

Revista de webs



Who Makes the News?

<<http://who.makethenews.org>>

Who makes the news? es un portal web dedicado a proporcionar información, conocimiento y recursos para promover la búsqueda aplicada sobre los medios de comunicación en perspectiva de género. Su objetivo es generar evidencias para la educación, la concienciación y la defensa, y contribuir al uso de los medios de comunicación por parte de las mujeres para su propio desarrollo y el de sus comunidades. Cada 5 años, desde 1995, elaboran una edición del [Global Media Monitoring Project](#), dentro del cual publican diferentes informes: uno a escala global y varios continentales y nacionales. El último se publicó en [2015](#) y el próximo saldrá en 2020. Actualmente tienen activa la campaña [End Media Sexism](#), dedicada a recordar a los medios de comunicación su responsabilidad ante la cobertura igualitaria, el equilibrio, la exactitud y la no discriminación en temas de género. Por otro lado, han publicado un [conjunto de recursos de aprendizaje](#) para que el periodismo y las políticas de los medios de comunicación sean éticos y responsables en cuestiones de género.



Objetivo 5 de la Agenda 2030 de desarrollo sostenible de la ONU

<<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/gender-equality/>>

La Agenda 2030 de la ONU incorpora [17 objetivos de desarrollo sostenible](#) que incluyen la lucha contra la pobreza y el cambio climático o trabajar para mejorar la educación, el diseño de las nuevas ciudades y la igualdad de la mujer. Precisamente este último punto se recoge en el Objetivo 5, que defiende la igualdad entre géneros como derecho fundamental y como base para un mundo pacífico, próspero y sostenible. Con este objetivo, la ONU busca contribuir al establecimiento de

marcos legales comprometidos con los derechos de las mujeres y con el fin de la violencia, la discriminación o cualquier práctica nociva motivada por cuestiones de género.



Global Alliance donde Media and Gender (GAMAG)

<<https://gamag.net/>>

GAMAG es una red mundial compuesta por personas y organizaciones diversas que trabajan juntos para promover la igualdad de género en los medios de comunicación y las tecnologías de la información y de la comunicación. La iniciativa fue impulsada por la UNESCO y más de 500 organizaciones en el primer Foro global sobre género y medios, celebrado en Bangkok en diciembre de 2013. El Comité Directivo Internacional de GAMAG cuenta con cinco delegaciones en África, Europa, la región Asia-Pacífico, América Latina-Caribe y Norte América, así como con seis comités temáticos vinculados a la International Association for Media and Communication Research, la Association for Progressive Communications, la International Association of Women in Radio & Television, el Young Leaders Consortium y la Permanent Conference of the Mediterranean Audiovisual Operators, y uno más dedicado a la formación y capacitación.



Advancing Gender Equality in Media Industries (AGEMI)

<<https://www.agemi-eu.org/>>

El proyecto europeo AGEMI proporciona herramientas y recursos dirigidos a profesorado, estudiantes, periodistas y organizaciones de medios de comunicación que deseen combatir los estereotipos de género y promover un sector mediático comprometido con la igualdad, la diversidad y la inclusión. Los tres productos principales de AGEMI disponibles en la web son: un banco de recursos de buenas prácticas, un conjunto de recursos de aprendizaje, y la organización de encuentros entre medios de comunicación, estudiantes de periodismo y profesionales de la comunicación.



EuroGender

<<https://eurogender.eige.europa.eu/about-eurogender>>

EuroGender es un centro de cooperación y consulta en línea del [European Institute for Gender Equality](#) (EIGE) que permite a sus miembros compartir conocimientos y contribuir al fortalecimiento de la igualdad de género en Europa y más allá. Permiten a sus miembros compartir lugares virtuales de trabajo, participar en discusiones en línea dentro de su web, consultar los últimos acontecimientos organizados en relación con temas de género y publicar información sobre los propios, conocer y debatir con expertos de todo el mundo y participar en encuestas del EIGE. Entre las áreas de actuación de EuroGender se encuentran los medios de comunicación y la agenda digital. Por otro lado, el EIGE publicó, a principios de abril del 2019, el informe [Integrating gender equality into academia and research organisations](#). Un análisis que recoge las iniciativas legales y políticas estatales y de ámbito comunitario destinadas a corregir el desequilibrio de género.



Informe de EPRA: *Achieving Greater Diversity in Broadcasting - special focus on Gender; Benefits and best practice approaches*

<<https://www.epra.org/attachments/achieving-greater-diversity-in-broadcasting-special-focus-on-gender-comparative-background-paper>>

El informe de la European Platform of Regulatory Authorities (EPRA) examina la representación de las mujeres en la industria audiovisual dentro y fuera de la pantalla, los roles de los reguladores audiovisuales y ejemplos de buenas prácticas identificadas en diferentes países. Entre los resultados destaca que las mujeres están claramente infrarepresentadas o representadas de manera inexacta dentro del sector audiovisual de la UE. Así, la aparición de mujeres en pantalla es menor en muchos géneros y está sujeta a más estereotipos degradantes que los hombres. También las mujeres tienen una menor representación en los roles creativos de la industria mediática.

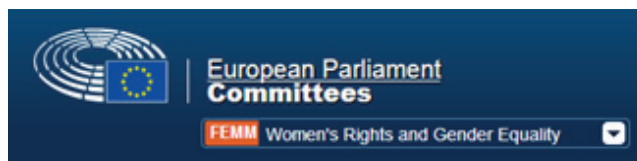


Informes del grupo de trabajo sobre género y medios de comunicación de la RIRM-MNRA

<http://www.rirm.org/wp-content/uploads/2018/02/etude-stereotypes-de-genre-publicite-2016_francais_french-1.pdf>

<http://www.rirm.org/wp-content/uploads/2018/02/study-gender-equality-in-sports-programmes_2017_english_anglais.pdf>

La [Red de Autoridades de Regulación Mediterráneas](#) (RIRM-MNRA por sus siglas en francés e inglés) cuenta con un grupo de trabajo sobre género y medios de comunicación que ha publicado en los últimos años dos informes que analizan la reproducción de estereotipos sexistas y la discriminación de género en la [publicidad](#) y los [programas deportivos](#). Por otro lado, este grupo está trabajando en otro informe, titulado *Media Treatment of Gender Violence in the Mediterranean broadcasting area*, que previsiblemente estará disponible para consulta a partir del segundo semestre del 2019.



Informe sobre igualdad de género en los medios de la UE de la Comisión de Derechos de la Mujer e Igualdad de Género del Parlamento Europeo

<http://www.europarl.europa.eu/doceo/document/a-8-2018-0031_en.html?redirect>

La [Comisión de Derechos de la Mujer e Igualdad de Género](#) del Parlamento Europeo publicó a principios de 2018 un informe que examina elementos centrales de la agenda política europea relativos a la igualdad de género en el sector audiovisual. También revisa la búsqueda existente en la representación de las mujeres en los contenidos y las estructuras mediáticas. Asimismo, analiza diferentes acciones para promover la igualdad de género y presenta estudios de caso realizados en cuatro estados miembros: Austria, Malta, Suecia y Reino Unido.



Women's Media Center

<<http://www.womensmediacenter.com/>>

El Women's Media Centre (WMC) es una organización que se define como progresista, no partidista, sin ánimo de lucro y que trabaja por la visibilidad, la viabilidad y el poder de toma de decisiones de las mujeres en el entorno de los medios de comunicación. Uno de los últimos informes publicados por el WMC, *The Status of Women in U.S. Media 2019*, muestra que, a pesar de algunas mejoras, los hombres continúan dominando todos los ámbitos del ecosistema mediático. El año 2018, se dedicó el [informe](#) a la posición de las mujeres de raza negra en los medios estadounidenses.



Observatori de la Igualtat de Gènere

<<http://dones.gencat.cat/ca/ambits/Observatorio/>>

El Observatori de la Igualtat de Gènere (OIG) es un órgano asesor del Govern de la Generalitat, adscrito al Institut Català de les Dones (ICD). El objetivo del Observatori es analizar la situación de desigualdad, violencia y discriminación de las mujeres y mejorar la intervención y las políticas públicas al respecto. La creación de este órgano asesor se derivó de la implementación de la Ley 17/2015, del 21 de julio de 2015, de igualdad efectiva entre mujeres y hombres. Entre las funciones del OIG se encuentran: analizar la evolución y los motivos de la persistencia de las desigualdades de género y la violencia machista; hacer un seguimiento de la imagen y estereotipos de las mujeres y de la banalización de la violencia machista, y analizar la información sobre las desigualdades entre mujeres y hombres a escala nacional, europea e internacional.



Observatori de les dones en els mitjans de comunicació

<<https://www.observatoridelesdones.org/es/>>

El Observatori de les dones en els mitjans de comunicació es una iniciativa de participación impulsada por 29 ayuntamientos catalanes. Su objetivo es promover una cultura crítica en relación con el papel de las mujeres en los medios de comunicación. Las actividades del Observatori se dirigen a colectivos de mujeres, centros educativos, escuelas de adultos, personal técnico municipal, profesionales de los medios de comunicación y ciudadanía en general. Entre sus recursos y proyectos destaca la organización de concursos, talleres y charlas, cine foros, exposiciones o materiales didácticos. Por otro lado, el Observatori ha desarrollado una [herramienta para una comunicación no sexista](#) con el objetivo de facilitar el trabajo de los ayuntamientos y otras instituciones o entidades ante las demandas de una población cada vez más activa y crítica con las prácticas sexistas en la comunicación. Asimismo, ha elaborado una [Guía jurídica](#) sobre el uso de una comunicación no sexista en el ámbito de las administraciones locales.



Associació de Dones Periodistes de Catalunya (ADPC)

<<http://www.adpc.cat>>

El ADPC fue creada el 1992 como la primera asociación profesional de mujeres periodistas del Estado español. Esta asociación, de ámbito catalán, tiene el objetivo de mejorar la situación personal de las mujeres profesionales de los medios de comunicación. Desde 1993, la ADPC está vinculada a la [Red europea de mujeres periodistas](#). Este organismo lleva a cabo y apoya campañas de concienciación, entrega premios de comunicación no sexista, desarrolla búsquedas y proyectos propios, organiza jornadas y promueve talleres de formación y servicios, así como asesoramiento a administraciones locales.

Además, entre los años 2000 y 2009 editó la revista trimestral *DONES*, después convertida en *DONESdossier*.



Instituto Interuniversitario de Estudios de Mujeres y Género (IIEDG)

<<https://www.iiedg.org/ca>>

El IIEDG es un Instituto creado a partir de la colaboración de grupos de investigación de disciplinas diversas y pertenecientes a la Universitat Politècnica de Catalunya, la Universitat Autònoma de Barcelona, la Universitat de Barcelona, la Universitat de Girona, la Universitat de Lleida, la Universidad de Vic y la Universitat Rovira i Virgili. El Instituto realiza [investigaciones](#) propias y cuenta con un programa de Máster Oficial Interuniversitario en Estudios de Mujeres y Ciudadanía, y un programa de Doctorado Interuniversitario en Estudios de Género: Culturas, Sociedades y Políticas. Además, forman parte de la Red de excelencia Género, Ciudadanía y políticas ([GENCPOLIS](#)), un programa estatal de investigación, financiado por el Ministerio de Economía, Industria y Competitividad.



Centro de Estudios de Género – CEDGE UPF

<<https://www.unopf.edu/web/genero>>

El Centro de Estudios de Género de la Universitat Pompeu Fabra se define como un *think tank* centrado en los estudios de género y otros ejes de desigualdad social como, por ejemplo, la clase, la identidad, la etnia, la sexualidad o la diversidad funcional. Su objetivo principal es visibilizar y fomentar la investigación y la docencia en perspectiva de género, llevada a cabo por los diferentes departamentos de la institución para contribuir a la sensibilización de la comunidad universitaria y el conjunto de la sociedad. También busca apoyar al personal investigador y docente involucrado y ofrecer espacios de intercambio y encuentro entre ellos.



Máster y Posgrado en Género y Comunicación (GiC - UAB)

<<http://www.mastergenerecomunicacio.org/>>

El Departamento de Medios, Comunicación y Cultura de la Universitat Autònoma de Barcelona ofrece un programa de Máster y un Posgrado en Género y Comunicación (GiC). Estos estudios ofrecen a su alumnado la posibilidad de formarse desde una perspectiva teórica y práctica sobre los condicionantes sociales que afectan a las identidades de género y el sistema comunicativo. Están dirigidos a graduados y graduadas en Ciencias de la Comunicación u otros ámbitos de las Ciencias Sociales o las Humanidades, interesados en incorporar la perspectiva de género en el ámbito de los medios de comunicación en general y la comunicación en internet en particular, los gabinetes de prensa, las agencias de publicidad y las industrias culturales. El Instituto Catalán de las Mujeres ofrece una [beca](#) para profesionales de la Comunicación de la Generalitat de Cataluña y de los medios de comunicación que dependen de la misma para cursar estos programas de estudios.