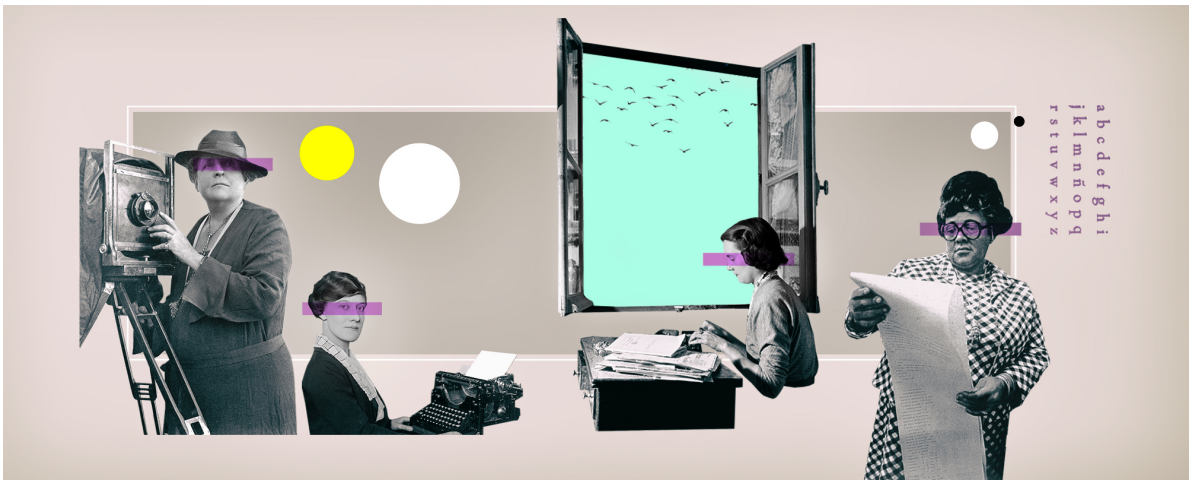
INCLUSIONS, VISIBILITATS I OPORTUNITATS

Periodisme feminista: l'aposta per una intervenció transversal i radical

Isabel Muntané



Nadia Sanmartin

El feminisme està canviant la concepció del món i això és una revolució. Una revolució incruenta i profundament transformadora perquè és quotidiana, individual i col·lectiva. La comunicació és una de les eines imprescindibles i més influents per estendre i consolidar aquest procés de canvi, i fer-ho a través d'un periodisme feminista s'imposa com a necessitat. Perquè transversalitzar la perspectiva de gènere en la nostra pràctica professional ens permet no només complir els objectius de qualitat de la professió sinó també donar resposta a les demandes de la societat en aquest procés revolucionari. Això ho fem com una declaració de principis, sense amagar-nos rere les categories de periodisme neutre ni periodisme objectiu –que sabem que no existeixen–, però sí amb la bandera de periodisme de qualitat i crític, un periodisme digne que treballa en pro de la diversitat, del bé comú i en la defensa dels drets humans.

El periodisme és una de les professions que ens permet impulsar la transformació de la societat i assegurar els fonaments d'un món plural, lliure, conscient i igualitari amb la complicitat imprescindible d'una ciutadania crítica. El periodisme feminista ajuda a crear un pensament crític que permet reparar les desigualtats de gènere qüestionant la realitat que fins ara se'ns ha mostrat com a veritat única imposada des del poder androcèntric. Aquesta mirada ens permet transmetre una informació diversa, veraç i contrastada; explicar allò que està passant i fer-ho aportant claus i eines perquè cadascuna pugui

entendre i posar en qüestió, o no, allò que expliquem. Treballar des d'aquest periodisme no és només una opció política, que sí que ho és, és també donar resposta a una demanda social que exigeix un canvi d'enfocament, que vol informació innovadora, diversa, agosarada, crítica i analítica. Una informació que no oblidi la meitat de la població, les dones, ni la diversitat de la riquesa aportada per altres identitats i realitats que són invisibilitzades des del periodisme oficial. O com diu Rita Segato al seu llibre La guerra contra las mujeres desmuntant la misogínia que minoritza les discriminacions i les violències contra les dones no només "entendríem el que està passant amb nosaltres les dones y amb tots aquells que es col·loquen en la posició femenina, dissident i altra del patriarcat sinó que també entendríem el que està passant a tota la societat".

> El periodisme feminista ajuda a crear un pensament crític que permet reparar les desigualtats de gènere qüestionant la realitat que fins ara se'ns ha mostrat com a veritat única imposada des del poder androcèntric

Per dur a la pràctica aquest periodisme feminista que s'oposa al suposat periodisme objectiu exercit encara de forma majoritària, ens cal aplicar la perspectiva de gènere com a eina analítica i transformadora. Perquè com explica l'antropòloga Marcela Lagarde, "la perspectiva de gènere permet analitzar i comprendre les característiques que defineixen a les dones i als homes de manera específica, així com les seves semblances i diferències (…) analitza les possibilitats vitals de les dones i els homes; el sentit de les seves vides, les seves expectatives i oportunitats, les complexes i diverses relacions socials que es donen entre els dos gèneres, així com els conflictes institucionals i quotidians que han d'enfrontar a les maneres en què ho fan." Una perspectiva que a més ens permetrà conèixer i desmuntar els discursos construïts des del sistema sexe/gènere que discrimina no només les dones sinó també totes aquelles persones, que sigui per la raó que sigui, no es defineixen –ni ho volen– a partir de l'home dominant en la societat heteropatriarcal. Per aconseguir-ho, totes les professionals del periodisme hauríem de tenir formació en perspectiva de gènere, perquè totes les persones estem construïdes des de la desigualtat derivada del sistema sexe/gènere i és el que transmetem en les nostres relacions íntimes, socials i professionals i, per descomptat, en els productes comunicatius que elaborem.

Amb la perspectiva de gènere com a eina del periodisme feminista som capaces de recuperar la història no explicada, anomenar altres realitats i generar nous significats. Només així superarem una història que ens ha robat els models femenins perquè a elles se'ls va negar ocupar l'espai públic i podrem trencar aquesta divisió espai públic/espai privat que ens manté, a les dones, recloses com si encara fóssim Penélope obligada a callar pel seu propi fill.

Treballar des d'aquí, dèiem, també ens porta a mostrar i a situar en el centre informatiu altres realitats des del moment que denunciem i visibilitzem les múltiples desigualtats marcades per l'ètnia, la classe, l'edat, l'origen, les capacitats, l'orientació sexual o la

identificació de gènere que configuren les interseccionalitats i que ens afecten a totes en diferent mesura. Ens porta doncs, a donar veu a totes aquelles persones que el periodisme majoritari oblida ja sigui conscientment o inconscientment; a situar a l'agenda informativa temes, organitzacions i territoris oblidats; a visibilitzar les múltiples discriminacions d'una societat masclista, racista i classista. I sobretot ens porta a situar les persones i els drets humans en el centre de la informació més enllà de les institucions i de les veus considerades autoritzades. No fem més –i no és poc– que visibilitzar les tendències discriminatòries d'una situació legitimada com a natural.

Si bé és cert que assistim a un canvi de discurs en els mitjans de comunicació també ho és que aquest avenç és lent i cau en incoherències i contradiccions. No es tracta de fer maquillatges formals ni d'especials feministes en dates assenyalades, es tracta d'una intervenció transversal i radical on les dones siguem protagonistes de les notícies i deixem de transmetre la ideologia masclista a través d'elements simbòlics que ens perpetuen a l'espai privat feminitzat. Per posar només un exemple, de poc serveix que en un mitjà ens trobem amb informacions que utilitzen un llenguatge inclusiu i no sexista mentre el mateix mitjà continua atribuint a les dones interès per la moda, la maternitat o pels cossos impossibles i no per la política, la ciència o l'economia. El discurs i la veu autoritzada del coneixement ja no és un assumpte inherent només als homes. Hem d'aplicar filtres endògens, dels quals parlava Noam Chomsky, als continguts i a les rutines periodístiques i que s'expressen, per exemple, en quant de temps o quant espai dediquem a una informació, qui la protagonitza; en quina secció la cataloguem; quines veus expertes consultem: sobre quins temes parlem i prioritzem o quin llenguatge utilitzem.

> El feminisme està canviant la concepció del món i això és una revolució. La comunicació és una de les eines imprescindibles i més influents per estendre i consolidar aquest procés de canvi, i fer-ho a través d'un periodisme feminista s'imposa com a necessitat

Amb aquesta intervenció no fem més que traslladar als mitjans una realitat social que reclama ser escoltada i que s'empara en una legislació que ens obliga a canviar la perspectiva. A banda de totes les directrius, recomanacions i acords europeus i internacionals, a Catalunya tenim dues lleis marc, la Llei 17/2015, del 21 de juliol, d'igualtat efectiva de dones i homes i la Llei 5/2008, del 24 d'abril, del dret de les dones a eradicar la violència masclista. Tant una com l'altra dediquen diferents articles a establir les obligacions i les mesures específiques que han de prendre els mitjans de comunicació, gestionats o finançats per les administracions públiques de Catalunya, per tal de fer efectiva la igualtat entre homes i dones. Només per citar algunes de les mesures que estableixen les lleis, els mitjans han de defugir els estereotips sexistes sobre les funcions que exerceixen dones i homes en els diferents àmbits de la vida; han de fer un ús no sexista ni androcèntric del llenguatge; garantir la difusió de les activitats polítiques, socials i culturals promogudes per dones o destinades a dones en condicions d'igualtat; mostrar la diversitat d'orígens i les realitats culturals que hi ha a Catalunya, les realitats i les

expectatives de les dones, i establir mecanismes que garanteixin la visibilitat de les aportacions de les dones al progrés social al llarg de la història; garantir que no difonguin continguts sexistes que justifiquin o banalitzin la violència contra les dones o incitin a practicar-la; donar a conèixer les notícies sobre esdeveniments relacionats amb la violència masclista, excloent-ne els elements que li puguin donar un caire morbós i que contravinguin als principis de la professió periodística a Catalunya, o garantir una participació activa de les dones, la presència paritària de dones i homes i una imatge plural de tots dos sexes en tots els àmbits, amb una atenció especial als espais de coneixement i generació d'opinió.

Doncs bé, podem dir alt i clar que les lleis no es compleixen i que, de moment, no hi ha cap mecanisme sancionador per fer-les efectives. Només per posar un exemple, mentre les lleis ens diuen que s'ha de garantir una presència paritària de dones i homes en els espais de coneixement i generació d'opinió ens continuem trobant amb una sobrerepresentació d'homes en les tertúlies de ràdio i televisió i en els espais d'opinió de la premsa escrita i online. Així ho demostren les dades recollides per On Són Les Dones al llarg de diferents monitoratges fets als mitjans catalans des del 2016 i on l'opinió dels homes se situa entre el 77% i el 80% segons el tipus de mitjà.

Quan nosaltres demanem que s'imposi l'exercici d'un periodisme digne feminista estem exigint que es compleixin les lleis perquè, més enllà del que nosaltres puguem entendre com a periodisme de qualitat, tenim un marc legal que hauríem de complir. Una legislació que pot ser, així d'entrada, prou efectiva per fer el periodisme que reclamem des del feminisme.

Periodisme feminista per canviar la vida i la col·lectivitat

El periodisme feminista és el resultat d'un llarg camí transformador que abasta aspectes de la pròpia vida i de la col·lectivitat i que sorgeix d'un procés de presa de consciència que posa en crisi la concepció del món, els valors imposats i la legitimitat la veritat fins ara inqüestionables. Aquest aprenentatge professional no es pot deslligar del canvi i la deconstrucció personal, són vasos comunicants que es necessiten per avançar si entenem que "assumir la perspectiva de gènere condueix a una revolució intel·lectual interna de tipus personal i a una revolució cultural de les mentalitats" com assegurava Marcela Lagarde.

Per això, aquest aprenentatge no només fa que canviïn les informacions que produïm sinó que ens transforma com a persones i com a professionals alhora que incideix o hauria de fer-ho en tota l'organització empresarial i laboral. Les raons són clares. Si desmuntem les jerarquies de poder entre els gèneres en la nostra vida quotidiana, també ho farem en les relacions i els rols professionals i irremeiablement aquest procés tindrà la seva traducció en les organitzacions empresarials.

El feminisme és una pràctica política que transforma les relacions, i si el nostre objectiu és construir un nou producte periodístic hem d'entendre i assumir que aquest no pot anar deslligat de les relacions laborals. Cal doncs també aplicar la perspectiva de gènere a les

organitzacions per construir unes empreses periodístiques feministes que situïn les persones en el centre de l'organització. Com deia el sociòleg Pierre Bourdieu, per canviar les condicions socials de producció cal desenvolupar una mirada horitzontal i solidària, i això ho aporta el feminisme. Aplicar la perspectiva de gènere a l'organització obre també moltes fronteres que fins ara es consideraven infranquejables en la professió. Fronteres que no només tenen a veure amb els productes periodístics sinó també amb les organitzacions empresarials i amb les relacions laborals.

> Si desmuntem les jerarquies de poder entre els gèneres en la nostra vida quotidiana, també ho farem en les relacions i els rols professionals, i irremeiablement aquest procés tindrà la seva traducció en les organitzacions empresarials

Sabem que la cultura empresarial en què estem immerses ve marcada per una ciutadania patriarcal que només valora i se serveix de la masculinitat hegemònica i que ens exigeix màxim rendiment sense tenir en compte les nostres necessitats individuals i col·lectives o les diferents condicions personals i de vida. Per canviar-ho cal que les empreses periodístiques treballin reconeixent que les persones som interdependents i que això no ens fa més vulnerables ni malmet el producte, tot el contrari, ens obre noves oportunitats. Posar el focus en les persones i en aquesta interdependència ens permetrà satisfer les necessitats de cura que tenim totes les persones i gaudir del que al final és un projecte col·lectiu i individual. Cal també reflexionar sobre com es construeixen els lideratges i buscar espais de debat i de presa de decisions utilitzant el consens. I això ens durà a entendre que, de vegades, caldrà cedir pel bé comú, de les professionals i dels productes periodístics. Tot plegat és una transformació personal i social que irremeiablement tindrà la seva incidència política.

Sabem que aquesta transformació no és fàcil perquè la societat manté unes estructures de poder masclistes, més enllà de les empreses periodístiques, que no faciliten gens la introducció de la perspectiva de gènere per construir noves relacions laborals i de lideratge. Si a això li afegim la precarietat del sector amb un periodisme "low cost" ple de professionals temporals i falses autònomes, que suporten la pressió d'una exigència productiva que en molts casos es fa impossible sense morir en l'intent, és difícil construir aquest periodisme digne, però no impossible.

Ens enfrontem a un repte meravellós i això ens ha de donar força i empenta perquè les eines ja les tenim. Totes les fases del procés informatiu estan relacionades i no hi ha cap de les decisions que es prenguin que no afectin al producte final. Seria ingenu per part nostra no tenir en compte que hi ha una política informativa i ideològica marcada per interessos polítics i econòmics interdependents. Hem de ser prou hàbils per intervenir en aquesta part del procés. Com també ho hem de ser a l'hora d'elaborar la informació. Cadascuna de nosaltres tenim molt poder i capacitat de decisió, molta més de la que podem imaginar. Podem incidir en tots els productes periodístics a través d'un canvi en els models culturals,

socials i econòmics que utilitzem, en la redacció dels textos o en la selecció de les imatges. I fins i tot m'atreviria a dir que podem influir en la jerarquització de les informacions. Però això sí, cal estar sensibilitzada i tenir arguments i, insistim, aquest canvi d'orientació informativa no es pot aconseguir sense formació en perspectiva de gènere.

Sense caure en l'autocomplaença

La perspectiva de gènere, dèiem, s'introdueix a la pròpia vida i a la de la comunitat; exigeix canvis profunds i esforços personals i professionals i per això mateix provoca resistències. A aquells que no volen qüestionar-se ni canviar els molesta i posa en alerta. Actuen en conseqüència per mantenir l'estatus quo i la comoditat d'un poder que els reafirma.

Les feministes no hem de caure en l'autocomplaença, i que molt encertadament apuntava la periodista June Fernández, a la jornada "La visibilitat feminista: reptes i aliances" el 2018, no cal entrar a debatre "si el fet que el feminisme s'hagi estès a l'àmbit mainstream és un triomf del moviment o un parany del sistema capitalista heteropatriarcal per neutralitzar-lo." Però sí que hem de ser conscients que el fet d'haver posat el feminisme a l'agenda política i a la dels mitjans de comunicació també comporta perills i hem d'estar atentes a les armes que institucions i organitzacions transmissores del patriarcat estan redefinint per aturar aquest avenç i despolititzar-lo. Les resistències estan ben organitzades, dotades econòmicament i amb el suport d'estructures socials i polítiques, i d'això n'hem de ser conscients. Fan servir diferents estratègies, algunes fàcilment identificables i d'altres més subtils i per tant més perilloses.

Assistim a una onada de discursos masclistes, racistes i neoliberals on s'utilitzen les nostres pròpies eines i ens posen d'argument-pantalla per destruir allò que nosaltres defensem. És el fenomen que l'escriptora Brigitte Vasallo anomena purplewashing o el procés d'instrumentalització de les lluites feministes amb la finalitat de legitimar polítiques d'exclusió contra poblacions minoritzades, habitualment de tall racista, i que acostuma a centrar la mirada en les dones d'aquests col·lectius. És un terme que Vasallo va derivar del pinkwashing que "assenyala la instrumentalització bèl·lica dels drets de les poblacions lesbianes, gais, trans i bisexuals (LGTB), alhora que genera una identitat nacionalista al voltant del (suposat) respecte a aquests drets". Com a periodistes hem d'estar alerta davant uns mitjans que reprodueixen aquests arguments, amb tota la bona intenció, sense entendre que, per exemple, quan denuncien l'ús del vel de les dones musulmanes no fan cap favor al feminisme ni als seus objectius, o que quan parlen de 'manada' en comptes de violació en grup o violació múltiple estan fent el joc als violadors i invisibilitzen el fet en sí, que està tipificat al codi penal, al temps que creen una falsa sensació d'impunitat perquè resten força al delicte.

De la mateixa manera, hem de ser prou crítiques per no reproduir campanyes suposadament feministes que amb l'objectiu, diuen, de crear una conscienciació col·lectiva, despolititzen la finalitat del feminisme valent-se d'ell. Són, per exemple, campanyes patrocinades per multinacionals amb clars interessos econòmics, comercials i de marca que utilitzen la presumpte defensa dels drets de les dones per perpetuar el sistema patriarcal.

Si no informem amb perspectiva de gènere d'aquestes campanyes estem fent el joc al sistema, alimentant la desigualtat del patriarcat, i no impulsem un canvi de paradigma que és una de les finalitats del periodisme feminista.

També hem d'estar alertes davant altres discursos molt menys elaborats però que per la seva insistència s'estan imposant tot i que en molts casos no siguin més que fake news. Són discursos que provenen del neomasclisme, d'homes que cuiden el seu llenguatge, que manipulen els significats i els significants; alguns fins i tot utilitzen formes dobles i es defineixen com a feministes. Són fruit d'una versió renovada de la masculinitat hegemònica i de la dominació masclista. Aquests són discursos que podem identificar fàcilment com a reacció patriarcal davant la força del feminisme i que ens parlen de violència intrafamiliar; de denúncies falses o de la inexistència de la bretxa salarial, per posar uns exemple clars. Lluitar des de les redaccions contra aquestes organitzacions i homes, ja siguin els autoanomenats feministes o els que ho fan com a constitucionalistes defensors de la igualtat, no és fàcil i per això demanem atenció. Demanem reflexió prèvia i mirada crítica feminista per evitar-ne la difusió automàtica.

> De la mateixa manera que hem d'estar preparades per lluitar contra les manipulacions del discurs, també hem d'estar atentes a la falsa introducció del feminisme en les organitzacions

De la mateixa manera que hem d'estar preparades per lluitar contra aquestes manipulacions del discurs també hem d'estar atentes a la falsa introducció del feminisme en les organitzacions. En primer lloc, no ens cansarem de repetir que més dones en els llocs de decisió no implica un canvi en l'organització. Ens calen dones feministes, dones que apostin per una economia feminista, que situïn les persones en el centre i lluitin per la justícia social organitzacional. En segon lloc, no ens servirà que es proclami la igualtat de gènere per situar més dones en el poder o per sensibilitzar sobre els estereotips de gènere si no denuncien altres discriminacions com les que pateixen la joventut, les persones amb diversitat funcional o les persones racialitzades. I tampoc ens servirà si això no va acompanyat d'una intervenció directa contra les manifestacions empresarials fruit de la desigualtat com són el sostre de vidre; la divisió sexual del treball; les jornades inacabables i extenuants o la falta de drets laborals, per posar uns exemples. Fer visible el feminisme en els mitjans és l'inici d'un procés compromès, i de vegades esgotador, que ens porta a remoure mentalitats i estructures patriarcals més enllà de les desigualtats entre dones i homes. També hem de ser capaces de fer entendre que la perspectiva de gènere en els mitjans requereix d'un esforç comú, de dones i d'homes. El resultat és positiu no només pels productes comunicatius sinó també per a les persones. El periodisme feminista ens obre la mirada i ens aporta eines per construir un pensament que ens permeti avançar cap a una societat de persones lliures, que puguem decidir el nostre futur sabent que els mitjans són uns aliats en aquesta lluita. Des d'aquí, estem convençudes, que la ciutadania tornarà a recuperar la confiança en els mitjans de comunicació i aquesta aliança ens beneficiarà a totes, als mitjans i a la societat.



Isabel Muntané

Isabel Muntané és periodista, sòcia fundadora d'Almena Cooperativa Feminista i codirectora del Màster en Gènere i Comunicació de la UAB. Col·labora en diferents mitjans de comunicació i impulsa projectes de recerca estratègics per introduir el missatge feminista als mitjans de comunicació. Ha dut a terme diferents recerques com *8 de març: on són les dones refugiades en la comunicació de la UE?*, en coautoria amb Maria Serrano (2016), i *Dones valentes. Per una nova informació sobre les violències sexuals*, en coautoria amb Violeta Garcia (2016 i 2017). El 2016 va rebre la menció honorífica del XI Premi 25N de l'Ajuntament de Barcelona pel projecte *Dones valentes* i el 2019 va ser guardonada amb el premi Aspàsia en defensa de l'equitat de gènere en l'àmbit de la comunicació.