

Comunicador@s

Komunikatzaileak

# testimonios

testigantza

## LOS NEVOS RETOS DE LA COMUNICACIÓN

Entrevista\* a **Cristina Pérez Fraga**, presidenta de la Asociación Española de Mujeres Profesionales de los Medios de Comunicación (**Ameco**)

**Fundeso:** ¿Qué es AMECO, cómo se fundó, por qué se fundó, su origen?

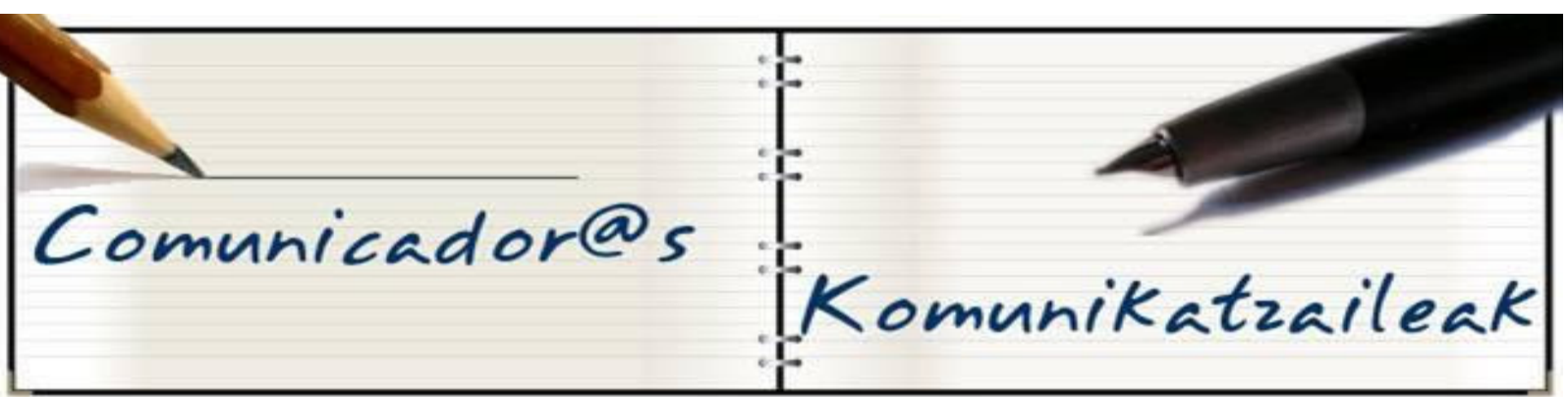
**Cristina Pérez Fraga:** AMECO funciona, se fundó en el año 1994, o sea que hemos cumplido 15 años en este momento. Tres lustros. Y en principio era una asociación muy de defensa de la profesión de las mujeres dentro de la profesión, muy gremial, pero a partir del año 1998 que entró la junta directiva de la que yo soy en este momento, presidenta...

Primero fui vocal, pero en otra junta directiva; hicimos una propuesta de alguna manera de integrarnos dentro del movimiento de mujeres. Sí éramos una sociedad dentro de los medios de comunicación, éramos periodistas, pero no era solamente era voz de defensa de nuestros propios problemas de tipo profesional; sino

entonces en ese momento empezamos a plantear proyectos y programas que iban en esa línea. Eso es, en principio creamos una red estatal de asociaciones de mujeres de la comunicación AMECO para coordinar una serie de campañas, después creamos también la publicación Género y Comunicación; también hicimos unos programas con talleres de capacitación para alumnas de tercer ciclo de la facultad. O sea, ya empezamos a hacer proyectos que, de alguna manera, no eran dirigidos a las socias o a las profesionales, sino empezar a insertarnos dentro del mundo, del movimiento de mujeres. Y ya luego, en el año 2002, pensamos que teníamos que lanzarnos al ruedo a



Cristina Pérez Fraga a la derecha de la foto, junto a Marta Ortiz y Rosa Peris en el **Foro europeo de mujeres Beijing+15**  
Fotos AmecoPress



crear una agencia de noticias de género, que ni había ninguna. Presentamos el proyecto en distintas instituciones, y distintos organismos, y hasta el año 2006 por los planes Avanza del ministerio de Industria de nuevas tecnologías se nos dio una subvención para ponerla en marcha y creación y puesta en marcha de la agencia. La agencia lleva funcionando desde el 2006 y sigue funcionando, y esperamos seguir funcionando más tiempo.

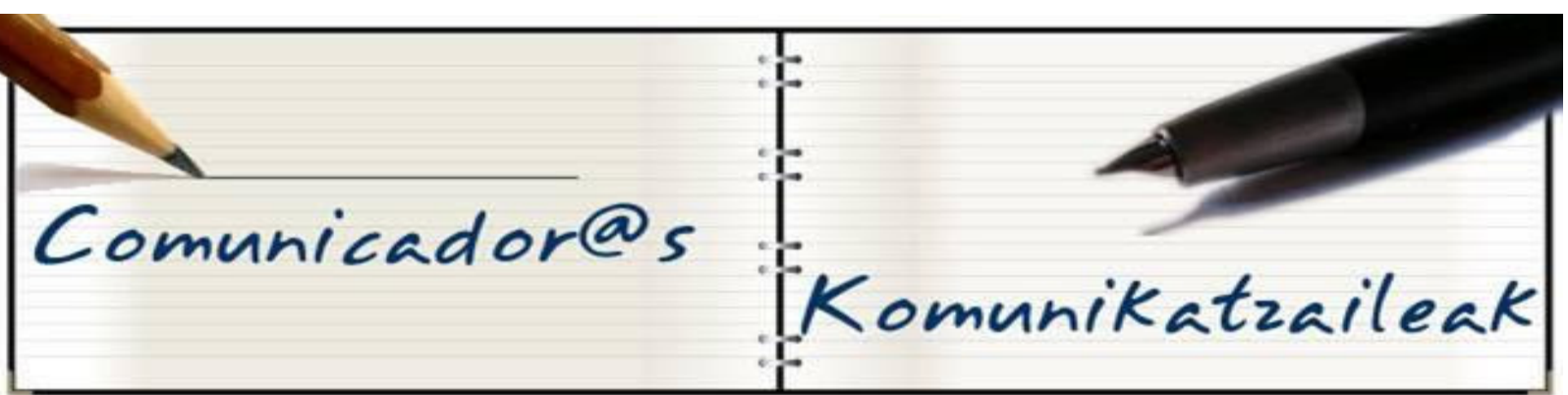
**Fundeso: ¿Cuáles son las metas de esta agencia?**

**Cristina:** Mira, la agencia nuestra, primero es una agencia en el sentido de funcionamiento funciona como cualquier otra agencia. Tiene sus redactoras, sus redactores, personal, cubrimos todo tipo de noticias, siempre aunque sean de información general, siempre les damos el punto de vista de género; cualquier noticia es susceptible de darle el punto de vista de género. También visibilizamos aquellas noticias que las agendas temáticas de los medios no ofrecen....

Visibilizamos aquellas noticias o hechos que hacen colectivos de mujeres y que de ninguna manera entran dentro de la agenda de los medios; y luego vehiculamos todo ese paquete de noticias diariamente a todos los medios de comunicación. De manera, que pueden publicarlo. Llevan soporte gráfico, todo, propio. Nosotros, la noticia es elaborada por la agencia con soporte gráfico y a veces también soporte audio para las radios. Entonces lo ponemos a disposición de todos los medios y gratuitamente siempre que se nos haga la referencia del origen de la noticia. Ese es nuestro cometido. O sea, es ir variando el punto de vista y el enfoque de las noticias y además ir insertándolo en los medios generalistas.

**Fundeso: Casi me has respondido a la siguiente pregunta que era el trabajo de la agencia... Por cierto, ¿en AMECO trabajan muchos hombres? Supongo que la mayoría serán mujeres.**

**Cristina:** La mayoría, mujeres y por un hecho. Y es que nosotras hacemos la selección y damos una puntuación alta si se tiene algún estudio o master de género y comunicación; y los hombres pues no se presentan. En cualquier caso siempre hemos tenido algún hombre. En este momento tenemos uno. Uno de una plantilla de ocho. Pero anteriormente teníamos dos, porque uno era el editor y era informático más que periodista. Ahora en este momento todo el mundo edita. Nos hemos automatizado todas, y de alguna manera nos da una autonomía a todas las redactoras. Editamos directamente nosotras la noticia que elaboramos, la mandamos a una persona que hace la edición final, que suele ser la redactora jefe y ya está. Y por eso. No estamos de ninguna manera cerradas a la entrada de hombres en la agencia.



**Fundeso:** Hablando en general de lo que son los medios de comunicación españoles, creo que en las aulas, en la universidad, la mayoría son mujeres ¿Eso se refleja luego en los medios?

**Cristina:** Yo ayer leí una noticia que me resultó curiosa. Dice: las redacciones se llenan de mujeres y los despachos vacíos. Entonces eso, hay muchísima mujer en la profesión en este momento, muchísima. Porque claro, corresponde a una salida de más de un 60% de mujeres con respecto a los hombres que se licencian en Ciencias de la Información. Para darte un dato, yo hice, yo soy de la primera promoción cuando se creo la facultad. Yo terminé en el año 77 la carrera, o sea, que quiero decir que ha pasado... ha llovido ya treinta y tanto años, y en mi facultad éramos como un 12%.

**Fundeso:** ¿un 12%?

**Cristina:** Sí, en la de Ciencias de la Información de Madrid. Yo no lo percibía, fíjate. Yo como tenía allí el grupo de chicos y chicas que éramos así y trabajábamos juntos... Yo no lo percibía. Pero luego viendo estadísticas éramos un 12%. En este momento, primero porque son estudios que requieren una nota de corte muy alta. Cosa que las mujeres tienen mejor nota de corte a la hora de llegar a la universidad. Muchos chicos que quieren hacerlo no lo pueden hacer porque no tienen la nota adecuada y luego terminan muchas más mujeres que hombres. Pero es curioso que se mantienen en la profesión muchísimos más hombres que mujeres a lo largo de la vida profesional. Muchas de las mujeres a los cinco años dejan la profesión. Muchísimas. No sé si son un 60%. La abandonan, la abandonan y se derivan a otras profesiones como secretariado, ventas en negocios de tiendas...

**Fundeso:** ¿Tiene que ver con el tema de la conciliación familiar?

**Cristina:** Yo pienso que también porque las expectativas que tienes tú en la profesión se desvanecen y entonces el trabajo que haces no es un trabajo que te guste, ves que no hay promoción interna... Que hay otros elementos que hacen que personas que lleguen quizás con menos preparación que tú... Por otro lado llegan ya los niños, la profesión es muy ingrata, es tremenda, es tremenda y los elementos que se manejan en el periodismo para ser periodista pues es muy agresiva, muy competitiva. Ahí nos movemos fatal a veces. Pasamos verdaderas enfermedades cuando entramos a trabajar porque nos movemos mal. Nos vamos con mal cuerpo a casa. Los hombres están acostumbrados a ser competitivos, super agresivos y pisar al de al lado y se van a tomar su caña y no les pasa nada. Pero nosotras nos sentimos muy mal, y entonces yo creo que viendo los pros y los contras, viendo que tú no puedes acceder a ciertos puestos porque no tienes la cobertura social ni familiar para poderlo hacer. Yo no sé. Muchas desisten, desisten.



Comunicador@s

Komunikatzaileak

**Fundeso:** Y otra vez hablando de los medios en general, cómo muestran esos medios a las mujeres inmigrantes, a las mujeres del sur? ¿Cuál es esa imagen?

**Cristina:** Yo creo que estereotipan. El medio estereotipa siempre por la inmediatez en la que hace la información. Todavía funciona el esquema de finales del XIX para elaborar una información, para elaborar la distribución, lo que llama la planilla ( que así se llamaba antes, ahora no sé cómo se llama.....) Y todo eso hace este tema concretamente, y este y cualquiera pero este todavía más porque además este nos ha pillado un poco sopetón, ¿entiendes? Solo un país emigrante, hemos sido un país receptor y ahí estamos en un mundo que todavía no... Entonces se ha hecho mucho pressing de las mujeres emigrantes. Se las ha encorsetado en dos o tres estereotipos. O sea, la mujer emigrante pobre, miserable que viene aquí, que no sabe nada, analfabeta... La otra que se viene a la prostitución que es otro de los clichés; y quizás una tercera que viene detrás del marido, que es falso, porque ellas son las que primero emigran en un principio. Son las que luego tiran de la familia e intentan la agrupación. Ellas, y son el soporte muchas veces sobre todo en países sobre todo latinoamericanos de la familia de allí.

**Fundeso:** Y ya para terminar, en materia de género en los medios de comunicación ¿qué es lo que se ha conseguido, qué es lo que se ha avanzado en los último años generalizando un poco; y qué retos faltan, o qué falta?

**Cristina:** Los medios, no tenemos que olvidar que son empresas que están dentro de cruces económicos, que no tienen sólo empresas informativas. Tienen otros negocios...

**Fundeso:** Intereses...

**Cristina:** Estamos ahí dentro. Entonces, claro, la decisión no la toma ni los redactores, ni siquiera los directores de un periódico. La toma un consejo de administración, en general. En los medios públicos yo creo que se puede hacer bastante más. Que bueno, hay unas legislaciones, y bueno, la ley de igualdad te dice que tienes que tener una paridad y al final que son las que han funcionado en toda Europa de los países nórdicos. Y ahí hay una equiparación de mujeres y hombres, en lo puestos de responsabilidad en todas las empresas tanto informativas como de otro tipo. Entonces ahí podríamos en principio cuando parece que es una cosa de privilegio hacia las mujeres, lo único que se hace es reconocer una serie de handicaps que tienes a la hora de llegar, que son como el techo de cristal este invisible pero que tienes que romper por algún sitio. El techo muchas veces son las leyes y luego ya veremos. Yo creo que se ha avanzado, evidentemente, luego también en los medios va a haber una revolución que casi impensable, todo esto que hablamos de lo medios, el poder de los medios, pues se va a quedar circunscrito a casi nada, porque la mayoría de los medios van a desaparecer. Y lo verán nuestros ojos. No creo que sea más allá de cuatro o cinco años



Comunicador@s

Komunikatzaileak

los medios escritos prácticamente van a quedar residuales, y luego la televisión va a tener una fuerza enorme como tiene y Internet y todo lo que es Comunicación que es ya más autónoma ¿no? Que puede casi cualquier persona lanzar información desde cualquier punto, y otros recibirla, y a su vez contestarla y a su vez ser ellos mismos emisores. Eso es lo que yo creo, va a estar en el futuro y allí tendremos que estar las mujeres atentas.

## [www.amecopress.net](http://www.amecopress.net)



AmecoPress, es una agencia de información especializada en elaborar, difundir y transmitir

información periodística desde la perspectiva de género. La agencia de género es una actividad articulada en torno a las nuevas tecnologías de la comunicación (TICs), cuyo soporte e instrumento de difusión es Internet y el trabajo en línea, por lo que constituye una eficaz estrategia para paliar la brecha digital de género y para avanzar en los objetivos que, con relación a las mujeres y los medios, han sido establecidos por todos los foros internacionales, europeos y estatales para la búsqueda de la igualdad entre sexos. Es esencial su carácter innovador puesto que no existe ninguna otra en España, aunque sí en otros países como México o Francia.

\*Entrevista realizada con ocasión de la visita de Cristina a Bilbao en el marco de las jornadas "Mujeres del Sur en los Medios. Herramientas para una comunicación con perspectiva de género" relizadas los días 21 y 22 de octubre de 2009 en el salón de actos de Bolunta y organizado por Euskadi Cuba.