

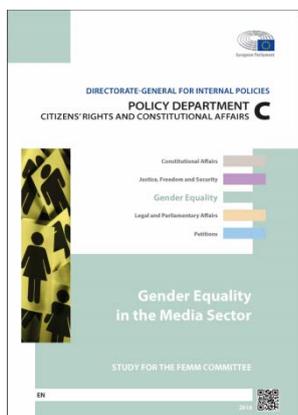
Una manera de hacer Europa

Un minuto para la Igualdad RED DE POLÍTICAS DE IGUALDAD ENTRE MUJERES Y HOMBRES EN LOS FONDOS COMUNITARIOS

Fecha: 8 de febrero de 2018

Presentación del estudio “Igualdad de género en el sector de los medios”

El estudio que se ha presentado examina los elementos clave de la agenda de política europea relativa a la igualdad de género en el sector de los medios de comunicación. En él, se revisa la investigación existente sobre la representación de las mujeres en los contenidos de los medios y en la presencia laboral que tienen en este ámbito.



A pesar de que hace más de cuarenta años desde las primeras Directivas del Consejo sobre igualdad de retribución e igualdad de trato en el trabajo para las mujeres y los hombres, sigue existiendo una significativa brecha salarial entre mujeres y hombres, discriminación por género y acoso sexual y estos factores están muy presentes en las industrias mediáticas europeas.

En este marco, a petición de la Comisión de Derechos de la Mujer e Igualdad de género, el Departamento de Política del Parlamento Europeo para Derechos de los Ciudadanos y Asuntos Constitucionales encargó este estudio, en el que se examinan los elementos clave de la Estrategia Europea y la Agenda política relativa a la igualdad de género en el sector de los medios de comunicación.

El estudio también proporciona un análisis de las acciones para promover la igualdad de género en los medios de comunicación tanto a nivel de la UE como de los Estados miembros. En él, se presentan casos de estudio de igualdad de género en el sector de los medios de comunicación en cuatro Estados miembros que son: Austria, Malta, Suecia y el Reino Unido. Otro punto que se revisa es la investigación existente sobre la representación de las mujeres en los contenidos de los medios y la representación que tienen en la fuerza laboral de los mismos.

En cuanto a las conclusiones del estudio, se indica que en toda Europa y en todos los medios de comunicación, las mujeres permanecen significativamente subrepresentadas en la fuerza de trabajo, particularmente en los niveles de toma de decisiones. Esta situación, también está asociada a la producción y distribución de contenido mediático, donde se refleja la desigualdad de género presente tanto en ese ámbito como en la sociedad en general. En relación con los contenidos, cuando las mujeres aparecen representadas, frecuentemente se ajustan a estereotipos sexistas, se les da menos valor que a los hombres y no aparece reflejada la diversidad de mujeres que hay ni sus contribuciones a la sociedad.

El estudio pone de manifiesto la necesidad de un cambio profundo en los medios en lo relativo a la participación y representación de las mujeres en este ámbito.

Para más información pulse en el siguiente enlace:

[http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/596839/IPOL_STU\(2018\)596839_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/596839/IPOL_STU(2018)596839_EN.pdf)