

ELS ESTUDIS SOBRE DONA I MITJANS DE COMUNICACIÓ A ESPANYA I ALTRES PAÏSOS

Joana Gallego Ayala

Si bé en altres àmbits del saber acadèmic les investigacions que han tingut com a objecte d'estudi les dones i la seva posició en la societat, com poden ser el sociològic, l'històric, el psicològic o el literari, han fruit d'una certa tradició, en l'àmbit de la cultura de masses, els estudis realitzats es pot dir que són molts més.

Analitzar la situació actual dels estudis sobre dona i cultura de masses ens porta inevitablement a exposar la situació sòcio-política que ha viscut Espanya des de la implantació de la democràcia, autèntic inici de qualsevol estudi de certa transcendència que es refereixi, no ja a aquest tema, sinó a molts altres que foren automàticament silenciats durant el llarg període de la dictadura. Igualment, s'ha de dir que la particular i escassament desenvolupada investigació a Espanya no ha permès consolidar equips d'investigadors i d'investigadores estables ni la creació d'una línia d'investigació amb entitat pròpia.

Immediatament s'ha de dir que la producció d'estudis sobre la situació de la dona, en general, i sobre la dona i la cultura de masses, en particular, ha anat molt estretament lligada a preocupacions individuals de dones investigadores sensibilitzades pel tema. Això vol dir que a Espanya, a diferència del que ha passat en altres països amb una tradició investigadora més forta, no s'han creat grups o corrents investigadors que hagin centrat els seus estudis en aquest àmbit temàtic. I això no només en el tema de dona i cultura de masses, sinó que en molts altres àmbits del saber, la producció teòrica es redueix a algunes iniciatives aïllades, producte, com he dit abans, d'un escàs desenvolupament de l'activitat investigadora, en tots els seus nivells: en el de la producció teòrica, en el de la publicació i comercialització editorial i en el del consum o demanda d'aquest tipus de productes.

Investigacions interdisciplinàries sobre la dona

El primer grup estable d'estudis sobre la dona és el Seminario de Estudios de la Mujer, creat a Madrid el 1979. Des del 1981, cada dos anys, aquest grup ha convocat unes Jornades d'Investigació Interdisciplinàries sobre la Dona, que han reunit es-

tudioses i investigadores de totes les disciplines, encara que les aportacions més nombroses han estat les visions històriques i sociològiques sobre diversos aspectes de la vida de les dones.

El 1982, el Grup d'Estudis de la Dona, de la Facultat de Ciències Econòmiques de la Universitat Autònoma de Barcelona va organitzar unes Jornades sobre el Patriarcat, que inclogueren qüestions tan diverses com l'absència de les dones en la història, l'economia o les ciències en general. Recentment s'han creat cursos especialitzats de postgrau, encara que no hi ha hagut cap que hagi contemplat la perspectiva de la cultura de masses.

En altres universitats espanyoles, diferents grups de professores i estudioses han constituït grups estables d'estudis interdisciplinaris sobre les dones, que inclouen, de tant en tant, reflexions sobre el paper de les dones i la cultura de masses. Exemples d'aquests seminaris són els creats a les universitats del País Basc, de Granada, Màlaga, València i Alacant. No obstant això, la majoria de trobades que han propiciat aquests seminaris ho han estat des d'una perspectiva històrica i/o sociològica.

Investigacions sobre dona i cultura de masses

Els dos focus prioritaris d'aportacions sobre el tema específic de dona i cultura de masses se situen a les universitats Autònoma de Barcelona i Complutense de Madrid, on s'ubiquen les dues facultats de Ciències de la Comunicació més importants d'Espanya, si bé la majoria d'estudis realitzats corresponen, com ja he dit abans, a iniciatives individuals d'investigadores sensibilitzades especialment per aquest tema.

La primera iniciativa específica que es va crear va ser el Feminari Dona i Cultura de Masses, format per un grup de professores investigadores del Departament de Periodisme, de la Universitat Autònoma de Barcelona. En aquest «feminari» es reuneixen professores que ja havien incorporat aquestes línies de treball a les seves investigacions, les aportacions de les quals han aparegut en llibres i revistes. Per exemple, Amparo Moreno Sardà va publicar el 1988 *La otra política de Aristóteles, cultura de masas y divulgación del arquetipo viril*, on exposava les seves reflexions sobre l'androcentrisme, tema sobre el qual havia començat a treballar temps enrere.

El Feminari Dona i Cultura de Masses va obtenir una subvenció el 1987 de l'Institut de la Dona de Madrid i centrà la seva atenció en l'estudi i l'anàlisi d'una empresa editora barcelonina que havia nascut el 1907. D'aquesta preocupació va néixer la ponència «Premsa per a dones o el discurs d'allò que és privat: el Grup HYMSA», estudi que el col·lectiu no va donar per finalitzat a causa de la no renovació de la subvenció necessària per dur-lo a terme.

El 1989 el mateix Feminari va invitar la professora Gaye Tuchman, de la universitat de Nova York, a impartir un curs sota el títol «Dona i mitjans de comunicació: una perspectiva sociològica». El 1990 una membre del Feminari, Joana Gallego, publicà la seva obra *Mujeres de papel: De ¡Hola! a Vogue, estudio sobre la prensa femenina en la actualidad*.

Rosa Franquet, professora del Departament de Comunicació Àudio-visual, va fer un estudi sobre la presència de les dones a la ràdio, obra que es convertiria en el seu

treball d'investigació de càtedra, i que encara continua inèdit, la qual cosa confirma el que havia dit sobre l'escàs desenvolupament de la nostra indústria editorial.

Una altra iniciativa és la investigació realitzada per la professora Nativitat Abril sobre *La imagen de la mujer en la prensa vasca*, treball que va presentar com a tesi doctoral a la universitat del País Basc i que, a hores d'ara, també continua inèdit.

Conjunció investigadores-professionals del periodisme

Recentment s'ha donat una afortunada conjunció d'interessos entre professionals del periodisme i investigadores de la comunicació, la qual cosa ha donat com a fruit una sèrie d'iniciatives molt interessants.

El 22 i el 23 de febrer del 1991, es varen celebrar unes jornades sobre Dona i Mitjans de Comunicació, amb un irònic subtítol denominat «l'atractiu fatal». Aquestes jornades són les primeres dedicades exclusivament al tema, i van reunir investigadores, estudioses i professionals dels mitjans de comunicació: premsa, ràdio, cinema, televisió, publicitat, etc. Les jornades estaven vertebrades en forma de taules rodones, i van servir per posar sobre la taula qüestions tan diverses com l'escassa presència de dones en els equips directius de la premsa diària, les dificultats de les directores de cinema per produir o estrenar les seves pel·lícules o analitzar l'ús, la presència o l'absència de les dones a la publicitat.

El maig del 1991, una trobada internacional de dones periodistes a Siracusa (Sicília) va reunir un centenar de professionals investigadores i estudioses del tema, sota el títol «Invitades al front: guerra i guerrilla en la informació de les dones» i que varen estar monogràficament dedicades a la guerra del Golf. Allà es va plantejar la possibilitat de crear una associació internacional de dones periodistes de la Mediterrània, que agrupés diferents col·lectius d'aquesta àrea d'influència.

En el si del Col·legi de Periodistes de Catalunya s'ha creat la primera Associació de Dones Periodistes de Catalunya, que agruparà professionals, estudioses del tema, estudiants de periodisme, i, en general, dones vinculades als mitjans de comunicació.

Un dels primers resultats d'aquest col·lectiu ha estat la ponència presentada al Segon Congrés de Periodistes Catalans, celebrat el novembre del 1992. La ponència, presentada sota el títol «El sostre de vidre», posava l'accent en l'estancament, quan no retrocés, que ha experimentat la incorporació de la dona als mitjans de comunicació, i plantejava els factors que influeixen avui dia en la professió periodística. Aquesta ponència va ser el germe per a la realització d'un treball sobre la situació socio-professional de les dones periodistes a Catalunya i ha estat finançat per l'Institut Català de la Dona. Les autores de la investigació, Joana Gallego i Olga del Río, han donat per acabada la primera fase descriptiva, i ara es proposen dur a terme el treball de camp, que consistirà en una anàlisi de la percepció de la professió mitjançant entrevistes en profunditat a professionals del periodisme, homes i dones, que intentarà posar de relleu les causes «internes i/o subjectives» que afavoreixen la desigualtat.

Aquest treball incorporarà un apartat sobre experiències similars a Europa, per a la qual cosa l'equip investigador està en contacte amb altres equips europeus que treballen en la mateixa línia. En aquest sentit cal dir que els grups estables que tracten el tema que ens ocupa són, d'una banda, la secció Gènere i Comunicació de Masses

de l'AIERI, que amb la publicació del butlletí *Gender & Mass Media*, s'ha convertit en un punt de referència per a totes les investigadores que vulguin tractar qualsevol aspecte del tema.

Els estudis sobre gènere i comunicació en el món

Efectivament, el grup de treball més estable i que, de moment, pot incidir més en la qüestió dona i cultura de masses és la secció Gènere i Comunicació, de l'AIERI, liderat fins ara per Madeleine Kleberg i Ulla B. Abrahamsson, de la universitat d'Estocolm, que recopila, edita i envia el butlletí *Gender & Mass Media*. Aquest grup ja ha començat a preparar la 19a. conferència bianual de l'AIERI, que tindrà lloc a Seül, Corea, l'estiu del 1994. El grup ha iniciat els debats per treballar en dues línies d'investigació, a més de la ja habitual exposició sobre l'estat general de la invESTigació sobre el tema. Aquestes dues noves línies són «masculinitat i comunicació» i «teoria feminista i política econòmica», tema sobre el qual ja es va discutir en la passada edició de l'AIERI del 1992 a Sao Paulo (Brasil). En aquesta darrera edició de l'associació hi va haver quatre grans línies de recerca: 1) teories feministes i metodologies; 2) teoria feminista i economia política; 3) gènere, espai públic i mitjans de comunicació, i 4) altres investigacions, on s'inclouen aspectes tals com estudis comparatius sobre la presència d'homes i de dones en les televisions danesa i anglesa, la imatge de la dona en la publicitat a Mèxic o la resposta dels mitjans de comunicació davant la violència domèstica a l'Índia.

Un altre focus estable d'investigació sobre dona i cultura de masses és el grup anomenat Granite, amb seu a Amsterdam i que es defineix com una xarxa internacional d'investigadores i investigadors que centra els seus estudis en les relacions entre gènere i les noves tecnologies de la informació, amb especial atenció en l'efecte que el desenvolupament de les modernes tecnologies de la comunicació té en la vida social de les dones. El darrer seminari es va celebrar a Amsterdam i va tenir com a tema central de discussió «les implicacions del desenvolupament de les noves tecnologies de la informació i la comunicació (NICT) en l'esfera domèstica».

També cal fer esment de les activitats que porta a terme l'International Institute of Communications (IIC), que va realitzar una pre-conferència sobre dona, cinema i televisió a Montreal (Canadà), el setembre del 1992. Més de cinquanta investigadores de disset països de cinc continents es reuniren per posar en comú els estudis sobre la imatge de la dona en el cinema i la televisió, que, segons les conclusions de la pre-conferència, ha empitjorat a tot el món. S'hi posaren de relleu els fets següents: 1) La imatge negativa que es transmet de les dones en els mitjans de comunicació. 2) Ha augmentat el nombre de pel·lícules i sèries de televisió on es degrada la dona i es glorifica la violència contra les dones i la infància. 3) La indústria de la comunicació no reflecteix la realitat de la vida: diversitat de races, classes, situacions, etc.

A la pre-conferència sobre dona, cinema i televisió l'Institut Internacional de Comunicacions recomanava més atenció per afavorir la producció de pel·lícules i sèries de televisió amb imatges més positives de les dones, i la creació dels ajuts necessaris perquè hi hagués més films que tractessin el tema des del punt de vista de les mateixes dones.

També hi ha grups d'estudis sobre les dones i la comunicació a Egipte. Al Centre Àrab d'Investigació del Caire s'ha creat el grup Dones Rurals en el Món Àrab i Mitjans de Comunicació, que tracta de recollir i difondre informació sobre les zones més pobres del país. A Àsia existeix el grup denominat Dones i Comunicació, Xarxa Asiàtica, que té com a principals objectius: canviar la forma en què les dones són projectades en els mitjans de comunicació de masses; crear i enfortir mitjans alternatius que tractin de forma diferent les dones i fer estudis perquè tant els mitjans de comunicació tradicionals com els alternatius fomentin la conscienciació de les dones en tot allò que fa referència a la igualtat social.

Una aportació teòrica fonamental que cal esmentar és el treball de recopilació dut a terme per la investigadora Margaret Gallagher, que és una revisió sobre les tendències en la investigació sobre comunicació. El recull ha sortit amb el títol *Women and Men in the Media (Dones i homes en els mitjans de comunicació)*, i fa un repàs global de les darreres tendències en les investigacions sobre dones i mitjans de comunicació. L'autora diu que els estudis que tradicionalment han fet les dones investigadores interessades pel tema (estudis sobre sèries de televisió, premsa femenina, anàlisi sobre la imatge de la dona en els melodrames, etc.) han significat un esforç necessari per validar productes culturals tradicionalment ignorats per les investigacions sobre comunicació realitzades pels homes.

D'altra banda, a la comissió de les comunitats europees s'han creat diversos grups de treball, entre els quals l'encapçalat per Margret Lünenborg és el que porta una línia d'investigació més semblant a la nostra i que se centra en el tema de la igualtat d'oportunitats, tant a la ràdio, com a la premsa o a la televisió.

Cal destacar, així mateix, nombroses investigadores i nombrosos investigadors d'altres universitats europees i d'altres països del món que, sense adscripció a corrents investigadors determinats, demostren amb les seves reflexions i publicacions, un interès pel tema de la dona i de la cultura de masses que, malauradament, encara no ha arrelat al nostre país amb la intensitat desitjada.

Conclusions

En definitiva, la investigació sobre dona i cultura de masses a Espanya respon, encara, a iniciatives aïllades de diferents professores de les universitats espanyoles personalment i especialment interessades per aquest tema. La dificultat per obtenir ajuts oficials per dur a terme els treballs, l'escassa implantació d'aquest tipus d'estudis, i el raquitisme de la producció teòrica en tots els nivells, al nostre país, fan difícil que es puguin crear grups estables d'investigadors i d'investigadores que puguin aprofundir en aquesta línia d'investigació.

Alguns organismes oficials han finançat alguns projectes d'investigació i algunes professores han realitzat les seves tesis doctorals sobre el tema de la dona i la comunicació, sense que després existeixin els canals adequats per a fer-les públiques. En algunes ocasions, la realització de treballs sobre aquest tema —i també d'altres— es duu a terme en situacions precàries i amb greus dificultats per publicar-ne posteriorment els resultats. L'absència de revistes o publicacions especialitzades no ajuda gens ni mica a la difusió de les escasses aportacions que es duen a terme.

Pel que fa a l'estat dels estudis sobre dones i mitjans de comunicació en l'escena internacional, val a dir que els grups d'investigadores i investigadors que hi ha disseminats per tot el món estan molt més sistematitzats. Amb freqüència trobem a les diferents universitats departaments que tenen un o diversos grups d'estudi que produeixen periòdicament investigacions sobre el tema. Els *women's studies* (estudis sobre les dones) formen els seus propis departaments i en tots sol ser un tema molt freqüent d'estudi els mitjans de comunicació en tota la seva diversitat. Als Estats Units existeix la National Women's Studies Association (Associació Nacional de Estudis sobre les Dones), una poderosa xarxa estesa per tot el país, que edita la seva pròpia revista, la *NWSA Journal*, on es recullen les aportacions teòriques de totes les disciplines objecte d'estudi de l'Associació, entre les quals, lògicament, es troben les investigacions sobre «dona i cultura de masses». El 1990 es va crear a Europa una associació molt semblant a la seva germana nord-americana, l'Association d'Études Feministes Européenne/Women's International Studies Europe (WISE), amb sis temes centrals d'interès, un dels quals (el 5è) es referia a «estudis feministes en literatura, llenguatge i comunicació». Igualment, els canals de difusió i d'edició de les investigacions hi està molt més institucionalitzat, per exemple, la WISE edita la seva publicació quadrimestral, anomenada *European Women's Studies Journal*.

Cal destacar que la Comissió per a l'Estatut de les Dones de les Nacions Unides ha designat temes prioritaris per al quadrienni 1992-1996: la igualtat, el desenvolupament i la pau. El 1996 les activitats per incrementar la igualtat se centraran en el tema «Eliminació dels estereotips de les dones en els mitjans de comunicació de masses», per a la qual cosa caldrà estar atents a les iniciatives que es posin en funcionament.

En el nostre país, malgrat la creixent importància de la premsa adreçada a les dones, l'ús i abús de la iconografia femenina en publicitat, el manteniment i la creació (o substitució per altres de nous) d'estereotips femenins en les sèries o pel·lícules de televisió, en una paraula, malgrat l'ampli camp d'estudi que existeix, les aportacions teòriques sobre la dona i els mitjans de comunicació continuen sent escasses, producte de sensibilitats personals i entestaments individuals.

Bibliografia

- BAEHR, H. i DYER, G. (eds.), (1987), *Boxed in: Women and Television*, Nova York i Londres, Pandora.
- BALLESTER, R.; BEETHAM, M.; FRAZER E. i HEBRON, S., (1991), *Women's Worlds: Ideology, Femininity and the Woman's Magazines*, Londres, Macmillan.
- BROWN, M.E. (ed.), (1990), *Television and Women's Culture: the politics of the popular*, Londres, Newbury Park, Sage.
- CRAIG, S., (ed.), (1992), *Men, Masculinity, and the Media*, Londres, Newbury Park, Sage.
- CREEDON, P., (ed.), (1989), *Women in Mass Communication: Challenging Gender Values*, Londres, Newbury Park, Sage.
- FONTCUBERTA, M., (1990), «El discurso de la prensa del corazón», *Anàlisi*, núm 13, Universitat Autònoma de Barcelona.
- GALLEGO, J., (1990), *Mujeres de papel: de ¡Hola! a Vogue, estudio sobre la prensa femenina en la actualidad*, Barcelona, Icaria.
- GALLEGO, J. i RÍO, O. DEL, (1993), *El sostre de vidre (situació socio-professional de les dones periodistes a Catalunya)*. Estudi subvencionat per l'Institut Català de la Dona (inèdit).

- GALLAGHER, M. (ed.), (1987), *Women and Media decision-making: the invisible barriers*, París, UNESCO.
- GALLAGHER, M., (1992), «Women and Men in the Media»: volum especial de la revista *Communication Research Trends*, vol. 12, núm. 1, Londres.
- GÓMEZ MOMPART, J.L.L., (1992), «Mig segle de premsa del cor a Espanya», *Anàlisi*, núm 14., Universitat Autònoma de Barcelona.
- MORENO SARDÀ, A., (1988), *La otra política de Aristóteles. Cultura de masas y divulgación del arquetipo viril*, Barcelona, Icaria.
- RAKOV, L.F. (ed.), (1992), *Women making Meaning: New Feminist Directions in Communication*, Nova York/Londres, Routledge.