



OBSERVATORI DE LES DONES ALS
MITJANS DE COMUNICACIÓ

MEMÒRIA 2001

ÍNDIX - ESQUEMA DE LA MEMÒRIA DE L'OBSERVATORI

1. INTRODUCCIÓ
2. FORMACIÓ DE L'OBSERVATORI
 - 2.1 DISSENY DE L'OBSERVATORI
 - 2.2 CONVENI
 - 2.3 COMISSIÓ ASSESSORA
 - 2.4 ACORDS PRESOS EN LES REUNIONS
 - 2.5 SERVEIS ESTABLERTS PER L'OBSERVATORI
3. MEMÒRIA D'ACTIVITATS DESENVOLUPADES
 - 3.1 QUEIXES
 - 3.2 TALLERS DE DINAMITZACIÓ ALS MUNICIPIS
 - 3.3 ESTUDIS I TEMES ANALITZATS
 - 3.4 PEDAGOGIA DELS OPERADORS
4. MEMÒRIA DE LA DIFUSIÓ DE L'OBSERVATORI
 - 4.1 MATERIAL ENCARREGAT
 - 4.2 WEB
 - 4.3 PREMSA
 - 4.4 ALTRES ACTIVITATS DE DIFUSIÓ
 - 4.5 ARTICLES PUBLICATS SOBRE L'OBSERVATORI

1. INTRODUCCIÓ

En la memòria que ara presentem hi podreu trobar la informació corresponent a la feina que s'ha fet a l'Observatori la Comissió Tècnica l'any 2001.

En la memòria es farà referència a la formació de l'Observatori, des de la seva creació teòrica pràctica, al seu funcionament i objectius diaris.

També es resumiran les tasques realitzades des de l'entitat: les queixes que s'han rebut, les respostes obtingudes, la feina d'estudi i anàlisi que es fan per part de la Comissió Tècnica.

També explicarem què s'ha fet per a la difusió de l'Observatori als mitjans de comunicació i a la població en general. S'inclou també un recull de premsa d'informacions sobre l'Observatori

A més s'ha afegit a la memòria del 2001 un annex on es resumeix la feina feta aquest 2002.

2. FORMACIÓ DE L'OBSERVATORI

L'Observatori de les Dones als Mitjans de Comunicació neix a iniciativa dels Consells Municipals de la Dona de cinc ajuntaments del Baix Llobregat a finals de l'any 2000.

En una de les reunions que celebren els Consells, la seva secretària, la Marina Subirats, va recordar que l'Instituto de la Mujer havia dut a terme una experiència similar i es va acordar que l'Observatori del Baix Llobregat seguiria en la mateixa línia, establint un telèfon de queixes per fer palesa la discriminació sexista en els mitjans de Comunicació.

Es va decidir de demanar diferents projectes sobre com organitzar i posar en marxa l'Observatori. Finalment es va resoldre de contractar els serveis de Drac Màgic mitjançant una resolució que es definia per un conveni o acord de col·laboració entre els ajuntaments participants de l'Observatori (veure punt 2.2, Conveni de Col·laboració).

En diverses reunions mantingudes per regidores d'aquests municipis es va plantejar tant la forma com el funcionament de l'entitat. Els acords presos en les reunions es recullen en el següent document, realitzat el setembre de 2000:

2.1 DISSENY DE L'OBSERVATORI DE LES DONES ALS MITJANS DE COMUNICACIÓ

Aquest informe planteja el disseny de l'Observatori del mitjans de comunicació, el seu funcionament, la gestió del servei i els acords a prendre entre els Ajuntaments.

1.- Disseny i funcionament de l'Observatori

- **L'Observatori dels mitjans de comunicació** tindrà com a objectiu establir els mitjans pels quals les dones i els homes puguin "denunciar" els anuncis, programes, articles, etc. que apareguin als diferents mitjans i que siguin vexatius per a les dones, donar una resposta amb arguments entenedors per a tothom que ens permetin avançar en la deconstrucció dels missatges androcèntrics que apareixen constantment als mitjans.
- El mitjà inicial serà el telèfon de 24 hores en el qual es podran fer aquestes denúncies.
- Es contractarà una persona (becària) a mitja jornada que canalitzarà les denúncies per donar-hi una resposta.
- Es crearà un Consell Assessor format per especialistes en el tema i polítics (entre 9 i 11 persones). El Consell donarà resposta de forma molt àgil.
- Segons el resultat de les opinions del Consell es parlarà amb l'empresa, es desestimarà la denúncia, etc.
- Amb l'empresa del producte o la que ha fet l'anunci, hi parlarà una de les especialistes que gestionin el servei.
- Si no s'arribés a un acord amb l'empresa o entitat denunciada i s'hagués de presentar la denúncia es parlaria amb els serveis jurídics dels ajuntaments.

2.- Acords amb l'Ajuntament de Cornellà

L'acord entre els Ajuntaments s'hauria de fer per mitjà d'un conveni tenint en compte el nombre d'habitants de cada població.

OBSERVATORI DEL MITJANS DE COMUNICACIÓ AJUNTAMENTS EL 2001

- Ajuntament de Cornellà de Llobregat
- Ajuntament de Sant Boi de Llobregat
- Ajuntament d'Esplugues de Llobregat
- Ajuntament de Sant Feliu de Llobregat
- Ajuntament de Sant Joan Despí

2.2 CONVENI DE COL·LABORACIÓ ENTRE ELS AJUNTAMENTS

Les representants dels ajuntaments van resoldre de redactar un document base en què es deixava constància de la seva voluntat de participació en el projecte.

En aquest document, doncs, es van definir una sèrie de punts que tot seguit queden resumits:

Primer de tot es va acordar el marc de relació de tots els ajuntaments participants, en el qual es pretén

- ◆ millorar la qualitat de vida de la ciutadania,
- ◆ assolir una societat en què desapareguin les discriminacions,
- ◆ realitzar activitats per afavorir la presència activa de les dones en aquesta societat
- ◆ Fer palesa l'existència d'un interès mutu dels ajuntaments de coordinar-se en aquest sentit.

Per això es va determinar de col·laborar conjuntament per a la realització del programa **Observatori de les Dones als Mitjans de Comunicació**, i es van definir els següents punts:

- ◆ Establir els objectius de l'Observatori.
- ◆ Acordar la manera amb què cada ajuntament col·labora tècnicament a l'Observatori.
- ◆ Establir la ubicació de l'Observatori.
- ◆ Formar una comissió de regidores de l'àrea de la dona dels diferents municipis per a la comissió Tècnica de l'Observatori
- ◆ Prendre aquests acords amb la vigència d'un any.

Amb l'arribada dels nous ajuntaments, aquest Conveni de Col·laboració se'ls ha fet extensiu.

2.3 COMISSIÓ ASSESSORA

En una de les reunions de la Comissió Tècnica de l'observatori, es va creure pertinent la formació d'una Comissió Assessora que ajudés a l'Observatori en l'anàlisi dels temes més difícils.

Es va resoldre que aquesta comissió estigués formada per persones del món de la comunicació, amb cert ressò mediàtic, per a l'assessorament en temes de mitjans de comunicació i Dona.

A l'hora de formar la comissió es van proposar diferents noms en una reunió, noms que van ser acceptats per unanimitat.

Les persones que formen la Comissió Assessora són:

- ◆ Enric Majó
- ◆ Ignasi Riera
- ◆ Marina Subirats
- ◆ Núria Llorach
- ◆ Margarida Àlvarez
- ◆ Carme Porta
- ◆ Mirito Torreiro
- ◆ Eva Navarrete
- ◆ Joan Farrés

Se'ls va enviar una petició per escrit, que van acceptar, i es va un convocar un dinar de presentació el 21 d'abril.

Es va acordar que s'enviaria informació periòdicament als membres d'aquesta comissió. Se'ls ha enviat dos informes: un en els sis primers mesos de funcionament de l'Observatori i l'altre a final de l'any 2001. En aquests escrits se'ls informa de l'estat en què es troba la tasca de l'observatori: quantes queixes hi ha hagut, quantes respostes de les empreses - mitjans, els contactes amb els mitjans de comunicació i els estudis que es realitzen a l'Observatori.

2.4 ACORDS PRESOS EN LES REUNIONS PEL FUNCIONAMENT DE L'OBSERVATORI

Les reunions de la Comissió Tècnica de l'Observatori, formada per les regidores dels municipis, tècniques, Drac Màgic i la persona que treballa a l'Observatori es realitzen amb una freqüència aproximada de dos o tres mesos.

A més de representar un punt de trobada per a la reflexió i el debat sobre temes de comunicació i dona, en aquestes reunions es prenen diferents decisions referents al funcionament de l'Observatori. Es va decidir

- ◆ crear la figura de la Comissió Assessora.
- ◆ Contractar els serveis d'un gabinet de premsa per a la campanya de difusió inicial de l'Observatori als mitjans.
- ◆ Realitzar diferent material de difusió de l'Observatori: targetons, cartells i enganxines. El disseny de tot aquest material va ser encarregat a una empresa especialitzada, encara que la decisió final respecte al disseny del material es va prendre des de la Comissió Tècnica.
- ◆ Es va decidir la realització d'una pàgina web de l'Observatori.
- ◆ Es van establir les diferents formes de difusió de l'Observatori als municipis conformants de l'Observatori.
- ◆ En cada reunió que hi ha s'acorden altres línies de treball per a l'Observatori i es tenen en compte totes les propostes: estudis de determinades seccions de la premsa o de determinats programes, etc.

2.5 SERVEIS ESTABLERTS PER L'OBSERVATORI

Fer visible i denunciar la utilització indeguda de la imatge de les dones en els mitjans de comunicació.

Per això hi ha un telèfon d'atenció a la ciutadania , el 93 377 72 70, que funciona als matins.

A partir de 2002 hi ha també una web, www.observatoridelesdones.org, per facilitar la interacció entre l'observatori i les persones sensibilitzades amb la funció de l'entitat.

A la seu de l'Observatori hi ha el fons documental o arxiu de queixes, que està a la disposició de les persones que el vulguin consultar.

També s'està realitzant una compilació de textos relacionats amb els mitjans de comunicació, la perspectiva de gènere i la publicitat. També és a disposició de qui la vulgui consultar.

A més, recollim diferents informacions sobre les dones, o la imatge que es desprèn de certs articles/anuncis, que apareixen als mitjans de comunicació, fent-ne també un arxiu.

Canalitzar totes les queixes que arribin, realitzar totes les gestions oportunes per fer-les públiques i actuar, si és el cas, en contra de qui en sigui responsable.

Procediment habitual per a una queixa:

→ Rebem la queixa a través del telèfon.

- Es busca l'anunci o article en qüestió i s'analitza.
- Al mateix temps, s'envia una carta a la persona que ha trucat per tal d'agrair la seva participació a l'Observatori.
- Si s'ha cregut convenient, s'escriu una carta a l'empresa anunciant explicant que s'ha rebut una queixa i perquè creiem que el seu anunci és sexista.
- Totes les queixes que arriben a l'Observatori es guarden en un Arxiu de Queixes.

Dinamitzar el debat públic sobre el paper dels mitjans de comunicació en la superació dels arquetips de gènere

A partir de la participació de les diferents associacions de cada municipi en els tallers de dinamització, s'intenta fomentar un esperit crític en la societat a l'hora de veure / sentir / llegir els mitjans de comunicació.

Mitjançant aquests tallers aprenem a analitzar i valorar negativa o positivament els elements que s'usen en les campanyes publicitàries, dels quals moltes vegades no en som prou conscients.

3. MEMÒRIA DE LES ACTIVITATS DESENVOLUPADES L'ANY 2001

3.1 QUEIXES

RELACIÓ DE LES MARQUES / EMPRESES QUE HAN REBUT QUEIXES

1. EL PERIODICO

Article sobre la gestió femenina als llocs de direcció i fotografia de dones triant taronges en una cadena de producció.

Carta a l'empresa, cap resposta.

2. PERÍODE DE BAIXA DE MATERNITAT

Queixa en general sobre la brevetat de la baixa per maternitat.

L'Observatori recull la queixa però no fa carta.

3. INSTITUTO DE LA MUJER

Sobre una campanya pels maltractaments. No està d'acord en què es doni una imatge dels homes com a maltractadors. L'Observatori recull la queixa però no fa carta.

4. INTERNATIONAL WATCH COMPANY

En un catàleg de joieria: "Casi tan complicado como una mujer, pero puntual". Carta a l'empresa, que no ha contestat.

5. AJUNTAMENT DE BARCELONA

En unes xerrades, "Ciència al carrer", hi ha 33 conferenciantes, dels quals només quatre són dones. L'Observatori recull la queixa però no fa carta.

6. OPIUM/YVES SAINT LAURENT

Imatge d'una dona nua, estirada, en actitud suggerent. No es fa carta per no donar més rellevància a l'anunci, que va ser molt criticat per tothom.

7. IBERIA

Dos imatges: Marilyn ("Con tu imagen seducirás al mundo") i Einstein ("Sigue inventando y mejorando el planeta"). Campanya que incideix i no renova els arquetips d'home intel·ligent i dona guapa i seductora. Carta a l'empresa, que no va contestar a l'Observatori però sí que ho va fer per a un reportatge del 33.

8. REVISTA INTERGYM'S

En la portada de la revista apareix una noia en una barra de gimnàstica i en tanga. L'Observatori recull la queixa però no fa carta, ja que no hem aconseguit l'original de la revista.

9. VICHY

Imatge de parts de la dona, que en teoria tenen cel·lulitis, estirades amb pinces d'estendre la roba. Carta a l'empresa, que no ha contestat.

10. CANAL SATÉLITE DIGITAL

Imatge de la nena d'"American Beauty" nua, entre pètals de roses, i amb l'eslògan "Para qué resistirse más? Pruébalo ya! Carta a l'empresa, que no ha contestat.

11. AXE DESODORANT

Recreació del "Flautista d'Hamelin" Però enlloc de rates hi ha dones guapes, "ties bones". Carta a l'empresa, que ens va contestar, adreçant-nos a l'AAP. També es va trametre al CAC, que va desestimar la reclamació.

12. WATERBRA/RAGAZZA

"Desde que lleva el Waterbra nunca más se han metido con ella". No es va fer carta perquè no es va aconseguir l'anunci.

13. WESTERN UNION

Tanca publicitària als FC, on una mà d'home agafa un cor petit dins el qual hi ha una mare i el seu fill. No es va fer carta perquè no hi havia anunci.

14. GALLINA BLANCA

Anunci de "Quédate cinco minutos más y haz lo que te guste". Carta a l'empresa, que no ha contestat.

15. GIMNÀS DIR

Una dona molt prima que diu "he decidit ser la millor". No es va fer carta perquè no hi havia anunci.

16. ANTENA 3TV

Reportatge sobre la natalitat a Espanya, només fent referència als hàbits sexuals dels homes. L'Observatori recull la queixa però no fa carta.

17. FRIGO

Anuncien gelats Solero usant la imatge de la nena d'"American Beauty".
Carta a l'empresa, que ens va contestar adreçant-nos a l'AAP

18. CHRISTIAN DIOR

Crema de cara antienvelliment: "Prohibido envejecer! No es va fer carta perquè no es va localitzar l'anunci.

19. VITALINEA-DANONE

Dues top models anunciant iogurts desnatats. Carta a l'empresa, que ens ha contestat amb una carta lamentant el descontent de la persona que va trucar. També es va trametre al CAC, que va desestimar la reclamació.

20. LEVI'S

Dues postals, en una hi ha una noia sola i en l'altra hi ha un home acompanyat de la mateixa noia. En les dues postals la provocació ve per part de la noia. L'Observatori recull la queixa però no fa carta.

21. MITSUBISHI

Monovolum, estètica "macarra" de l'anunci. En aquest cotxe només hi caben noies guapes i primes, per la resta el cotxe és massa petit. Carta a

l'empresa, que no ens ha contestat. També es va trametre al CAC, que va desestimar la reclamació

22. EL PAIS

Anuncis de contactes en zona preferent que diu que ho fan tot per 5.000ptes i sense preservatiu. Els dos anuncis són molt vexatius i li sembla mentida que surtin a un diari com El País. No es va fer carta perquè no es va creure oportú: les persones poden posar els anuncis que vulguin encara que no ens agradin.

23. INDITEX

Anunci d'accions a borsa: una noia nua embolicada amb un diari o un fax. Carta a l'empresa, que ha contestat per telèfon i per carta., i amb la qual es va arribar a establir un pont de comunicació.

24. SONY MÒBILS

Una senyora en biquini a punt de cridar perquè li tiren una gerra d'aigua gelada a l'esquena: gravar el crit de dolor de la noia com a so per al mòbil. Carta a l'empresa, que no ha contestat.

25. BAZAR EL REGALO

Els anuncis que surten proposant regals pel dia de la mare: escombres, aspiradores, etc. Carta a l'empresa, que no ens ha contestat.

26. SONAR'01

Cartell de presentació del sonar, on apareix una dona pixada. L'Observatori recull la queixa però no fa carta.

27. REVISTA ARCADIA

En una revista de venda per catàleg, per vendre un producte de carregar bateries per a cotxes. L'eslògan: "Especial para mujeres". No es va fer carta perquè no hi havia la revista.

28. MOVISTAR

Tanques publicitàries al metro: "SINCERO: lo más bonito de una mujer son sus ojos". La foto és dels pits d'aquesta dona. Carta a l'empresa, que no ens ha contestat.

29. HYUNDAI DATOS

4 dones que ataquen un home a les rebaixes per agafar la prenda que ell té a les mans, amb l'eslògan "Disfruta de la vida". No es va fer carta perquè no hi havia anunci.

30. VISA

Anunci en què un noi i una noia saharai s'evadeixen de la seva vida connectant-se unes ulleres virtuals i pagant amb Visa. No es va fer la carta perquè no es va trobar l'anunci especialment sexista.

31. ERT-BOTIGA D'EIXOS PER A SKATE

Una dona assassinada en un llit. L'home, amb el ganivet a la mà, li diu: "Ya te dije que ahorraras comprando los recambios en ERT". Anunci retirat.

32. VOLKSWAGEN - AUDI PASSAT

Una dona que es dedica a matar marits per ser més rica. A l'últim no el mata, o perquè és guapo o perquè té un Passat. L'Observatori recull la queixa però no fa carta. També es va trametre al CAC, que va desestimar la reclamació

33. SONAR'01

Cartell de presentació del sonar, on apareix una dona pixada. L'Observatori recull la queixa però no fa carta.

34. CAMPANYA CONTRA EL TABAC

Dues dones en dos anuncis diferents que pateixen agressions pel fet de ser fumadores. Per què només han de ser dones? No es va fer carta perquè no es va creure oportú.

35. FUERZAS ARMADAS

Eslògan: "Mujeres de Hoy. Ven al ejército y te haremos un hombre".
Carta al Ejército, que ens van trucar per saber d'on havia sortit l'anunci.
Com que no ho sabíem, no hem tirat endavant cap altra acció.

36. TRIBUNA DE SANT BOI

Article sobre l'estat de les platges il·lustrat per una fotografia de tres noies en tanga estirades a la platja. Carta a l'empresa, que no ens ha contestat.

37. BOULEVARD ROSA

Campanya de rebaixes d'estiu. Cossos d'homes i dones amputats i ficats en bosses de plàstics com si fossin proves policials. Carta a l'empresa, que no ens ha contestat.

38. TV3 - EL MEU AVI

Sèrie documental "El meu avi". No hi ha equiparació entre avis i àvies: 11 avis 2 àvies. Carta a l'empresa, que ens ha contestat i a la qual hem tornat a contestar.

39. HONDA CIVIC

Una noia estirada al llit amb unes fletxes que li surten de les cames. Carta a l'empresa, que no ens ha contestat.

40. EL CORTE INGLÉS

Expositor de bambes al Corte Inglés de Cornellà, on hi ha una secció específica per a dones entre les seccions de diferents esports. Carta a l'empresa, que no ens ha contestat

41. ANTENA 3TV - BETTY LA FEA

Sèrie del migdia. Hem fet una carta oberta per als mitjans de comunicació.

42. BTV- SALÓ DE LECTURA

Programa de llibres que no té ni una dona que hi col·labori. Carta a l'emissora, que no ens ha contestat.

43. TV3 - L'AVENTURA QUOTIDIANA

Anunci del programa debat on surt un home fent una acudit sobre el matrimoni i comparant les esposes amb les bruixes. L'Observatori recull la queixa però no fa carta.

44. GALLINA BLANCA

Anunci de "cueces o enriqueces? "Una noia en una oficina parlant per telèfon mentre tothom treballa ella parla amb la seva amiga. Carta a l'empresa, que no ens ha contestat.

45. YA.COM

Anunci a la premsa. "Tú eliges", on hi ha una noia guapa i l'altra lletja perquè li havien tret una dent. Carta a l'empresa. Ens han contestat, demanat disculpes i retirat l'anunci.

46. TV3 - LA MARATÓ

Anunci de la Marató de TV3, que parla d'homes, dones i nens però no de nenes. L'Observatori recull la queixa però no fa carta.

47. EL PERIODICO - ARTICLE VICELEHENDAKÀRIA

En un article sobre el parlament basc, la foto que l'il·lustra és dels peus de la vicelehendakària. Carta a l'empresa, que encara no ens ha contestat.

48. VALL DE NÚRIA - TURISME FAMILIAR

En un anunci sobre la Vall de Núria, la família va esquiar mentre la dona compra. Carta a l'empresa i al CAC, que no troba motius per tirar endavant amb la queixa. L'empresa però decideix modificar l'anunci.

49. MAMPARES DE BANY ACQUA

Anunci de Ràdio: "Estoy harta de tener que fregar el baño cada vez que tu o los niños os bañáis". El marit li recomana que compri una mampara. Carta a l'empresa que no ha contestat.

50. CAFÈS LAVAZZA

Cartell publicitari que tapa tot un edifici de la Via Laietana. El cartell és la fotografia d'una noia, seminua, que du el cap tapat amb una tassa gegant de cafè. Carta a l'empresa, de moment no s'ha obtingut cap resposta.

3.2 TALLERS DE DINAMITZACIÓ ALS MUNICIPIS

Una de les activitats que l'Observatori ofereix a les poblacions que el conformen són els tallers de dinamització als municipis. Aquests tallers consten de dos parts:

1. La primera sessió és una xerrada sobre l'Observatori, què és, com funciona i quines són les principals queixes que ha rebut. També es fa una explicació sobre la lògica amb què els mitjans de comunicació parlen sobre les dones.
2. La segona sessió és un taller en què es treballa l'anàlisi del tractament que reben les dones en diferents mitjans: publicitat, informatius, premsa escrita i programes (ja siguin de ficció o no). També es fa una lectura del diari del dia.

Tots aquests anàlisis es fan utilitzant material denunciat a l'Observatori. D'aquesta manera, les participants en coneixen el funcionament i s'aconsegueix una major sensibilització per part seva respecte al projecte, a més d'establir-se un debat més pràctic i directe sobre els models femenins utilitzats pels diferents mitjans ja que són debatuts a través d'exemples pràctics que aporta l'Observatori a cada xerrada.

Els tallers de dinamització de l'any 2001 s'han fet amb les associacions, en els dies i en els llocs que cada ajuntament ha sol·licitat.

3.3 ESTUDIS I TEMES ANALITZATS EN ELS GRUPS DE TREBALL

A més del telèfon de queixes i dels tallers de dinamització, l'Observatori realitza diferents estudis i anàlisis i fa recopilacions d'anuncis i articles referents als temes de dones i mitjans de comunicació.

- Estudis sobre diferents programes de televisió: matinals, de sobretaula (es graven els programes i després se'n fa un buidatge dels continguts).
- Recull d'anuncis de revistes i diaris: classificació per temàtiques. També es fa un recull d'anuncis de televisió.
- Recull d'articles de diari que fan referència a les dones.
- Creació d'un fons bibliogràfic: articles sobre mitjans de comunicació, teoria de la comunicació, les dones i els mitjans, etc.

3.4 PEDAGOGIA DELS OPERADORS

Cada vegada que l'Observatori rep una queixa i es resol d'enviar-la a l'empresa que realitza el producte anunciat, s'envia una carta a aquesta empresa explicant quins són els elements que han dut a seguir endavant amb la queixa i quins són els factors de discriminació sexista que conté la seva publicitat.

A més, se'ls adjunta informació sobre l'Observatori i s'intenta establir un camí per al diàleg o per a la col·laboració en futures campanyes.

També està previst de realitzar sessions de dinamització especials per als mitjans locals.

4. MEMÒRIA DE LA DIFUSIÓ DE L'OBSERVATORI

4.1 MATERIAL ENCARREGAT

Una de les eines més importants per donar a conèixer l'Observatori de les Dones als Mitjans de Comunicació són els diferents materials de difusió que s'han realitzat.

En una de les primeres reunions es va decidir de realitzar una tramesa inicial de material de difusió de l'Observatori.

Es va demanar pressupost per al disseny i realització de cartells i targetons on aparegués el logo i el telèfon de l'Observatori. Finalment, d'aquesta labor se'n va fer càrrec l'empresa Tam Tam.

Es van fer 20.000 targetons i 10.000 cartells que es van distribuir entre els municipis conformants de l'Observatori d'acord amb el seu nombre d'habitants. Així cada població ha pogut distribuir el material de la millor manera possible.

A mitjans d'any es va decidir la realització d'unes enganxines amb el telèfon de l'Observatori. Es va demanar pressupost a tres empreses, però finalment es van encarregar a la mateixa empresa dels targetons, Tam Tam, donat que era l'empresa dissenyadora del logo de l'Observatori.

Es van realitzar 20.000 enganxines que es van repartir de la mateixa manera que els targetons.

4.2 WEB

Es va pensar en la construcció d'una pàgina web per fer present l'Observatori a internet i també per facilitar la realització de les queixes.

Durant el 2001 es van demanar diferents pressupostos i projectes per tal que la web pogués funcionar el 2002. Al setembre es va escollir una de les propostes presentades i actualment està en construcció, en període de proves.

www.observatoridelesdones.org.

4.3 PREMSA

Una de les parts més importants en la difusió de l'entitat en el seu inici va ser la de donar a conèixer l'Observatori als mitjans de comunicació a la premsa.

En els primers mesos de formació de l'Observatori, es va contractar els serveis d'un gabinet de premsa que va organitzar una trobada amb els mitjans de comunicació, tant locals com generalistes, en què es va presentar el projecte de l'Observatori.

El 12 de desembre es va realitzar una roda de premsa al Col·legi de Periodistes, en què hi van assistir els representants de la majoria de mitjans de comunicació convocats.

Arran de la roda de premsa, es van concedir una sèrie d'entrevistes:

Com Ràdio

13 de desembre a les 15'30h

"Realitat Virtual", amb Virtu Morón

ONA Catalana:

12 de desembre, matí

informatius de la cadena

ONA Catalana:

Divendres 15 de desembre

"S'admeten propostes"

Cadena Ser

" La Ventana"

Volien informació per a parlar del tema.

Cadena Ser:

Divendres 15 de desembre.

Informatius.

Cadena Ser:

Dilluns 18 de desembre.

"Cataluña hoy por hoy."

Entrevista per telèfon

Després de la campanya de premsa, i al llarg de tot l'any, s'han concedit entrevistes a tots aquells mitjans que ho han sol·licitat:

ESPLUGUES TV

19 de novembre a les 22h

Programa debat

COM RÀDIO

20 de novembre 18h

"Realitat Virtual"

RÀDIO ESTUDI ESPLUGUES

22 de novembre 12'30h

Estudi Magazín

Entrevista per telèfon

També s'han dirigit cartes i dossiers a diferents programes i mitjans de comunicació, dels quals encara no n'hem rebut resposta: La Columna de TV3; El matí de Catalunya Ràdio; Els matins amb Josep Cuní d'ONA Catalana; Dia a la Vista, de RNE; Protagonistas, de Luis del Olmo, d'Onda Rambla, etc.

4.4 ALTRES ACTIVITATS

Des del seu inici l'Observatori està creant una base de dades dels mitjans de comunicació de cada un dels municipis que el conformen. Un cop realitzada en la seva primera fase va enviar una tramesa d'informació als mitjans donant a conèixer l'Observatori i fent-los arribar enganxines.

A més, està previst de realitzar unes sessions de dinamització de l'Observatori espacials per a professionals dels mitjans de comunicació locals.