta.
- MORGAN, D. (1998). «Practica Strategies for Combining Qualitative and Quantitative Methods: Applications to Health Research», a *Qualitative Health Research*, vol. 8.
- NEVEU, Erik (2000). «Le genre du journalisme. Des ambivalences de la féminisation d'une profession». *Politix*, núm. 51, octubre. París: Publications Hermès France.
- ORTEGA, Félix; HUMANES, Maria Luisa (2000). *Algo más que periodistas*. Barcelona: Ariel.
- PRATS, Elisabet (2003). «Weblogs: quan la informació està al marge dels mitjans». *Comunicació 21*, núm. 11, any III, tardor.
- RAMOS FERNÁNDEZ, Luis Fernando (1998). *La profesión periodística en España*. Pontevedra: Diputación de Pontevedra.
- RAMÍREZ, Txema (1995). *Gabinets de comunicación. Funciones, disfunciones e incidencia*. Barcelona: Bosch Casa Editorial.
- RIFKIN, Jeremy (1996). *El fin del trabajo*. Barcelona: Paidós.
- RODRÍGUEZ ANDRÉS, Roberto (2003). «Características socio-demográficas y laborales de los periodistas españoles e índice de satisfacción profesional». *Ámbitos*, núm. especial 9-10, segon semestre de 2002, p. 487-504.
- SÁNCHEZ ARANDA, Javier; RODRÍGUEZ ANDRÉS, Roberto (1999). «Profesionalidad y ética. El caso de los periodistas españoles». *Comunicación y Sociedad*, vol. 12(2), p. 93-114.
- SENNET, Richard (2000). *La corrosión del carácter. Las consecuencias personales del trabajo en el nuevo capitalismo*. Barcelona: Anagrama.
- SINGER, John B. (2003). «Who are these guys? The online challenge to the notion of journalistic professionalism». *Journalism*, vol. 4(2), SAGE Publications.

- TOLEDO, Edgardo; COMBA, Silvana (2002). «El hombre y la máquina: nuevas prácticas profesionales». *Telos*, núm. 52.
- TREJO DELARBRE, Raúl (2002). «Internet es el futuro». *Telos*, núm. 51, abril-juny.
- VAN ZONEN, Liesbet (1994). *Feminist Media Studies*. Londres: SAGE Publications.
- VATTIMO, Gianni (1990). *La sociedad transparente*. Barcelona: Paidós.
- WEAVER, David H. (ed.) (1998). *The global Journalist. News People Around the World*. New Jersey: Hampton Press.

Jaume Soriano és doctor en Ciències de la Informació i professor de Producció Periodística i de Mètodes i Tècniques d'Investigació en Comunicació de Masses a la Universitat Autònoma de Barcelona.

Pere Soler és llicenciat en Psicologia per la Universitat de Barcelona i doctor en Ciències de la Comunicació. Professor de Màrqueting i Comunicació a la Universitat Autònoma de Barcelona.
