

Escrit per Redacció RIMPYC-Madrid / La Independent
dimarts, 20 de març de 2012 12:24



Que els mitjans de comunicació generalistes publiquin les notícies d'actualitat amb perspectiva de gènere i que incloguin en la seva agenda mediàtica temes tradicionalment absents per ser considerats "de dones", són els objectius fonamentals que tenen en comú les agències informatives **AmecoPress**, **La Independent** i la mexicana **CIMAC**, presentades avui a la taula rodona

La comunicació

plural i inclouent és possible

, celebrada per la Xarxa Internacional de Dones Periodistes i Comunicadores (RIMPYC)-Xarxa Madrid. Al costat d'aquests projectes feministes, s'han presentat també les revistes digitals

Pikara Magazine

i la sueca

Feministik PERSPECTIV

.



"Les agències de comunicació de gènere funcionen igual que les altres, és a dir, elaboren informacions que envien als mitjans de comunicació", va explicar la directora de AmecoPress, **Cristina Pérez Fraga**

. Es diferencien de les agències generalistes en el tractament de la informació i en el seu compromís amb la igualtat, plasmat també en la seva relació amb institucions i organismes

Escrit per Redacció RIMPYC-Madrid / La Independent
dimarts, 20 de març de 2012 12:24

d'igualtat, que també reben els seus butlletins informatius.

Fabiola Llanos

, de l'agència catalana La Independent, va destacar la importància de cobrir notícies de temes que afecten les dones i va declarar que "quan la discriminació positiva hagi complert l'objectiu que els mitjans generalistes incloguin també aquests temes, és a dir, s' hagi aconseguit la igualtat efectiva, ja no caldrà la rellevància que avui els donen les agències de comunicació de gènere ".



Sábado 17 de marzo, 12:00 h
La Casa Encendida
Sala de Proyecciones

Mesa redonda

La comunicación

plural e incluyente es posible

*ejemplos
prácticos*



Per la seva banda, **Jenny Rönngren**, una de les fundadores de la revista digital sueca Feministik PERSPECTIV, va assenyalar en un vídeo gravat per a aquesta taula rodona que, malgrat l'elevat nombre de llicenciades en periodisme a Suècia, en els mitjans de comunicació d'aquest país només un 30% de la plantilla són dones i els equips de direcció estan copats per homes. Segons la seva opinió, les estructures de continguts són molt conservadores en els mitjans suecs i va explicar que Feministik PERSPECTIV és una revista diària que inclou les mateixes seccions, amb entrevistes, cròniques i reportatges però des d'una òptica feminista.

Rönngren

va afegir que la secció d'esports és la que més èxit té a la seva revista. A La Independent, segons

Fabiola LLanos

, la secció d'esports té també molt d'èxit rera les de temàtiques de participació, drets de les

Escrit per Redacció RIMPYC-Madrid / La Independent
dimarts, 20 de març de 2012 12:24

dones i violències.

Un altre dels casos pràctics on una informació plural i incloent és possible mostrats en aquesta taula rodona ha estat la revista *Píkara Magazine*, un projecte establert al País Basc que ara compleix un any i mig de vida. Una de les seves creadores, **June Fernández**, ha apuntat que, si s'escau, tracten sovint temes "bastant tabú" i a manera d'exemple va afegir que la notícia més llegida de la seva revista aborda el tema de l'ejaculació femenina. El seu objectiu és "donar veu a les feministes en tota la seva diversitat, incloent temes transgressors, de teoria queer i transfeminisme", va afirmar.

Les representants d'aquests mitjans de comunicació van coincidir a ressaltar el valor de l'agència mexicana CIMAC, pionera en donar un enfocament feminista a la professió periodística i en generar treball en xarxa amb diferents grups de dones periodistes de tot el món.

Entre el públic assistent, cares conegudes com el de la periodista **Carmen Sarmiento** i del feminisme com

María Pazos

, presidenta de la Plataforma por los Permisos de Iguales e Intransferibles de Nacimiento y Adopción, representants del Sindicat de Periodistes de Madrid i, sobretot, periodistes de gabinets de premsa i de diferents mitjans espanyols que van prendre la paraula per consultar, sobretot, les formes de finançament dels projectes de comunicació amb perspectiva de gènere. També van explicar les dificultats que troben en el seu treball diari per lluitar per la igualtat i per acabar amb els estereotips de gènere a les redaccions.