

Revista de webs

Observatori de les dones en els mitjans de comunicació

<http://www.observatoridelesdones.org/default.html>

El Observatori se presenta como una instancia de participación ciudadana impulsada por diferentes ayuntamientos de Cataluña que tiene el objetivo de promover una cultura crítica en relación con el papel de las mujeres en los medios de comunicación. Participan varios consejos de mujeres y la cooperativa audiovisual Drac Màgic con el objetivo de dinamizar el debate público, especialmente a través de las redes sociales, sobre el papel de los medios en la superación de los arquetipos de género. En el apartado *(Re)imagina't* puede encontrarse el decálogo: “Deu punts a tenir en compte per a una millor representació de les dones en els mitjans de comunicació”.

Observatori Cultural de Gènere

<http://observatoricultural.blogspot.com.es/>

El Observatori Cultural de Gènere cuenta con colaboradoras de diversos campos como el cine, el periodismo, la literatura y las artes plásticas; nace la primavera de 2013 en Barcelona y se presenta con la voluntad de dibujar una radiografía de la desigualdad en la cultura que permita establecer un diálogo con las instituciones y propiciar un modelo diferente del actual. El primer informe que presenta el Observatori lleva el título *Tenen veu les dones al periodisme d'opinió?* El estudio, elaborado en colaboración con la Associació de Dones Periodistes de Catalunya (ADPC), hace un retrato de la representatividad de las mujeres en los espacios de opinión de ámbito catalán de prensa escrita, radio y televisión.

Associació de Dones Periodistes de Catalunya (ADPC)

http://www.adpc.cat/new_site/

La ADPC es una asociación profesional de ámbito catalán de periodistas que tiene como finalidades, entre otras, trabajar por el reconocimiento de la igualdad profesional de las mujeres periodistas, conseguir el acceso a los puestos de decisión en los medios de comunicación y promover una imagen digna de las mujeres en los medios, como profesionales, protagonistas o usuarias. A través de la web puede accederse a las publicaciones *Dones Digital* y *Dones Dossier*.

Red Europea de Mujeres Periodistas/Xarxa Europea de Dones Periodistes

<http://www.mujeresperiodistas.net>

Esta asociación de mujeres periodistas ofrece una base de datos con retratos de mujeres profesionales, entre las que pueden encontrarse tanto pioneras en sus campos como actuales. La Red la forman unas doscientas profesionales de diferentes medios de comunicación que trabajan en dos vertientes: la de la

imagen de la mujer en los medios y la de las situaciones de discriminación que puedan darse en el seno de la profesión.

AmecoPress, información para la igualdad

<http://www.amecopress.net>

AMECO es la Asociación Española de Mujeres Profesionales de los Medios de Comunicación y trabaja para un tratamiento de los contenidos no sexista en los medios y para visibilizar positivamente la imagen de la mujer. A través de su web puede accederse a AmecoPress, su agencia de noticias especializada en elaborar y difundir la información periodística desde la perspectiva de género. Por ello puede encontrarse la información clasificada por ámbitos territoriales y sectoriales, pero también un apartado de temas específicos que habitualmente no configuran el grueso de la información diaria, como mujeres emprendedoras, políticas, violencia de género, sexualidad, comunicación y sexismo, etc.

Women Make the News

<http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/crosscutting-priorities/gender-and-media/women-make-the-news/>

Iniciativa mundial impulsada por la Unesco que quiere centrar la atención en la igualdad de género en los medios de comunicación. A través de la web se puede acceder a las actividades previstas para el año, a material de vídeo y audio relacionado y también a publicaciones y contribuciones, como el documento *Indicadores sobre la igualdad de género en los medios*, que pretende dar respuesta a la necesidad de definir una estrategia mundial para alcanzar los objetivos de género y medios definidos en la Declaración de Beijing.

Global Media Monitoring Project - Who Makes the News

<http://whomakesthenews.org>

Impulsado por la World Association for Christian Communication (WACC), Global Media Monitoring Project elabora informes sobre los medios de comunicación bajo la perspectiva del género. La web proporciona, además del histórico de los informes elaborados (el último, de 2010), acceso a la revista *Media & Gender Monitor* y, en el apartado de recursos, destaca la publicación *Herramientas de aprendizaje para un periodismo de género ético y políticas en las empresas editoriales*, editada en 2012 por la WACC y la Federación Internacional de Periodistas (IFJ en sus siglas en inglés). Esta publicación consta de una parte teórica y otra práctica y puede consultarse en inglés, francés, ruso, árabe y castellano.

Consejo del Audiovisual de Cataluña

[<http://www.cac.cat>](http://www.cac.cat)

Una de las funciones atribuidas al CAC por ley es garantizar el cumplimiento de las obligaciones de los prestadores de servicios de comunicación audiovisual en cuanto a garantizar un tratamiento adecuado de la presencia y la representación de las mujeres en los medios. A continuación se presentan algunas de las actuaciones del Consejo en esta materia.

Género y medios de comunicación. Herramientas para visibilizar las aportaciones de las mujeres

[<http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/altres/Eines_visibilitzar_aportacions_dones.pdf>](http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/altres/Eines_visibilitzar_aportacions_dones.pdf)

Elaborado conjuntamente por el Colegio de Periodistas de Cataluña, el Instituto Catalán de las Mujeres y el Consejo del Audiovisual de Cataluña con la colaboración de asociaciones, profesionales de la comunicación y sus empresas, es un material didáctico que pretende poner en cuestión las rutinas periodísticas e introducir la perspectiva de género, tanto en el enfoque de las informaciones, como en los temas elegidos, como en las fuentes seleccionadas. El documento puede encontrarse en las webs de las tres instituciones impulsoras.

La representación de las mujeres en la televisión.

Informe sobre la diversidad y la igualdad

[<http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Continuats/i29_2013_INFORME_DIVERSITAT_I_DONES.pdf>](http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Continuats/i29_2013_INFORME_DIVERSITAT_I_DONES.pdf)

Informe sobre la presencia de las mujeres en la televisión elaborado por el CAC en 2013 a partir del análisis de una muestra de emisiones televisivas en Cataluña. El estudio abarca tres ámbitos: los teletinformativos, los programas de debates y entrevistas y, finalmente, los espacios de ficción.

Los estereotipos de género en la publicidad de juguetes durante la campaña de Navidad 2012-2013

[<http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Acord_38_2013_COMBINAT.pdf>](http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Acord_38_2013_COMBINAT.pdf)

En el marco de la línea de trabajo para la protección de la infancia y la adolescencia, el CAC elaboró un informe sobre la presencia de estereotipos en la publicidad televisiva de juguetes durante la campaña de Navidad 2012-2013, en el que se constata la pervivencia de estereotipos de género a partir del análisis de formas publicitarias en las televisiones catalanas de ámbito autonómico. En este sentido, el Consejo aprobó una declaración institucional en la que hacía un llamamiento a todos los actores implicados a trabajar conjuntamente para superar los estereotipos de género asociados a la publicidad de juguetes.

Las formas de discriminación a las mujeres en los medios de comunicación audiovisual

[<http://www.cac.cat/pfw_files/cma/forum/documents/dones.pdf>](http://www.cac.cat/pfw_files/cma/forum/documents/dones.pdf)

Recomendaciones del Foro de entidades de personas usuarias del audiovisual –iniciativa impulsada por el Consejo en 2001– por una correcta visibilización de las mujeres en los medios y para evitar su invisibilidad a través de indicaciones, como dotarlas de voz y de autoridad en los contenidos emitidos por los medios.