

## Noticiari televisiu i gènere: la presència de la dona en els noticiaris televisius

Jordi Farré, Enric Saperas i Vicenç Navarro

Els mitjans de comunicació, amb la televisió com a *media* amb un impacte de més gran abast, han esdevingut una institució central en l'actual configuració del sistema social, ja que són l'únic mecanisme de mediació entre els ciutadans, que necessiten conèixer el seu entorn social i una realitat social progressivament més complexa. En aquesta realitat comunicativa i social, els noticiaris televisius han esdevingut l'agent més poderós d'aquesta acció de representació de la realitat social i el lloc privilegiat de trobada entre el ciutadà i la representació social de la realitat. En aquesta acció de mediació social els gèneres aconseguen una presència social desigual, en el discurs informatiu audiovisual. Presentem els resultats més significatius d'una recerca que té com a objectiu bàsic observar i descriure quina és la presència dels gèneres femení i masculí en el discurs d'actualitat dels noticiaris televisius de la franja horària de màxima audiència: els noticiaris del vespre.

Els formats informatius d'actualitat a la televisió reproduïen la realitat social en totes les seves manifestacions i distorsions o bé la construeixen segons les seves pràctiques de selecció i de tractament? Aquesta pregunta és massa complexa per ser resposta en aquest article. Tanmateix volem donar a conèixer com ha estat representada en els noticiaris televisius de l'estat espanyol una de les dimensions més bàsiques de la realitat social: els gèneres. No podem considerar com a equivalents la presència demogràfica dels gèneres en el món actual i la seva presència social. Tampoc no podem oferir una descripció acurada i objectiva de la seva presència social a l'Espanya dels nostres dies. Tanmateix podem portar a terme una descripció exhaustiva de la presència dels gèneres femení i masculí en la principal "finestra oberta al món" per a la majoria dels ciutadans, com són els noticiaris televisius.

La televisió, i els noticiaris televisius, han estat objecte d'un intens i constant debat destinat a esbrinar quina és la seva influència social i quin és l'abast de la seva intervenció en la política, en la representació de l'actualitat, en la formació de l'opinió pública i en la cultura dels nostres dies. El debat s'ha centrat sobretot en la perspectiva dels efectes de la televisió sobre la societat i en els estudis de la recepció per part de les audiències televisives. Per comprendre la funció social de la televisió, caldrà que tinguem en compte dos factors essencials en el món de la comunicació d'avui: el ciutadà fa servir la televisió segons les seves necessitats i segons les seves expectatives (motivacions, finalitats, actituds), però en tant que usuari s'haurà de sotmetre als límits de l'oferta televisiva (els models i els formats de la televisió). Altrament dit, els usos socials de la televisió, com els de la resta dels *media*, tenen el seu origen en el sistema social, però estableixen els seus límits en el sistema comunicatiu.

Aquesta relació dialògica entre necessitats i oferta dona lloc a una de les funcions més característiques de la comunicació de massa, que se situa en les arrels mateixes del que fa l'espectador amb la televisió: la *mediació*. Per mediació entenem la funció de complementarietat que compleixen els *media* per la qual l'audiència té accés a uns coneixements socials i a uns comportaments culturals que no pot obtenir per experiència directa, però de què es veu forçada a disposar per dur a terme la pluralitat de les activitats quotidianes. El ciutadà dels nostres dies, per exercir la seva condició, no disposa d'un accés lliure a les institucions polítiques ni als mecanismes de formació de les opinions majoritàries; és per això que li cal recórrer als mitjans de comunicació per tenir un coneixement constant de l'evolució del discurs polític i per fonamentar una actitud cívica activa.

El moviment feminista ha insistit des dels seus inicis en la centralitat dels mitjans de comunicació de massa com a agents de producció tant de les representacions del gènere com de les pràctiques definidores del gènere. No hi ha dubte que la televisió ha estat l'objecte principal d'anàlisi en aquest sentit. Al llarg dels anys seixanta, setanta i vuitanta, ha anat progressant la recerca en la millora de la posició de les dones en els diversos àmbits de la comunicació de massa. Particularment al llarg dels noranta, s'han produït signes que en graus variats han convergit en una major qualitat de la representació de les dones en programes factuais com en algunes de les formes de ficció i d'entreteniment en la televisió. Tot i això, resta encara molt per avançar en el tractament mediàtic equitatiu d'ambdós gèneres.

Afortunadament, els retrats mediàtics no tenen una correspondència directa sobre les percepcions del públic a l'entorn dels rols de gènere (1). Aquesta limitació ha de ser sempre present en qualsevol predicció extrema únicament a partir dels continguts televisius. Això mateix provoca que les metodologies que s'utilitzen en les troballes sobre els efectes de la televisió damunt l'estereotipació dels gèneres hagin de ser matisades i emmarcada en un seguit d'altres factors contextuais inductors.

Per realitzar l'estudi s'han diferenciat dos tipus de presència informativa. De primer s'observa quina és la presència dels gèneres en el format informatiu: en la presentació de les notícies i en la jerarquització dels informadors presents en pantalla. En segon lloc es descriu la presència dels dos gèneres en les notícies d'actualitat, presència que dona lloc a una determinada representació social dels gèneres femení i masculí en la manera com es representa la realitat social a través dels esdeveniments informatius. La mostra analitzada consisteix en dues setmanes de programació seleccionades a l'atzar dels noticiaris amb una major difusió, presents de dilluns a divendres per tal de garantir una homogeneïtat de formats que són propis del *primer time* dels dies feiners. La mostra recull els noticiaris dels períodes que van del 25 al 29 de maig i de l'1 al 5 de juny de 1998. Han estat seleccionats dos canals públics (TV3 i TVE1) i dos canals privats (Antena 3 i Tele5) per configurar una mostra. En total han estat analitzades un total de 27 hores i 35 minuts de programació.

**El nom propi ha estat considerat com un primer indicador que ens dona a conèixer la presència de personatges d'actualitat singulars que han protagonitzat en primera persona la informació. La identificació dels noms propis ens permet una primera aproximació, nominal però significativa, a la presència dels mons femení i masculí en el noticiari televisiu.**

El nom propi és un element present constantment en el noticiari televisiu, a manera de referència i reconeixement dels personatges que protagonitzen els fets d'actualitat. A les televisions públiques aquesta presència és molt exhaustiva (765 noms propis a TVE1 i 749 a TV3), mentre que a les cadenes privades se n'observa un nombre inferior (634 a Tele5 i 516 a Antena 3). En el cas d'Antena 3 cal destacar que el discurs informatiu és notablement institucional, mentre que es fa referència al nom propi en personatges que podem qualificar d'explícitament públics o susceptibles de ser fàcilment reconeguts per l'audiència.

D'altra banda, en els noticiaris privats es produeix un increment de la presència de la categoria que hem anomenat *ciudadà anònim que s'expressa en pantalla (testimoni, opinió)* i que fa referència a breus intervencions de ciutadans que són requerits per expressar un testimoniatge o una opinió sobre un esdeveniment, però sense fer esment del nom i del cognom. A diferència dels canals privats, la presència d'aquesta categoria és inferior en els canals públics. Aquesta observació és rellevant perquè la màxima presència d'actors socials femenins es correspon precisament amb la categoria esmentada de ciutadans anònims.

El nom propi ens permet observar que la presència femenina i masculina en el discurs d'actualitat s'articula de forma aclaparadorament favorable als homes, que se situen, de forma general, entre un 85% i un 90% de presència mentre que els noms femenins representen una presència entre el 10% i el 15%. Lluny de ser una mancança merament nominal, aquest indicador dels noms propis dona constància de la invisibilitat de la dona en la representació de l'actualitat. Gràcies a això podem concloure que, si els protagonistes existeixen quan són esmentats, pel que fa al discurs d'actualitat els homes n'ocupen els llocs preferents.

**Taula 1. Presència de noms propis en els noticiaris televisius**

	<i>Total de noms propis</i>	<i>Noms propis masculins</i>	<i>Noms propis femenins</i>
TVE1	765	88,23 %	11,76 %
TV3	749	86,24 %	13,75 %
Antena 3	516	88,56 %	11,43 %
Tele5	634	85,8 %	14,19 %

Aquesta presència polaritzada es manté de forma estricta en els sumaris dels noticiaris. Més concretament, la presència masculina és més dominant en els noticiaris públics que no pas en els noticiaris de les cadenes de televisió privades. Als sumaris de les dues cadenes públiques observem un 91% de presència masculina, enfront del 77,7% de Tele5 i del 83% d'Antena 3, tal com és presentat a la taula 2.

**Taula 2: Distribució de la presència de noms propis masculins i femenins en el sumari dels noticiaris**

Total TVE1	Masc. TVE1	Fem. TVE1	Total TV3	Masc. TV3	Fem. TV3	Total A3	Masc. A3	Fem. A3	Total T5	Masc. T5	Fem. T5
100	91%	9%	108	91%	8,33%	59	83%	17%	36	77,77%	22,20%

La presència femenina només assoleix una certa equivalència amb la masculina en el conjunt dels ciutadans anònims (altrament dit, aquells que fan declaracions però sense ser identificats explícitament). La dona és present de forma intensa com a testimoni anònim d'esdeveniments d'actualitat o com a actor social que expressa opinió de forma improvisada o amb declaracions d'una extensió de temps mínima (que es pot descriure per segons de presència en pantalla). En aquest cas té un protagonisme similar a la presència masculina, malgrat que sempre amb un percentatge menor, llevat del cas de Tele5. També cal tenir en compte que en els noticiaris d'ambdues cadenes privades s'observa una major presència d'aquesta categoria, amb una major presència, en el seu interior, del gènere femení. Un últim element rellevant en l'anàlisi dels noms propis: s'observa una gran presència de l'expressió coral de les opinions o testimoniatges dels ciutadans anònims (aquesta expressió ha estat identificada amb el valor de gènere *neutre*) a TV3, on arriba a aconseguir un percentatge superior al dels dos gèneres, mentre que a la resta de cadenes es troba reduïda a una presència molt escadussera.

**Taula 3. Presència dels "ciutadans anònims" que s'expressen en pantalla (testimoni, opinió) en els noticiaris televisius, expressats en nombre d'actors socials registrats i en percentatge (\*)**

	Masc. TVE1	Fem. TVE1	Neutre TVE1	Masc. TV3	Fem. TV3	Neutre TV3	Masc. A3	Fem. A3	Neutre A3	Masc. T5	Fem. T5	Neutre T5
1	15	9	2	14	10	16	33	25	2	39	41	1
2	57,2%	34,6%	7,6%	35%	25%	40%	55%	41,6%	0,03%	48,1%	50,6%	1,2%

(\*) Amb el valor *neutre* fem referència a la presència coral de diversos ciutadans anònims que s'expressen indistintament en pantalla.

1. Nombre total de presències de la categoria *ciutadans anònims que s'expressen en pantalla (testimoni, opinió)*.
2. Càlcul del percentatge.

**Els periodistes en pantalla presenten una igualtat notable, i fins i tot, en determinats noticiaris, una majoria rellevant de dones, entre les presències femenines i presències masculines en la presentació de les notícies i en la jerarquitització d'aquesta presència en el format del noticiari televisiu.**

Les dues cadenes públiques presenten una proporció molt més alta de periodistes dones en els seus noticiaris que les dues cadenes privades, en què la conducció és realitzada per homes. Tanmateix, i paradoxalment, la major proporció de dones dins les unitats d'actualitat correspon, a grans trets, a Tele5 seguida d'Antena 3, TV3 i TVE1. D'aquesta manera, resta comprovat que la major presència de dones en la producció, elaboració i presentació de les notícies no és necessàriament un signe inequívoc d'una representació més equitativa dels gèneres masculí i femení, ans al contrari.

Per dur a terme l'anàlisi hem aplicat cinc categories: conductor, reporter, corresponsal, conductor de secció específica i veu en *off*.

La diversitat i la varietat de presències femenines i masculines són el que més diferencia els noticiaris televisius. A diferència de la resta dels components avaluats, ara observem grans diferències entre les ofertes informatives.

En el cas dels conductors (els professionals que presenten el noticiari i dirigeixen el seu desenvolupament fins a esdevenir la seva imatge identificativa), les diferències entre noticiaris són molt notables. A TVE1 observem la direcció i conducció exclusivament femenina a través de la figura d'una presentadora que domina tot el noticiari. Aquesta presència exclusivament femenina es complementa pel fet que la conductora de secció específica (esports) també és una periodista (llevat de la crònica diària de la cursa de braus de les festes madrilenyes de San Isidro, que és a càrrec d'un periodista; aquesta informació és absent a la resta dels noticiaris). Aquesta presència dominant només és trencada pel complement d'un periodista que fa de conductor del programa, sempre de forma complementària, a París i amb entrevistes a grans personatges de l'esport, amb motiu dels darrers dies de preparació de la selecció espanyola de futbol. El cas contrari l'observem a les cadenes privades, amb un domini de conducció absolut per part de dos periodistes, sense cap excepció.

En un tercer cas se situa TV3, en què el noticiari és presentat per un periodista (que actua de conductor inicial i es correspon amb el director del programa informatiu) i una periodista. En aquest cas, ens trobem pràcticament amb una igualtat de presències entre ambdós gèneres.

Quant a la resta de les categories, podem concloure que TVE1 emet el noticiari amb una presència més elevada de dones, amb un total domini en la conducció de secció específica i en la veu en *off*. En sentit contrari, la corresponsalia s'identifica amb la presència masculina i el reportatge s'apropa també a un índex superior de presència masculina.

**Taula 4. Els locutors presents en els noticiaris televisius per unitats d'actualitat: total de les unitats presents, total d'unitats amb presència masculina i total d'unitats amb presència femenina**

	<i>Total TVE1</i>	<i>Total masc. TVE1</i>	<i>Total fem. TVE1</i>	<i>Total TV3</i>	<i>Total masc. TV3</i>	<i>Total fem. TV3</i>	<i>Total A3</i>	<i>Total masc. A3</i>	<i>Total fem. A3</i>	<i>Total T5</i>	<i>Total masc. T5</i>	<i>Total fem. T5</i>
1	235	4	231	223	112	111	238	238	--	207	207	--
2	21	13	8	26	15	11	35	29	6	3	2	1
3	23	20	3	19	16	3	27	16	11	3	2	1
4	75	13	62	57	21	36	9	1	8	59	53	6
5	95	27	68	107	62	45	91	57	34	45	21	24

1: conductor

2: reporter

3: corresponsal

4: conductor de secció específica

5: veu en off

**Els protagonistes de l'actualitat: la presència dels gèneres en l'agenda d'actualitat dels noticiaris televisius posa de manifest la desigualtat proporcionalment molt elevada d'aparicions masculines en relació amb una minsa representació femenina. A aquesta situació cal afegir-hi que observem una correlació de la presència femenina en àmbits socials, i en seccions informatives, habitualment considerats com a secundaris o menors.**

Una primera asseveració, necessàriament general i imprecisa, consisteix a afirmar que els noticiaris televisius no parlen significativament d'actors socials femenins i que la presència de la dona és molt reduïda en la majoria de les quaranta-nou categories que han estat emprades en la nostra anàlisi. Aquesta presència és encara menor entre els actors socials que són més presents en els noticiaris, llevat del cas dels ciutadans anònims que són presents en

pantalla, els quals han estat comentats en el primer apartat, dedicat a l'indicador del nom propi.

Tanmateix, aquesta expressió cal que sigui complementada per una segona asseveració: malgrat que el gènere masculí és dominant a bastament, cal tenir en compte que el conjunt dels actors socials masculins correspon a un segment molt reduït de la col·lectivitat social i es concentra en institucions socials, tot ignorant els individus socials no institucionals o situats en la vida quotidiana. Altrament dit, l'esfera masculina és dominant però fa referència a un segment institucional i minoritari.

La major part del discurs periodístic és concentrat en deu categories d'actors socials que podem afirmar que protagonitzen l'actualitat: 1. Esportistes, 2. Ciutadans anònims, 3. Membres del poder executiu, 4. Caps de Govern, 5. Representants o líders d'un partit polític, 6. Caps d'estat, 7. Membres del sistema judicial, 8. Terroristes, 9. Polícies i 10. Empresaris i financers. Aquests deu tipus d'actors protagonitzen l'actualitat i esdevenen, de forma diferent però dins d'una gran homogeneïtat, la màxima expressió de la realitat social representada en els noticiaris televisius. Una última constatació: en aquest conjunt d'actors socials observem com l'esport, el poder executiu i el poder judicial esdevenen, amb el complement dels líders i representants dels partits polítics el nucli argumental del discurs periodístic d'actualitat. La seva distribució i presència conjunta és descrita a la taula 5.

**Taula 5. Els deu actors amb més presència en les unitats d'actualitat**

	<i>TVE1</i>	<i>TV3</i>	<i>ANTENA 3</i>	<i>TELE5</i>
<b>Total actors socials</b>	418	419	425	496
<b>Total dels deu actors socials</b>	303	256	289	349
<b>Percentatge de la presència dels deu actors socials</b>	72,48%	63,24%	68%	70%

### **Quina és la presència dels gèneres femení i masculí en els noticiaris televisius estudiats?**

**1. Esportistes, membres i representants d'equips esportius i de lligues estatals o internacionals.** El domini és absolut per part del gènere masculí, amb un màxim del 93'5 % a Tele5 i un mínim del 87'6% observat conjuntament a TVE1 i a TV3.

**2. Ciutadans anònims que s'expressen en pantalla (testimoniatge, opinió).** En aquest tipus d'actor social hi trobem la presència més rellevant de la dona com a protagonista (anònima) de l'actualitat. La dona és present de forma intensa com a testimoni anònim d'esdeveniments d'actualitat o com a actor social que expressa opinió de forma improvisada i amb declaracions d'una breu extensió. Cal remarcar l'ús notable que fan d'aquesta categoria les cadenes privades i, especialment, dins d'ella, destaca la presència de les dones.

**3. Membres del poder executiu.** També es manifesta un predomini absolut del gènere masculí, que representa informativament les accions majoritàries dels membres de l'executiu, amb una presència aproximada del 90 %.

**4. Caps de govern.** A TVE1, a TV3 i a Antena 3 la presència femenina en aquesta categoria és inexistent. En el cas de Tele5 és del 6,6% com a conseqüència de la informació internacional protagonitzada per caps de govern estrangeres.

**5. Representants o líders d'un partit polític democràtic.** També a TVE1, a TV3 i a Antena 3 la presència femenina és inexistent. Només es produeix l'excepció de Tele5, amb un 2,7% que es correspon a una sola presència femenina enfront de 36 de masculines.

**6. Caps d'estat.** En aquesta categoria d'actors socials hi trobem una presència significativa del gènere femení, pel protagonisme de la reina d'Espanya en la primera visita oficial dels reis d'Espanya a Grècia, país d'origen de



la reina, i amb la família reial grega, a l'exili des de la proclamació de la República Grega. TV3 es mostra com la cadena televisiva més discreta, mentre que les dues cadenes privades en fan una cobertura molt notable, amb molta més insistència en els aspectes emotius i d'interès humà que afectaven la reina d'Espanya que no pas TVE1, centrada en el protagonisme del rei d'Espanya.

**7. Membres del sistema judicial i del poder judicial.** La informació judicial ocupa un protagonisme important per l'inici del judici pel segrest de Segundo Marey i els GAL. També s'incrementa la seva presència pel judici a dinou acusats de sedició a Guinea Equatorial, així com per tres judicis de gran impacte en l'opinió pública: el del contagi hospitalari d'hepatitis a València, el judici per corrupció a Navarra i l'establiment d'una fiança milionària per als antics accionistes de Tele5. En la totalitat d'aquest àmbit els actors socials principals són masculins.

**8. Terroristes.** El tractament del terrorisme és divers en el conjunt dels noticiaris, segons el tractament que es dona a la desarticulació del comando Biscaia, en la qual va morir una membre d'ETA.

**9. Polícies i membres de les forces d'ordre públic.** Els protagonistes femenins són inexistent.

**10. Empresaris, membres de grups financers i membres de la borsa.** Un món d'actualitat sempre monopolitzat per actors masculins, llevat de les germanes Koplowitz, que protagonitzen una venda de les accions de la germana gran de Construcciones y Contratas.

**Les seccions informatives mostren una distribució desigual dels dos gèneres segons dues pautes de distribució: una presència menor en les seccions considerades com a preferents i definidores de l'actualitat i una major concentració del món femení en seccions secundàries o en aquelles que reflecteixen la vida quotidiana o els esdeveniments més propers a la crònica social.**

Els discurs periodístic s'organitza a través d'àmbits d'informació audiovisual. En el nostre cas hem establert un conjunt de categories que resulten de l'addició dels gèneres periodístics clàssics a aquelles seccions temàtiques que són reconegudes pel públic dels noticiaris. Així donem entitat a àmbits que podrien ser agrupats en grans gèneres per tal de reconèixer la diversitat de seccions que conformen el noticiari televisiu. Així, al costat de gèneres clàssics com la informació estatal, d'economia o internacional n'hi afegim uns altres com ara medi ambient, actualitat judicial, medicina i ciències de la salut o ciència, divulgació i tecnologia.

Les seccions que han estat considerades com a categories de l'anàlisi són les següents: local, estatal, autonòmica, supraestatal, internacional, ciència, divulgació i tecnologia, medicina i ciències de la salut, crònica de successos, actualitat judicial, cultura, economia, comerç i finances, arts i espectacles, esports, societat, medi ambient, informació meteorològica, religió i sistemes de valors, opinió (d'actualitat) i altres.

Hem observat una gran coincidència en el conjunt de les seccions presents en els noticiaris. Només una excepció: la informació autonòmica només és rellevant a TV3, mentre que és del tot inexistent a Antena 3, pràcticament inexistent a TVE1 i poc significativa a Tele5. De l'anàlisi de les seccions informatives deduïm que el discurs televisiu intenta narrar esdeveniments d'actualitat a través d'un discurs objectiu aliè a les formes d'opinió i a la valoració explícita dels esdeveniments i dels seus protagonistes.

Quatre seccions se'ns mostren com a preferents en la totalitat dels noticiaris: la informació estatal, d'esports, la crònica judicial i l'actualitat internacional. Totes quatre configuren el discurs preferent i les formes bàsiques de mediació social i de representació de la realitat. La presència dels gèneres en aquestes tres seccions reproduïx la situació fins ara descrita, amb una notable concentració de presència masculina i amb una representació femenina minoritària, que es representa a través de models fonamentalment masculins.

**Taula 6. Les seccions informatives: la presència masculina i femenina expressada percentatge (\*)**

Seccions temàtiques	Masc. TVE1	Fem. TVE1	Masc. TV3	Fem. TV3	Masc. A3	Fem. A3	Masc. T5	Fem. T5
<b>Estatat</b>	78	11	78	9	74	14	80	14

<b>Societat</b>	100	0	100	0	40	60	54	38
<b>Actualitat judicial</b>	85	6	81	7	92	2	92	8
<b>Internacional</b>	74	5	64	5	60	8	49	20

(\*) El càlcul ha estat fet sobre el total de les unitats presents registrades en l'estudi de les seccions informatives. En la tabulació només es representen les categories femenina i masculina, i en queda exclosa la representació de la categoria neutra.

Els principals desequilibris en la distribució de la presència femenina i masculina en els diversos noticiaris televisius es produeixen en la secció de societat i, en menor mesura, en la secció d'informació internacional (amb el cas excepcional de Tele5).

A fi d'introduir una major claredat en la descripció de les presències del gènere en les seccions informatives, proposem una anàlisi focalitzada en les seccions amb major i menor presència femenina.

**Taula 7. Les seccions amb una menor presència d'actors socials: la presència d'actors socials femenins expressada en percentatge**

	<i>TVE1</i>	<i>TV3</i>	<i>A3</i>	<i>T5</i>
<b>Estatal</b>	11%	9%	14%	14%
<b>Internacional</b>	5%	5%	8%	20%
<b>Actualitat judicial</b>	6%	7%	2%	8%
<b>Economia, comerç i finances</b>	15%	10%	13%	29%

**Taula 8. Les seccions amb una major presència d'actors socials femenins expressada en percentatge**

	<i>TVE1</i>	<i>TV3</i>	<i>A3</i>	<i>T5</i>
<b>Medicina i ciències de la salut</b>	0%	17%	0%	20%
<b>Crònica de successos</b>	25%	16%	15%	42%
<b>Cultura</b>	14%	37%	24%	17%
<b>Societat</b>	0%	0%	60%	38%
<b>Medi ambient</b>	11%	17%	13%	15%
<b>Esports</b>	3%	6%	6%	7%

La presència més significativa de dones es produeix en seccions en què sovint apareixen com a víctimes. Són el marc de la crònica de successos o com a testimoniatge de fets d'actualitat; o, de forma general, són alienes a qualsevol representació institucional o col·lectiva els seus àmbits preferents. Pot convenir-se, doncs, que la dona és més present en seccions en les quals és present com a individu i no pas de manera organitzada o representativa de formes institucionals. En aquest sentit, els índexs més elevats de presència són identificats en les notícies de societat o en les referides a l'àmbit de la salut i, en una mesura creixent, en les informacions de tipus cultural.

### **La dona i el discurs quotidià d'actualitat a la televisió**

A tall de conclusió, cal afirmar que la manca de cobertura i de prioritització de la dona en el discurs de l'actualitat

provoca uns efectes potencials sobre les audiències de notícies. Més enllà dels efectes obvis de desconeixement sobre els assumptes femenins, el més rellevant és el reforçament dels estereotips culturals continguts en els missatges implícits al voltant de la insignificància de la dona i de la seva situació *natural* com a secundària. La divisió clàssica entre una esfera pública masculina i una esfera privada femenina resta vigent agudament, des d'una anàlisi dels noticiaris televisius.

Pel que fa a les raons per les quals les dones són excloses de les notícies poden provenir d'argumentacions diverses, entre les quals en podríem destacar, a grans trets, dues: 1. Les dones no tenen una presència destacada a les notícies com a resultat de la seva participació marginal en l'esfera pública en general; 2. Les dones es veuen reflectides des d'una perspectiva masculina de la realitat i la seva presència resta limitada a notícies d'interès humà o a aspectes estètics, estilístics i emocionals.

Aquestes constatacions, tanmateix, no ens poden amagar el nombre creixent de periodistes dones i de temes femenins que passen, o poden passar, a ser tractats des dels noticiaris, l'espai masculí per excel·lència. Efectivament, la representació de l'espai públic a través dels telenotícies pot esdevenir potencialment un agent de canvi social, amb la capacitat d'articular noves fórmules d'integració positiva de la dona en la vida pública.

L'única manera d'encetar aquest procés rau en la problematització d'una desigualtat que, de tan explícita, sovint és dóna per descomptada. Sigui com sigui, els formats televisius es defineixen per la seva flexibilitat però també per la seva habilitat a l'hora de proposar i de detectar el canvi social. Des de l'objectiu modest d'aquesta anàlisi empírica, hem retratat una situació discriminatòria de fet: **la invisibilitat de la dona en el discurs institucional d'actualitat**. Caldrien, evidentment, altres fases complementàries de recerca en aquest àmbit, com ara les estratègies d'intervenció a l'abast de les dones en la producció de programes televisius o una anàlisi detallada de les pràctiques de recepció femenina de les notícies. Certament, ambdues perspectives són les que han experimentat un major impuls en la literatura científica feminista més recent i innovadora.

#### Notes:

Aquest article és un resum de la recerca titulada La presència de la dona en els noticiaris televisius, realitzada el juliol de 1998 per encàrrec de l'Institut Català de la Dona i de la qual han estat autors un equip de professors de la Universitat Pompeu Fabra format per Vicenç Navarro (Departament de Ciència Política, i professor a la Universitat John Hopkins de Baltimore, als Estats Units), Jordi Farré (Departament de Periodisme i de Comunicació Audiovisual) i Enric Saperas (Departament de Periodisme i de Comunicació Audiovisual).

(1) Cal entendre el gènere com un concepte social, pel qual una societat defineix com a masculins o femenins una sèrie de trets i de comportaments a través dels quals són socialitzats els seus membres des de la infantesa. Així, doncs, els valors associats amb la feminitat no responen a cap essència (ni anatòmica ni hormonal), sinó que es tracta de construccions amb una base cultural i social, que canvien al llarg del temps i que són concebudes diversament fora de la cosmovisió occidental.

