



Recomendación CM/Rec(2013)1 del Comité de Ministros a los Estados Miembros sobre igualdad de género y medios de comunicación¹

(adoptada por el Comité de Ministros el 10 de julio de 2013, en la 1176ª reunión de Delegados de Ministros)

La igualdad de género es una condición indispensable para el pleno disfrute de los derechos humanos. El disfrute de los derechos que figuran en el Convenio Europeo de Derechos Humanos (STE nº 5) y sus protocolos debe preservarse sin distinción alguna, en particular basada en el sexo. Esta exigencia está reforzada por el Protocolo nº 12 al Convenio (STE nº 177) que garantiza el disfrute de todo derecho reconocido por la ley sin discriminación.

Una verdadera democracia requiere la participación igualitaria de hombres y mujeres en la sociedad. La democracia y la igualdad entre mujeres y hombres son interdependientes y se refuerzan mutuamente. La inclusión de los hombres y las mujeres en el respeto de la igualdad de derechos y oportunidades es una condición esencial de la gobernanza democrática y de una buena toma de decisiones. La igualdad de género significa una misma visibilidad, autonomía, responsabilidad y participación de las mujeres y los hombres en todos los ámbitos de la vida pública, incluidos los medios de comunicación. Alcanzar la igualdad entre hombres y mujeres es una condición previa para alcanzar la justicia social. No se trata solo del interés de la mujer, sino de la sociedad entera. El Consejo de Europa ha concedido una gran importancia a estas cuestiones a lo largo de las últimas décadas, como demuestra, entre otros, la Declaración de 1988 del Comité de Ministros sobre la igualdad de género así como la Declaración de 2009 del Comité de Ministros "Hacer de la igualdad de género una realidad de hecho".

La libertad de los medios de comunicación (incluida la libertad editorial) y la igualdad de género están intrínsecamente vinculadas. La igualdad entre mujeres y hombres forma parte integrante de los derechos humanos. La libertad de expresión, como derecho fundamental, es indisoluble de la igualdad de género. Además, el ejercicio de la libertad de expresión puede hacer progresar esta igualdad.

La cuestión de la igualdad entre hombres y mujeres es una dimensión del pluralismo de los medios de comunicación y de la diversidad de sus contenidos. La Recomendación CM/Rec(2007)2 sobre el pluralismo de los medios de comunicación y la diversidad del contenido de los medios de comunicación reitera que el pluralismo y la diversidad son esenciales para el funcionamiento de una sociedad democrática, para estimular el debate público, el pluralismo político y la sensibilización frente a opiniones distintas, expresadas por

¹ En esta recomendación, el término "medios de comunicación" se refiere a la terminología utilizada en la Recomendación CM/Rec(2011)7 sobre un nuevo concepto de los medios de comunicación, adoptada el 21 de septiembre de 2011.



distintos grupos de la sociedad. Los medios de comunicación desempeñan un papel destacado en la formación de las percepciones, las ideas, las actitudes y los comportamientos de la sociedad. Deberían reflejar la realidad de las mujeres y los hombres en toda su diversidad.

Los medios de comunicación pueden frenar o acelerar los cambios estructurales en materia de igualdad de género. Las desigualdades dentro de la sociedad se reproducen en los medios de comunicación. Esto ocurre sobre todo en cuanto a la menor representación de las mujeres en la propiedad de los medios de comunicación, en la producción de la información y el periodismo, en las salas de redacción y en los puestos directivos. Es todavía más flagrante por lo que respecta a la escasa visibilidad de las mujeres, desde los puntos de vista cuantitativo y cualitativo, en los contenidos de los medios de comunicación, el escaso recurso a mujeres expertas y la ausencia relativa de los puntos de vista y las opiniones de las mujeres en los medios de comunicación. La cobertura mediática de los eventos políticos y de las campañas electorales es especialmente elocuente a este respecto, al igual que la persistencia de los estereotipos sexistas y la escasez de antiestereotipos. Además, cuando trabajan en los medios de comunicación, las mujeres se enfrentan a menudo a desigualdades salariales, al "techo de cristal" y a condiciones de empleo precarias.

En las sociedades modernas, los medios de comunicación pueden ser un importante vector de cambio social. Su potencial para promover y proteger las libertades y los derechos fundamentales de las mujeres y contribuir a su progreso se ha reconocido en la 4ª Conferencia Mundial de la ONU sobre la Mujer (Pekín, 1995). Diez años más tarde, la Comisión de las Naciones Unidas de la Condición de la Mujer ha observado que no se habían alcanzado plenamente los objetivos fijados. Para ayudar a conseguir estos objetivos, la UNESCO publicó en diciembre de 2012 un útil cuadro de indicadores llamado "Indicadores de igualdad de género en los medios de comunicación" (GSIM).

Los medios de comunicación de servicio público deben estar en la vanguardia del sistema mediático moderno y al servicio de todos los grupos de la sociedad. Esto impone prestar especial atención a la igualdad de género, en términos de participación y acceso a los medios de comunicación de servicio público, así como a los contenidos y a la manera en que se tratan y presentan. Los medios de comunicación de servicio público son, o deberían ser, un factor de cohesión social y de integración de todos los individuos, y tienen un papel importante que desempeñar para hacer progresar la igualdad entre mujeres y hombres en los medios de comunicación y a través de ellos. Los medios de comunicación asociativos tienen también un potencial considerable de promoción de un diálogo abierto y directo entre todos los grupos sociales, en particular por medio de las plataformas digitales (véase la Recomendación CM/Rec(2007)3 sobre la misión de los medios de comunicación de servicio público en la sociedad de la información, la Declaración del Comité de Ministros sobre el papel de los medios de comunicación asociativos en la promoción de la cohesión social y del diálogo intercultural, adoptada el 11 de febrero de 2009, y la Recomendación CM/Rec(2012)1 sobre gobernanza de los medios de comunicación de servicio público, adoptada el 15 de febrero de 2012).



Las medidas para una puesta en práctica eficaz de las normas adoptadas pueden contribuir a la igualdad de género y a la lucha contra la desigualdad. En su Recomendación CM/Rec(2007)17 sobre normas y mecanismos de igualdad entre mujeres y hombres, el Comité de Ministros subraya que los Estados deberían impulsar medidas eficaces para que se respete la igualdad de género, como principio de derechos del ser humano, en los medios de comunicación, conforme a la responsabilidad social vinculada al poder que tienen en las sociedades modernas. En su Declaración de 2009 "Hacer de la igualdad de género una realidad de hecho", el Comité de Ministros hizo un llamamiento para que se tomaran medidas para alentar a los profesionales de los medios de comunicación y, de manera más general, al sector de la comunicación, a presentar una imagen no estereotipada de las mujeres y de los hombres. La perspectiva de género se destaca en varios instrumentos elaborados por el Consejo de Europa, y se promueve especialmente por lo que se refiere al nuevo ecosistema mediático en la Recomendación CM/Rec(2011)7 sobre un nuevo concepto de los medios de comunicación.

Teniendo en cuenta lo anterior, y considerando la necesidad de ofrecer una perspectiva de igualdad de género en la puesta en práctica de las normas establecidas en el ámbito de los medios de comunicación, el Comité de Ministros, en virtud del artículo 15.b del Estatuto del Consejo de Europa, recomienda a los Gobiernos de los Estados Miembros que:

1. adopten políticas adaptadas, conformes a las directrices que figuran en anexo, que puedan crear condiciones apropiadas para permitir a los medios de comunicación la promoción de la igualdad entre hombres y mujeres como principio fundamental de sus actividades y de su organización institucional en el nuevo entorno pluridimensional de los medios de comunicación;
2. difundan ampliamente esta recomendación y sus directrices y sensibilicen a las partes implicadas y a los medios de comunicación, más concretamente en cuanto al papel destacado de la igualdad entre las mujeres y los hombres para la democracia y el pleno disfrute de los derechos humanos;
3. pongan esta recomendación en conocimiento de los medios de comunicación, los periodistas y otros actores, de sus respectivos organismos, así como de las instancias reguladoras de los medios de comunicación y de los nuevos servicios de comunicación e información, para que elaboren o revisen sus estrategias de regulación y autorregulación y sus códigos de conducta, con arreglo a las directrices que figuran en anexo.

Anexo a la Recomendación CM/Rec(2013)1

Directrices

A. Estados Miembros



1. Si no lo han hecho todavía, los Estados Miembros deberán adoptar un marco jurídico adecuado cuyo objeto sea el respeto del principio de la dignidad humana así como la prohibición en los medios de comunicación de toda discriminación basada en el sexo y de toda incitación al odio o a cualquier forma de violencia basada en el género.
2. Los Estados Miembros deberán asegurarse, en particular, a través de los medios apropiados, de que los reguladores de los medios de comunicación respetan el principio de igualdad entre mujeres y hombres en sus tomas de decisiones y en la práctica.
3. Los Estados Miembros deberán apoyar las iniciativas y campañas dirigidas a sensibilizar ante los estereotipos sexistas en los medios de comunicación y a luchar contra ellos.

B. Organismos de los medios de comunicación

4. Se deberá alentar a los organismos de los medios de comunicación a adoptar sistemas de autorregulación, códigos de conducta, deontológicos y de supervisión internos, y a elaborar normas para una cobertura mediática que promueva la igualdad entre hombres y mujeres, para promover políticas internas coherentes y condiciones laborales dirigidas a:

- un acceso y una representación equitativos de mujeres y hombres en las profesiones de los medios de comunicación, en particular en los ámbitos en que están menos representadas las mujeres;
- una participación equilibrada de hombres y mujeres en los puestos directivos, dentro de los órganos con papel consultivo, regulador o de supervisión interna, y, de manera más general, en el proceso de toma de decisiones;
- una imagen, un papel y una visibilidad de mujeres y hombres sin estereotipos, evitando la publicidad sexista así como un lenguaje y contenidos que puedan favorecer las discriminaciones sexistas, la incitación al odio y a la violencia de género.

C. Medidas de aplicación

5. Deberán tomarse en consideración los mecanismos siguientes para la puesta en práctica de estrategias y políticas dirigidas a alcanzar los objetivos de igualdad de género en los medios de comunicación:

Estudio y evaluación de las leyes y políticas en materia de igualdad entre mujeres y hombres

- i. Estudiar y actualizar regularmente el marco jurídico relativo a los medios de comunicación con una perspectiva de igualdad entre hombres y mujeres.



ii. Prescribir a los reguladores de los medios de comunicación y solicitar a los medios de comunicación de servicio público que incluyan en sus informes anuales una evaluación de la aplicación de las políticas en materia de igualdad de género en los medios de comunicación.

Adopción y aplicación de indicadores nacionales de igualdad entre mujeres y hombres en los medios de comunicación

iii. Debatir con las partes implicadas afectadas acerca de la oportunidad de elaborar y adoptar, en su caso, indicadores nacionales basados en las normas internacionales y las buenas prácticas; organizar sesiones y debates públicos sobre el tema.

iv. Proceder a la vigilancia y evaluaciones regulares de la situación de igualdad de género en los medios a nivel nacional, sobre la base de los indicadores adoptados.

v. Actualizar regularmente los indicadores de igualdad entre hombres y mujeres.

Suministro de información y promoción de buenas prácticas

vi. Animar a los medios de comunicación a informar al público de manera sencilla y clara (por ejemplo en Internet) sobre el procedimiento que se ha de seguir respecto de los contenidos mediáticos que ese público considere contrarios a los principios de igualdad de género.

vii. Apoyar y promover buenas prácticas mediante la implantación de redes y asociaciones entre distintos órganos de prensa, para hacer progresar la igualdad entre hombres y mujeres en los distintos sectores de actividad de un nuevo ecosistema mediático.

Mecanismos de responsabilidad

viii. Alentar a las organizaciones no gubernamentales, asociaciones de medios de comunicación, particulares y cualquier otra parte implicada a defender sin tregua la igualdad entre mujeres y hombres, acudiendo a los organismos de autorregulación u otros organismos especializados (consejos de prensa, comisiones de ética, consejos publicitarios, comisiones de lucha contra las discriminaciones, por ejemplo).

ix. Fomentar la actualización de los mecanismos de responsabilidad de los medios de comunicación existentes y su utilización efectiva en caso de no respeto de la igualdad entre hombres y mujeres en los medios de comunicación.

x. Fomentar la creación de mecanismos de responsabilidad de los medios de comunicación y de responsabilidad ciudadana innovadores, como foros de debate público o apertura de plataformas dentro y fuera de Internet, para permitir intercambios directos entre ciudadanos.



Investigación y publicación

xi. Promover trabajos de investigación activos sobre las cuestiones relativas a la igualdad de género en los medios de comunicación, en particular por lo que se refiere al acceso a los medios de comunicación, la representación, la participación (perfil cuantitativo y cualitativo) y las condiciones de trabajo en los medios de comunicación; estructurar las investigaciones no solo en torno a la mujer, sino también a las relaciones entre mujeres y hombres; publicar con regularidad las conclusiones de estos trabajos.

xii. Promover una investigación activa desde el punto de vista de la igualdad de género sobre la cobertura mediática de ciertos campos especialmente sensibles en una democracia pluralista, como la cobertura de temas políticos y campañas electorales, y publicar los resultados; organizar debates para mejorar las leyes y las políticas.

xiii. Promover investigaciones sobre el impacto de los medios de comunicación en la formación de los valores, actitudes, necesidades e intereses de los hombres y las mujeres.

Conocimiento de los medios de comunicación y ciudadanía activa

xiv. Promover una enseñanza de los medios de comunicación que integre las cuestiones de género dirigida a las jóvenes generaciones y preparar a los jóvenes a abordar con responsabilidad distintas formas de contenidos mediáticos, para permitirles aplicar una mirada crítica a las representaciones de las mujeres y los hombres en los medios de comunicación y descodificar los estereotipos sexistas; reforzar la dimensión igualitaria entre hombres y mujeres en los programas para el conocimiento de los medios de comunicación para los jóvenes de distintas edades, como vector de una sólida educación para los derechos humanos y de una participación activa en los procesos democráticos.

xv. Elaborar herramientas específicas de sensibilización a través de los medios de comunicación así como respecto de ellos dirigidas a los adultos, incluidos padres y docentes; serán importantes factores de desarrollo de la educación para las cuestiones de género y la ciudadanía activa en la sociedad de la información.

xvi. Sensibilizar a profesionales y a estudiantes de los medios de comunicación y reforzar sus capacidades, ofreciendo regularmente programas educativos y de formación profesional basados en la adquisición de conocimientos especializados en igualdad de género y su papel esencial en una sociedad democrática.

Instrumentos de referencia

Comité de Ministros del Consejo de Europa

Recomendación Rec(84)17 relativa a la igualdad de género en los medios de comunicación



Recomendación Rec(90)4 sobre la eliminación del sexismo en el lenguaje

Recomendación Rec(98)14 relativa al enfoque integrado de la igualdad de género

Recomendación CM/Rec(2003)3 sobre la participación equilibrada de mujeres y hombres en las tomas de decisiones políticas y públicas

Recomendación CM/Rec(2007)2 sobre el pluralismo de los medios de comunicación y la diversidad del contenido de los medios de comunicación

Recomendación CM/Rec(2007)3 sobre la misión de los medios de comunicación de servicio público en la sociedad de la información

Recomendación CM/Rec(2007)11 sobre promoción de la libertad de expresión e información en el nuevo entorno de la información y la comunicación

Recomendación CM/Rec(2007)13 relativa al enfoque integrado de la igualdad de género en la enseñanza

Recomendación CM/Rec(2007)16 sobre medidas para promover el valor de servicio público de Internet

Recomendación CM/Rec(2007)17 sobre normas y mecanismos de igualdad entre mujeres y hombres

Declaración del Comité de Ministros sobre el papel de los medios de comunicación asociativos en la promoción de la cohesión social y del diálogo intercultural, adoptada el 11 de febrero de 2009

Recomendación CM/Rec(2011)7 sobre un nuevo concepto de los medios de comunicación

Declaración y Recomendación CM/Rec(2012)1 del Comité de Ministros sobre gobernanza de los medios de comunicación de servicio público, adoptada el 15 de febrero de 2012

Asamblea Parlamentaria del Consejo de Europa

Resolución 1557 (2007) y Recomendación 1799 (2007) "Imagen de la mujer en la publicidad"

Recomendación 1555 (2002) "Imagen de la mujer en los medios de comunicación"

Resolución 1751 (2010) y Recomendación 1931 (2010) "Luchar contra los estereotipos sexistas en los medios de comunicación"



Recomendación 1899 (2010) "Incrementar la representación de la mujer en la política a través de los sistemas electorales"

Resolución 1860 (2012) "Hacer progresar los derechos de la mujer en el mundo".

Traducción del francés, hecha en Madrid, a veintiocho de octubre de dos mil trece