

**Igualdad de género y diversidad
en el sector audiovisual europeo**

An illustration depicting a diverse group of people of various ethnicities, ages, and abilities working together to push a large, heavy red wheel. The wheel is positioned on a red path that curves towards the right. The people are dressed in a mix of teal, white, and dark clothing. Some are standing, some are kneeling, and one person is in a wheelchair. Their expressions and body language suggest a sense of collective effort and determination. The background is a light, textured grey.

**MANUAL
DE BUENAS PRÁCTICAS**

Autora: Daphne Tepper, Directora de proyectos, UNI Europa – Medios de Comunicación, el Espectáculo y la Artes

Colaboradores : Asociación de la Televisión Comercial en Europa (ACT), Asociación Europea de Radios (AER), Unión Europea de Radiodifusión (UER), Asociación Europea de Producción Audiovisual (CEPI), Federación Europea de Periodistas (FEP), Federación Internacional de Actores (FIA), Federación Internacional de Asociaciones de Productores Cinematográficos (FIAPF), Federación Internacional de Músicos (FIM), UNI Europa – Medios de Comunicación, el Espectáculo y la Artes (EURO-MEI)

Ilustraciones: Yasmine Gateau

Diseño gráfico: Laurence Dierickx

Publicado en marzo de 2020 (todos los enlaces se consultaron el 12 de marzo de 2020)

Esta publicación refleja únicamente las opiniones de los autores y la Comisión Europea no se hace responsable del uso que se haga de la información contenida en ella.

Este proyecto ha recibido el apoyo de la Unión Europea



Igualdad de género y diversidad
en el sector audiovisual europeo

MANUAL
DE BUENAS PRÁCTICAS

1. Introducción	7
2. Contexto general	11
2.1. Estadísticas mundiales y europeas	11
2.2. Marco legislativo de la UE y otros instrumentos internacionales	14
2.3. Promover la diversidad	19
3. Igualdad de género en el sector audiovisual europeo: lo que sabemos	22
3.1. Iniciativas del sector	22
3.2. Datos mundiales y europeos	26
3.3. Datos nacionales	29
4. Lograr la igualdad: buenas prácticas en toda Europa	35
4.1. Diseño de estrategias, establecimiento de objetivos, elaboración de indicadores y seguimiento de los avances	35
a) Las etiquetas «Igualdad Profesional» y «Diversidad» en Francia	35
b) Las acciones del grupo CANAL+ en Francia y de ITV en el Reino Unido	37
c) Los «planes de igualdad» en el Estado Español	41
d) Los objetivos de igualdad de género del Instituto Sueco de Cinematografía	43
e) La estrategia de igualdad de ORF en Austria	44
4.2. Concienciar, ofrecer formación, y comprometer a las organizaciones y a las personas a cambiar	46
a) La coalición neerlandesa «Creando imágenes en los medios de comunicación»	46
b) La campaña «Ojos entrecerrados» lanzada por Bectu en el Reino Unido	47
c) Promesa de igualdad de género de los festivales de cine (50/50 para el 2020)	48
d) «El arte del equilibrio», una iniciativa del sector cultural noruego	50

4.3. Financiación pública y entidades de servicio público: apoyar el cambio	51
a) Entes de financiación del cine adoptan acciones	51
b) Emisoras públicas de radiodifusión defienden prácticas de igualdad	56
4.4. Combatir el acoso sexual	59
a) La campaña "Espacios seguros" impulsada por Equity en el Reino Unido	59
b) Programas educativos en Suecia	60
c) THEMIS, una plataforma sectorial conjunta en Alemania	61
4.5. Paso a paso, cambiar la forma en que trabajamos	62
a) Iniciativas para el cuidado infantil en festivales	62
b) Páginas webs y campañas para la promoción de mujeres profesionales	64
c) 10% para el 50/50: un «incentivo de género» para el cambio	65
d) Los compromisos de las escuelas de cine de Alemania	66
5. Promover la diversidad: buenas prácticas en toda Europa	69
5.1. Enfrentar los hechos, iniciar una conversación	69
5.2. Iniciar acciones y monitorear el progreso	70
a) Diversificar las vías de acceso a la industria	70
b) Respaldar la incorporación de personas con discapacidad a la plantilla	71
c) Crear bases de datos para diversificar los perfiles	72
d) Luchar contra la discriminación de las personas LGBTI	73
e) Diseñar herramientas para la diversidad específicas para nuestro sector	74
6. Conclusiones y camino a seguir	76



1. Introducción

En 2009 los interlocutores sociales (la patronal y los sindicatos) del Comité de Diálogo Social Europeo del Sector Audiovisual adoptó una Declaración sobre Igualdad de Oportunidades y, en 2011, aprobó un **Marco General de Acciones sobre la Igualdad de Género**.

El objetivo del Marco General de Acciones es apoyar al sector europeo del audiovisual para que elabore prácticas propias con miras a mejorar la igualdad de género.

Presenta consideraciones y recomendaciones conjuntas para la adopción de acciones en cinco aspectos clave:

- REPRESENTACIÓN DE GÉNERO
- IGUALDAD DE REMUNERACIÓN
- IGUALDAD EN LA TOMA DE DECISIONES
- ROLES DE GÉNERO EN EL LUGAR DE TRABAJO
- CONCILIACIÓN DE LA VIDA LABORAL Y LA VIDA PERSONAL

El Comité de Diálogo Social Europeo del Sector Audiovisual está compuesto por representantes de organizaciones sindicales y empresariales de la industria de la radio, la televisión y el cine.

Asociación de la Televisión Comercial en Europa (ACT)
Asociación Europea de Radios (AER)
Unión Europea de Radiodifusión (UER)
Asociación Europea de Producción Audiovisual (CEPI)
Federación Europea de Periodistas (FEP)
Federación Internacional de Actores (FIA)
Federación Internacional de Asociaciones de Productores Cinematográficos (FIAPF)
Federación Internacional de Músicos (FIM)
UNI Europa – Medios de Comunicación, el Espectáculo y la Artes (EURO-MEI)

En junio de 2016, a fin de dar seguimiento a la adopción del Marco General de Acciones, los interlocutores sociales decidieron lanzar un estudio para evaluar el progreso realizado en materia de igualdad de género en el sector, pero también abordar la cuestión más amplia de la diversidad.

Entre las preguntas formuladas desde 2011, se destacaron las siguientes:

- ¿Se ha incrementado la presencia de las mujeres en nuestras pantallas, delante y detrás de las cámaras y los sets de rodaje?
- ¿Nuestras organizaciones son más justas con las mujeres en términos de salario, oportunidades y perspectivas de carrera?
- ¿Las producciones televisivas, de radio, y cinematográficas reflejan la diversidad de nuestras sociedades europeas?
- ¿Las producciones audiovisuales se benefician de las contribuciones de los diversos talentos que componen nuestras sociedades?
- ¿Qué acciones se han implementado para combatir la discriminación y promover la igualdad, la inclusión y la diversidad en nuestras organizaciones y lugares de trabajo?
- ¿Qué es lo que funciona y qué es lo que hace falta? ¿Cómo podemos ir más lejos y qué apoyo se necesita?

A partir de estas preguntas establecidas, se lanzó un ejercicio de mapeo, con el apoyo de la Comisión Europea¹, en los primeros meses de 2018.

La investigación se realizó en tres etapas. Se inició con una **reseña bibliográfica** sobre el tema de la igualdad de género y la diversidad en el sector audiovisual y posteriormente se llevó a cabo una **encuesta en línea** que se envió a todos los miembros de los interlocutores sociales europeos.

Se recibieron cuarenta y cuatro respuestas, de los distintos tipos de organizaciones que forman parte de la red de interlocutores sociales (entidades de radiodifusión públicas y privadas, productores independientes, y organizaciones sindicales que representan a los profesionales que trabajan delante y detrás de las cámaras). Se recibieron respuestas de diecisiete países de la UE y cuatro países no comunitarios.

¹ Un proyecto patrocinado por la Unión Europea a través de la convocatoria de propuestas VP/2017/001 de la Dirección General de Empleo, Asuntos Sociales e Inclusión de la Comisión Europea (proyecto VS/2017/0362 titulado «Seguimiento de la aplicación del Marco de Acción sobre la igualdad entre los géneros y mapeo de iniciativas para promover la diversidad en el sector audiovisual europeo»)

En seguimiento de la encuesta, se realizaron cincuenta y una **entrevistas cualitativas** durante visitas de estudio a Austria, Francia, el Estado Español, Suecia y el Reino Unido, asimismo se llevaron a cabo entrevistas telefónicas con organizaciones de Bélgica y Alemania. Las respuestas se recopilaron y analizaron.

Gracias a la información recabada se pudo trazar un panorama general de la situación en el sector audiovisual. Se presenta un número importante de buenas prácticas a través de toda Europa, pero también se subrayan algunos límites claros, como la falta de datos pertinentes sobre la representación de las mujeres en la fuerza laboral del audiovisual y en la pantalla en muchos países europeos.

Cabe señalar que este ejercicio de mapeo ha sido implementado en el contexto del diálogo social europeo con el propósito mismo de informar y enriquecer el diálogo entre los interlocutores sociales europeos sobre estas cuestiones específicas. El presente informe no pretende ofrecer un estudio exhaustivo de la situación relativa a la igualdad de género y la diversidad en el sector audiovisual en toda Europa. Debe considerarse más bien como un intento de las principales partes interesadas en la industria de consultar y hacer una lluvia de ideas sobre el estado de la situación en diferentes países de la Unión Europea, y de determinar una serie de buenas prácticas que podrían ayudar a mejorar la situación en el futuro.



2. Contexto general

2.1. Estadísticas mundiales y europeas

«Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas» es el quinto de los diecisiete Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODM) adoptados por los Estados Miembros de las Naciones Unidas en 2015. Los estados miembros de la ONU adoptaron un plan de 15 años para alcanzar esos objetivos en 2030².

Como se indica en el informe de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de 2019 «Hoy el mundo es un lugar mejor para las mujeres que en el pasado; [...] más mujeres están sirviendo en el parlamento y en cargos de liderazgo, y se están reformando las leyes para promover la igualdad de género». Sin embargo, y a pesar de estos avances, queda mucho por hacer para ofrecer igualdad de oportunidades a las mujeres y los hombres en todo el mundo, pero también en Europa.

Los desafíos y las resistencias a la igualdad entre los géneros afectan a todos los sectores de nuestras economías de manera similar. Por lo tanto, al abordar la desigualdad de género en el sector audiovisual europeo es importante recordar el panorama general, los progresos realizados hasta la fecha, así como los elementos clave que explican las resistencias que siguen existiendo en los lugares de trabajo, pero también en los hogares y en las sociedades en general.

ALGUNAS ESTADÍSTICAS MUNDIALES

En una publicación de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) de marzo de 2019³ se resalta que, **a pesar del hecho de que las mujeres representan casi la mitad de la población mundial, solo constituyen el 39% de la fuerza laboral y solo el 27% de ellas ocupan cargos directivos.**

² Para saber más sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible, véase: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>

³ Un paso decisivo hacia la igualdad de género: En pos de un mejor futuro del trabajo para todos: Oficina Internacional del Trabajo, Ginebra: OIT, marzo 2019

La prestación de cuidados no remunerada es el principal motivo por el que las mujeres están fuera de la fuerza de trabajo: «Entre 1997 y 2012, el tiempo que las mujeres dedicaron al trabajo doméstico y a la prestación de cuidados apenas disminuyó 15 minutos por día, mientras que el de los hombres solo aumentó 8 minutos por día. A este ritmo, se estima que la brecha de género en términos de tiempo dedicado al trabajo de cuidados no remunerado no se cerrará hasta 2228», indica el citado informe de la OIT.

El informe también destaca el hecho de que **la brecha salarial por motivo de género sigue siendo en promedio del 20% en todo el mundo** en todos los sectores de la economía.

ALGUNAS ESTADÍSTICAS EUROPEAS

En Europa, en 2017, la tasa de empleo para los hombres alcanza un 77,9% en comparación con un 66,4% para las mujeres. La **brecha de género** se sitúa en **11,5%**; una figura que ha permanecido constante en los últimos tres años⁴.

Existe también **una brecha de género en la prestación de cuidados no remunerada en todos los países miembros de la UE**, si bien varía de entre seis a ocho horas en los países nórdicos a más de quince horas en Austria, Croacia, Chipre, Grecia, Italia, Malta y Eslovenia⁵. Mientras que un 70% de los niños menores de tres años participan en actividades de cuidado en Dinamarca, esa cifra es menos del 15% registrado en Bulgaria, Chequia, Eslovaquia, Grecia, y Polonia⁶.

Las mujeres de la UE ganan de media un 16% menos que los hombres. Ello se debe a muchos factores: las mujeres se concentran en los trabajos de menor nivel y peor remunerados, hacen pausas más largas en sus carreras y es más probable que opten por el trabajo a tiempo parcial para conciliar las responsabilidades laborales y de cuidado.

⁴ 2019 Report on equality between women and men in the EU, Luxemburgo: Oficina de Publicaciones de la Unión Europea, 2019

⁵ Striking a balance: Reconciling work and life in the EU, Eurofound, Luxemburgo: Oficina de Publicaciones de la Unión Europea, 2018

⁶ Report from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions on the development of childcare facilities for young children with a view to increase female labour participation, strike a work-life balance for working parents and bring about sustainable and inclusive growth in Europe (the “Barcelona objectives”), Unión Europea, 2018

Como consecuencia, **las mujeres terminan siendo penalizadas ya que cobran de pensión un 37% menos que los hombres**⁷.

Desde que se lanzara un seguimiento de la brecha de salarial de género en la UE, esta ha permanecido estable, se redujo del 16,6% en 2014 al 16% en 2017⁸.

Las mujeres constituyen el 50% del 1% de asalariados con la peor remuneración en Bélgica, pero solo un 26% del grupo del 1% con la máxima remuneración. En Francia, estas cifras son del 40% frente al 23%, en Polonia 46% frente al 26%, en Finlandia 61% frente al 24% y en el Reino Unido del 51% frente al 17%⁹.

En la UE de los 28 países, como promedio, los hombres tienen el doble de probabilidades de asumir puestos directivos que las mujeres.

La presencia de **mujeres en los consejos de administración** de las empresas más grandes que cotizan en bolsa en los Estados Miembros de la UE alcanzó el **26,7%** en octubre de 2018. Francia es el único país de la UE con al menos el 40% de hombres o mujeres en los consejos de administración. En Italia, Suecia, Finlandia y Alemania, las mujeres representan al menos un tercio de los miembros de los consejos de administración. En solo menos de la mitad (12) de los Estados Miembros de la UE, el número de hombres en los consejos de administración es superior al de las mujeres en una proporción al menos de 4 a 1 (es decir, <20% mujeres). En Malta, Grecia y Estonia la representación de las mujeres en los consejos directivos es inferior al 10%¹⁰.

⁷ [Tackling the gender pay gap: not without a better work-life balance - Research note](#), Instituto Europeo de la Igualdad de Género (EIGE), mayo 2019

⁸ [2019 Report on equality between women and men in the EU](#), Unión Europea, 2019

⁹ [Global Wage Report 2018/19: What lies behind gender pay gaps](#), Oficina Internacional del Trabajo - Ginebra: OTI, 2018

¹⁰ [2019 Report on equality between women and men in the EU](#), Luxemburgo: Oficina de Publicaciones de la Unión Europea, 2019

En 2019 el Instituto Francés de Opinión Pública (IFOP) realizó una encuesta¹¹ para la Fundación Jean Jaurès y para la Fundación Europea de Estudios Progresistas en los cinco países más grandes de la Unión Europea (Francia, Alemania, Italia, Estado Español y Reino Unido) con el fin de medir el **grado de violencia por motivos de género y sexual que sufren las mujeres europeas en su entorno laboral**. La encuesta fue realizada en abril de 2019 y para ello ha contado con la participación de una muestra representativa de 5026 mujeres de 18 años o más. Según los hallazgos de esta encuesta una mayoría de las mujeres europeas (60%) han reportado haber sufrido alguna experiencia de violencia sexista o sexual durante sus carreras.

2.2. El marco legislativo de la UE y otros instrumentos internacionales

La Unión Europea fomenta la igualdad entre mujeres y hombres. Este derecho se recoge en los artículos 2 y 3 (3) del Tratado de la Unión Europea (TUE) y se consagra también en el Artículo 21 de la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea.

El principio de igualdad de retribución entre trabajadores y trabajadoras para un mismo trabajo se recoge en los Tratados Europeo a partir del Tratado de Roma de 1957. También figura en el artículo 157 en el Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE). El artículo 153 de este último permite a la UE actuar en un área amplia de igualdad de oportunidades en materia de empleo y al trato en el trabajo para hombres y mujeres, y en el marco del artículo 157 autoriza la adopción de medidas para empoderar a las mujeres. Además, el artículo 19 permite la adopción de legislaciones adecuadas para luchar contra todo tipo de discriminación, incluida la basada en el sexo.

Desde la primera Directiva del Consejo de 10 de febrero de 1975 relativa a la aproximación de las legislaciones de los Estados miembros que se refieren a la aplicación del principio de igualdad de retribución entre los trabajadores masculinos y femeninos, (75/117/EEC), el Parlamento Europeo y el Consejo han promulgado varias directivas a fin de prohibir la discriminación por motivo de género y exigir la igualdad de trato entre hombres y mujeres.

¹¹ [European Observatory in Sexism and Sexual Harassment at Work](#), Informe del Instituto Francés de Opinión Pública (IFOP) para la Fundación Jean Jaurès y para la Fundación Europea de Estudios Progresistas, 30 de septiembre 2019

Algunas de las directivas vigentes se refieren a la igualdad de oportunidades e igualdad de trato entre hombres y mujeres en asuntos de empleo y ocupación (2006/54/EC), el principio de igualdad de trato entre hombres y mujeres que ejercen una actividad autónoma, (2010/41/EU), o la relativa a la igualdad de trato entre hombres y mujeres en materia de seguridad social (79/7/CEE)¹².

En el informe anual de ONU Mujeres de 2018 se define el acoso¹³ «*como una violación de los derechos humanos de la discriminación basada en el género, independientemente del sexo, en un contexto de relaciones de poder desiguales como un lugar de trabajo y/o una jerarquía de género*». El acoso sexual no es el tema de una legislación específica de la UE, pero es el centro de varias directivas. La Directiva de 2006 relativa a la aplicación del principio de igualdad de oportunidades e igualdad de trato entre hombres y mujeres en asuntos de empleo y ocupación¹⁴, por ejemplo, define la discriminación directa e indirecta, al acoso y al acoso sexual. Asimismo, alienta a los empleadores a tomar medidas de prevención contra el acoso y el acoso sexual.

Desde 2011 y la adopción del Marco de acción sobre la igualdad de género por parte de los interlocutores sociales del sector audiovisual europeo, la UE adoptó diferentes iniciativas para abordar las principales desigualdades estructurales entre mujeres y hombres.

La **brecha salarial de género** ha sido objeto de la atención de las instituciones europeas durante muchos años. En 2014, la Comisión Europea adoptó una Recomendación sobre el fortalecimiento del principio de igualdad de remuneración entre mujeres y hombres mediante la transparencia (2014/124/UE). La Recomendación presenta un conjunto de medidas básicas: derecho a solicitar información salarial, auditorías salariales, negociación colectiva sobre igualdad de retribución, y el derecho de los empleados a solicitar información de las empresas.

¹² [Igualdad de género en el sector de los medios de comunicación - trabajo de investigación](#) solicitado por la Comisión de Derechos de la Mujer e Igualdad de Género del Parlamento Europeo y encargado, supervisado y publicado por la Comisión de Asuntos Jurídicos (PE), Opcit, enero 2018

¹³ [Towards an end to sexual harassment: the urgency and nature of change in the era of #metoo](#), UN Women, 2018

¹⁴ [DIRECTIVA 2006/54/CE DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO de 5 de julio de 2006 relativa a la aplicación del principio de igualdad de oportunidades e igualdad de trato entre hombres y mujeres en asuntos de empleo y ocupación \(refundición\)](#)

Una mayor transparencia puede poner de manifiesto un sesgo basado en el género o discriminación en la estructura de salarios de una empresa u organización, o de un sector económico, y contribuye a aumentar la sensibilización y una mejor comprensión de las causas básicas de la brecha salarial por razón de género.

En 2017, la Comisión publicó un informe sobre la aplicación de la Recomendación sobre la transparencia de la remuneración en los Estados Miembros. En él se constató que solo 11 Estados Miembros contaban con legislación sobre la transparencia de las remuneraciones y que solo Suecia había aplicado las cuatro medidas clave en su marco jurídico nacional¹⁵.

En Suecia se exigen auditorías anuales de los salarios para todas las empresas que cuentan con al menos diez empleados y, en el caso de las empresas con más de veinticinco empleados, existe la obligación de preparar planes de acción para hacer frente a las diferencias salariales injustificadas.

En algunos países de la Unión Europea, la legislación sobre la transparencia de los salarios se aplica únicamente a las empresas relativamente grandes (por ejemplo, las empresas con más de ciento cincuenta empleados en Austria y doscientos empleados en Alemania). En Dinamarca, aunque el requisito del tamaño de la empresa es bajo (treinta y cinco empleados), solo las empresas con al menos diez empleados de cada género empleados dentro de la misma función de trabajo están obligadas a informar sobre los datos de remuneración.

En 2017, cinco Estados Miembros (Alemania, Bélgica, Finlandia, Francia y Suecia) contaban con disposiciones legislativas en las que se pedía a los interlocutores sociales que examinaran las cuestiones relativas a la igualdad de remuneración en el marco de la negociación colectiva. En Bélgica, por ejemplo, la ley estipula que se examinen medidas para hacer frente a las diferencias de remuneración entre hombres y mujeres en los convenios colectivos sectoriales¹⁶.

¹⁵ [Tackling the gender pay gap: not without a better work-life balance - Research note](#), Instituto Europeo de la Igualdad de Género (EIGE), mayo 2019

¹⁶ [What policies tackle the gender pay gap? \(¿Qué políticas se necesitan para hacer frente a la brecha salarial?\)](#), Instituto Europeo de la Igualdad de Género, 2018

En la esfera de la **conciliación de la vida familiar y la vida profesional**, en agosto de 2019 entró en vigor una Directiva dedicada¹⁷. Los Estados miembros cuentan hasta junio de 2022 para incorporar la Directiva a sus ordenamientos jurídicos nacionales. Las medidas de la directiva se refieren al permiso de paternidad (los padres tienen derecho a un permiso de paternidad de diez días laborables en torno al momento del nacimiento de un hijo, con derecho a remuneración), permiso parental (dos de los cuatro meses de permiso parental no puedan ser transferidos de un progenitor a otro y se debe recibir remuneración)¹⁸ y fórmulas de trabajo flexibles para los cuidadores y trabajadores con hijos de hasta ocho años.

Para la Sra. Ursula von der Leyen, presidenta de la Comisión Europea desde el 1 de diciembre de 2019, la igualdad de género es un principio fundamental de la Unión Europea. La Estrategia para la igualdad de género 2020-2025¹⁹ se lanzó en marzo de 2020. Como uno de los primeros resultados de la Estrategia, la Comisión propondrá medidas vinculantes de transparencia salarial para finales de 2020. La Estrategia también *«esboza una serie de acciones clave, tales como: acabar con la violencia y los estereotipos de género; garantizar la igualdad de participación y de oportunidades en el mercado laboral, incluida la igualdad de retribución; alcanzar el equilibrio de género en la toma de decisiones y la política»*.

Más allá de la Unión Europea, se han adoptado recientemente varios instrumentos internacionales adicionales en el ámbito de la igualdad de género y la prevención de la violencia de género.

17 DIRECTIVA (UE) 2019/1158 DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO de 20 de junio de 2019 relativa a la conciliación de la vida familiar y la vida profesional de los progenitores y los cuidadores, y por la que se deroga la Directiva 2010/18/UE del Consejo, 24 de mayo 2019

18 En el contexto de esta directiva, *«se define como trabajador que dispensa cuidados o presta ayuda a un familiar o a una persona que viva en el mismo hogar que el trabajador y que necesite asistencia o cuidados importantes por un motivo médico grave, conforme a lo definido por cada Estado miembro»*

19 Comunicación de la Comisión al Parlamento europeo, al Consejo, al Comité económico y social europeo y al Comité de las Regiones 'Una Unión de la igualdad: Estrategia para la Igualdad de Género 2020-2025', COM(2020) 152 final, Marzo 2020

En marzo de 2019 el Comité de Ministros del **Consejo de Europa** adoptó una **recomendación para prevenir y combatir el sexismo**²⁰, en la que se subraya que «*el sexismo es una manifestación de las relaciones de poder históricamente desiguales*» entre mujeres y hombres, que provoca discriminación e impide el pleno avance de las mujeres en la sociedad. Además de proponer una definición de sexismo acordada internacionalmente, la recomendación presenta una amplia lista de medidas y destaca algunas de las áreas en las que se produce el sexismo, desde la publicidad y los medios de comunicación hasta el empleo, el sector de la justicia, la educación y el deporte. Se pide a los Estados Miembros que monitoreen los progresos en la aplicación de sus directrices y que informen a la Comisión de Igualdad de Género del Consejo de Europa de las medidas adoptadas y los progresos realizados.

El **Convenio sobre la violencia y el acoso**²¹ adoptado en junio de 2019 por la **Organización Internacional del Trabajo** (OIT) está ahora abierto a ratificación por los Estados miembros. Bajo el Convenio se insta a los Estados miembros a adoptar medidas apropiadas para prevenir la violencia y el acoso en el mundo del trabajo. En el convenio también se insta a los Estados miembros a identificar, en consulta con las organizaciones de empleadores y de trabajadores concernidas y por otros medios, los sectores u ocupaciones y las modalidades de trabajo en los que los trabajadores y otras personas concernidas están más expuestos a la violencia y el acoso.

²⁰ [Recomendación CM/Rec\(2019\)1 del Comité de Ministros a los Estados miembros para prevenir y combatir el sexismo](#), Adoptada por el Comité de Ministros del Consejo de Europa el 27 de marzo de 2019

²¹ [Convenio de la OIT sobre la violencia y el acoso](#), adoptada en junio de 2019

2.3. Promover la diversidad

Como se ha indicado más arriba el principio de igualdad ha sido un elemento de los fundamentos de la Unión Europea desde sus primeros días y se desarrolló por primera vez en el contexto de la igualdad de género. No fue hasta el Tratado de Ámsterdam de 1997 que la UE introdujo una facultad específica para combatir la discriminación por una amplia gama de motivos: sexo, origen racial o étnico, religión o creencia, discapacidad, edad u orientación sexual.

En 2000 se adoptaron dos directivas del Consejo de la UE para desarrollar esos principios.

La Directiva relativa a la aplicación del principio de igualdad de trato de las personas independientemente de su origen racial o étnico²² prohíbe en toda la Comunidad cualquier discriminación, directa o indirecta, de acoso u orden de discriminación por motivos de origen racial o étnico. Abarca una amplia variedad de áreas: el empleo, la actividad por cuenta propia y al ejercicio profesional, así como la formación profesional, la protección social, incluida la seguridad social y la asistencia sanitaria, las ventajas sociales, la educación, y el acceso a bienes y servicios disponibles para el público y la oferta de estos, incluida la Vivienda.

La Directiva para la igualdad de trato en el empleo y la ocupación²³ se limita a la protección en el empleo y la ocupación, así como a la formación profesional, y prohíbe la discriminación directa e indirecta, así como el acoso y toda orden para discriminar por motivos de religión o creencias, edad, orientación sexual y discapacidad.

No existen **definiciones completas de los motivos de discriminación** a nivel de la UE. Los tribunales —nacionales y europeos— a menudo tuvieron que aclarar las definiciones. En particular, los retos en lo que respecta la diversidad étnica y religiosa que enfrentan las diferentes sociedades europeas varían de un país a otro.

Las excepciones al principio de no discriminación y **la acción positiva** están permitidas en determinadas circunstancias en las directivas de la UE, como medidas necesarias para garantizar «la plena igualdad en la práctica».

²² Directiva 2000/43/CE del Consejo de 29 de junio de 2000 relativa a la aplicación del principio de igualdad de trato de las personas independientemente de su origen racial o étnico

²³ Directiva 2000/78/CE del Consejo, de 27 de noviembre de 2000, relativa al establecimiento de un marco general para la igualdad de trato en el empleo y la ocupación

En Finlandia, por ejemplo, la Ley de No Discriminación obliga a todas las autoridades, así como a las organizaciones privadas que utilizan el poder público o que realizan tareas administrativas públicas, a los proveedores de educación, y a los empleadores que cuentan con una plantilla de más de 30 personas, a tomar medidas para fomentar la igualdad. En Lituania, el Código del Trabajo, que entró en vigor en 2017, introdujo la obligación de que las entidades públicas y privadas que empleen a más de cincuenta personas deben adoptar medidas para promover las políticas de igualdad en el lugar de trabajo. La discapacidad es el motivo por el cual más medidas de acción positivas ya están en vigor en diferentes países de la UE²⁴.

²⁴ [A comparative analysis of non-discrimination law in Europe 2018](#), Red europea de expertos jurídicos en materia de igualdad de género y no discriminación, Dirección -General Justicia y Consumidores, Comisión Europea, noviembre de 2018



3. La igualdad de género y la diversidad en el sector audiovisual europeo: lo que sabemos

3.1. Iniciativas del sector

En el contexto jurídico descrito anteriormente, organizaciones del sector audiovisual están sujetas a diferentes tipos de obligaciones jurídicas relativas a la igualdad de género y la diversidad, en función de su estatuto (entidad pública o privada, empleador, interlocutor social, etc.), su tamaño, su país de funcionamiento, etc.

Algunas organizaciones del sector audiovisual también pueden tener obligaciones adicionales vinculadas a un mandato público, una licencia de radiodifusión o porque se benefician de fondos públicos. Además, en los últimos años se han adoptado cada vez más recomendaciones y/o estrategias de igualdad de género en el sector. A continuación, se presenta una breve reseña de algunos documentos e iniciativas clave sobre el tema.

El **Marco de acciones para la igualdad de género**²⁵ en el sector audiovisual en Europa fue aprobado por los interlocutores sociales del Comité de Diálogo Social Europeo del Sector Audiovisual en octubre de 2011.

En él se reconoce la complejidad de las causas de la desigualdad de género en el lugar de trabajo arraigadas en las divisiones de género que existen en las familias y en la sociedad en su conjunto, así como la especificidad del producto audiovisual y su capacidad para influir y cambiar la vida familiar y la cultura.

²⁵ [Marco General de Acciones sobre Igualdad de Género, Comité de Diálogo Social Europeo del Sector Audiovisual](#), aprobado y adoptado el 27 de octubre de 2011 por las organizaciones miembro del Comité: Asociación de Televisión Comercial en Europa (ACT); Asociación de Radios de Europa (AER); Unión Europea de Radiodifusión (UER); Asociación Europea de Producción Audiovisual (CEPI); Federación Europea de Periodistas (EFJ); Federación Internacional de Actores (FIA); Federación Internacional de Asociaciones de Productores Cinematográficos (FIAPF); Federación Internacional de Músicos (FIM); UNI Europa – Medios de comunicación, Entretenimiento y las Artes (EURO-MEI)

Sobre estas premisas, el marco de acciones formula observaciones y recomendaciones para:

- *Mejorar la representación de los géneros:* a saber, la sensibilización, la capacitación y el suministro de información sobre la igualdad entre los géneros; la integración de un enfoque sensible a la cuestión de género en la representación de los géneros; la adopción de planes, estatutos y códigos de conducta sobre la igualdad entre los géneros e indicadores que tengan en cuenta la cuestión de género; etc.
- Abordar los papeles de género en el trabajo: a saber, perfiles de puestos de trabajo, procesos de contratación, selección y promoción que sean neutrales en cuanto al género, asociaciones con entidades educativas a fin de aumentar el número de mujeres en ocupaciones en las que están subrepresentadas, etc.
- *Lograr igualdad de remuneración:* por ejemplo, medidas tendientes a concienciar a las empresas y a las plantillas sobre la igualdad de remuneración, procesos de revisión y posible adaptación de políticas y procedimientos de recursos humanos, la inclusión de cláusulas de igualdad de remuneración en las negociaciones colectivas, etc.
- *Lograr la igualdad en la toma de decisiones:* a saber, la capacitación en cuestiones de género del personal encargado de la toma de decisiones, supervisores y superiores inmediatos, oportunidades de tutoría con conciencia de género para el personal no ejecutivo; etc.
- *Conciliación de la vida laboral y personal:* a saber, la rotación del personal y las tasas de absentismo y de enfermedad, campañas de sensibilización para alentar al hombre a compartir en forma equitativa los períodos de licencia, etc.

El Marco de acciones es uno de los resultados oficiales de la labor de los comités de diálogo social de la Unión Europea. Se lo considera un «*texto orientado a los procesos*», es decir, que implica la información periódica sobre los progresos realizados en el seguimiento de los objetivos en él fijados. Este informe es el resultado de un ejercicio de seguimiento iniciado por los interlocutores sociales en 2018.

En el ámbito del **Consejo de Europa**, el Comité de Ministros adoptó en septiembre de 2017 la **Recomendación CM/Rec(2017)9 sobre la igualdad de género en el sector audiovisual**²⁶. La Recomendación invita a los Estados miembros del Consejo de Europa a: (1) examinar su legislación y políticas; (2) recoger, monitorear y publicar datos; (3) apoyar la investigación; (4) fomentar el desarrollo continuo de la alfabetización mediática; y (5) mejorar la rendición de cuentas. También proporciona detalles sobre la forma de llevar a cabo esos objetivos, así como métodos de seguimiento e indicadores de rendimiento para ayudar a todos los interesados del sector audiovisual a reunir datos desglosados por sexo y a adoptar medidas coherentes sobre sus conclusiones. También alienta a los Estados miembros a supervisar los resultados sobre una base quinquenal.

El programa **Eurimages**, fondo del Consejo de Europa para las industrias culturales, también cuenta con una **estrategia de igualdad de género**²⁷ que tiene por objeto la distribución equitativa de la financiación de las coproducciones entre hombres y mujeres para el año 2020. Eurimages reúne información sobre el género de las personas que solicitan apoyo (todos los roles de género deben ser identificados durante el proceso de solicitud) e instrumenta acciones de sensibilización en materia de la igualdad de género.

La **Asociación Europea de Directores de Agencias de Cine** (EFAD) que reúne a 35 organismos públicos de financiación del cine y del audiovisual de 34 países, estableció en 2017 un **Grupo de trabajo de género**²⁸. Presidido por la Sra. Anna Serner, Directora General del Instituto Sueco de Cinematografía, el grupo tiene el objetivo de recoger y compartir mejores prácticas, servir de enlace con las instituciones europeas y otras partes interesadas, y contribuir al debate sobre el tema de la igualdad en el ámbito europeo.

²⁶ Recomendación CM/Rec(2017)9 del Comité de Ministros a los Estados miembros del Consejo de Europa sobre la igualdad de género en el sector audiovisual, adoptada por el Comité de Ministros del Consejo de Europa el 27 de septiembre de 2017

²⁷ Gender Equality Strategy (2018-2020): Aiming for 50/50 by 2020, Eurimages, Consejo de Europa

²⁸ Para más información, véase: <https://europeanfilmagencies.eu/members-partners/working-groups/gender>

De hecho, organismos nacionales de financiación del cine están recopilando y publicando cada vez más información sobre la distribución de sus fondos en función del género. Varios organismos también han puesto en marcha estrategias para corregir los desequilibrios de género en el sector y para prevenir la violencia y el acoso sexual. Esas estrategias se detallarán más adelante en este informe.

Por último, la **Plataforma Europea de Autoridades Reguladoras** (EPRA) también ha centrado su atención en las cuestiones de igualdad y diversidad de género en los últimos años. EPRA reúne a 53 autoridades reguladoras de la radiodifusión de 47 países. En 2018 sus miembros decidieron incluir en el programa de trabajo de la organización un intercambio de información sobre formas prácticas de fomentar una mejor representación de la sociedad en la pantalla y fuera de ella, que incluyera tanto la perspectiva de la representación de género como la de las minorías sociales, culturales y étnicas.

En septiembre de 2018 EPRA publicó un informe²⁹ en el que se ofrece un panorama general de las diferentes funciones y enfoques adoptados por las autoridades nacionales de reglamentación audiovisual para promover un mayor equilibrio en la representación e imagen de género tanto en la pantalla como fuera de ella. Si bien algunos organismos reguladores tienen obligaciones y facultades legales destinadas a mejorar la paridad de género en la pantalla, el tema de la representación fuera de la pantalla no había tenido hasta ese momento el mismo nivel de reconocimiento. El informe recomienda más acciones para la recolección de datos de manera más regular y completa pero también *«plantea la cuestión de si es deseable aumentar las competencias estatutarias de los reguladores que permitan asegurar un papel más formal en el logro de una mayor representación de género en los organismos de radiodifusión bajo su jurisdicción, así como en el contenido disponible para las audiencias europeas»*.

²⁹ [Achieving Greater Diversity in Broadcasting - special focus on Gender, benefits and best practice approaches](#), Documento de referencia comparativo redactado por Jessica Jones (Ofcom, ente regulatorio del Reino Unido), EPRA, septiembre 2018

3.2. Datos mundiales y europeos

Para comprender la situación, identificar los desafíos, y formular intervenciones específicas con el fin de mejorar la igualdad entre los géneros, la recopilación de estadísticas de género es fundamental.

En el sector audiovisual se han adoptado varias iniciativas a nivel mundial y europeo en los últimos años a fin de reunir datos sobre el género y alentar a las partes interesadas a actuar para mejorar la igualdad entre los géneros.

En el presente informe, varios casos de buenas prácticas ponen de relieve la importancia de la reunión de datos para vigilar los progresos, así como los resultados positivos que pueden lograrse cuando se comprende plenamente una situación y cuando se aplican medidas específicas que se ajustan a un contexto concreto.

Sin embargo, la reunión de datos sobre el género a nivel europeo en el sector audiovisual sería más eficaz si este proceso se mejorara aún más. En la mayoría de los casos se centra únicamente en algunas ocupaciones y se reúne de manera irregular. Sin embargo, las estadísticas disponibles ponen de manifiesto algunos desequilibrios importantes que deben abordarse, en consonancia con las estadísticas mundiales sobre el género presentadas en los capítulos anteriores.

Cuando se desarrolle la recopilación de datos sobre la igualdad y la diversidad en los años venideros, será fundamental asegurarse de que se recoja respetando plenamente las disposiciones legales dirigidas a la protección de los datos personales.

EN EL SECTOR DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN/RADIODIFUSIÓN

A nivel mundial, en 2015, solamente un 24% de las personas que aparecía, daban su opinión o sobre las cuales se leía en los periódicos, la televisión y la radio era mujeres, exactamente la misma cantidad que en 2010³⁰. Las mujeres están infrarrepresentadas especialmente en lo que se considera la categoría «más prestigiosa» de la labor periodística: noticias sobre política y gobiernos.

Las mujeres también están subrepresentadas en los puestos decisorios en las empresas europeas de medios de comunicación. En 2012, el 16% de los Directores Ejecutivos (CEO) de las empresas de los medios de comunicación eran mujeres. En el mismo año, las mujeres constituían el 25% de los miembros de la junta directiva y la proporción de mujeres en todas las funciones de toma de decisiones era del 30%³¹. Mientras se esperan estadísticas más recientes del sector comercial, podemos decir, sin embargo, que la proporción de mujeres entre los directores generales de los medios de comunicación de servicio público en los países de la UE es mayor y se ha duplicado en los últimos cuatro años: del 15% en 2015 al 31% en 2019³².

En 2014 Demos, un 'think tank' del Reino Unido, estimó que las mujeres periodistas reciben tres veces más comentarios abusivos en Twitter que sus homólogos masculinos; siendo el periodismo la única categoría estudiada —junto a las celebridades, los políticos y los músicos— donde las mujeres recibieron más abusos que los hombres³³.

En 2017 la Federación Internacional de Periodistas publicó los resultados de una encuesta realizada a casi 400 mujeres periodistas en 50 países. Reveló que el 48% había sufrido violencia de género en su trabajo y que el 44% había sufrido abusos en línea³⁴.

30 [Who makes the news - Global Media Monitoring Project 2015](#), coordinado por la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana, noviembre 2015

31 [Review of the implementation of the Beijing Platform for Action in the EU Member States: Women and the Media — Advancing gender equality in decision-making in media organisations](#), Instituto Europeo de la Igualdad de Género (EIGE): principales conclusiones, Unión Europea, 2013

32 [EBU's Media Intelligence Service - Gender Equality and PSM Report](#), marzo 2019

33 Para ver el artículo de Demos: <https://demos.co.uk/press-release/demos-male-celebrities-receive-more-abuse-on-twitter-than-women-2/>

34 [2017 survey on gender based violence](#), Federación Internacional de Periodistas

Una encuesta realizada en línea en 2018 por la Fundación Internacional de Mujeres en los Medios de Comunicación mostró que casi dos tercios de las mujeres encuestadas que se identificaron como trabajadoras de los medios de comunicación habían sido amenazadas o acosadas en línea por lo menos una vez³⁵.

EN LA PRODUCCIÓN DE CINE Y TELEVISIÓN

En el sector de la producción de cine y televisión, en los últimos años se han dado pasos importantes para recopilar estadísticas de género a nivel europeo, la mayoría de las veces encabezadas por organizaciones no gubernamentales dedicadas a promover la igualdad de género.

Paralelamente, un número cada vez mayor de organismos nacionales de financiación del cine han comenzado a elaborar informes periódicos sobre la distribución por género de su propia financiación. Sin embargo, esas estadísticas todavía se refieren en la mayoría de los casos a un número limitado de puestos, a saber, los de directores, productores y guionistas.

La Red Europea de Mujeres en el Audiovisual (EWA) reveló que en el periodo 2006-2013 la proporción global de mujeres directoras que trabajaban en la industria europea era inferior a una cuarta parte (24%), mientras que el 44% de las licenciaturas en escuelas de cine pertenecen a mujeres³⁶. El estudio de EWA también demostró que durante ese periodo la mayoría de las ayudas públicas son otorgadas a películas dirigidas por hombres (84%) y que las mujeres directoras dirigieron en su mayoría producciones de bajo presupuesto³⁷.

Otro estudio realizado por el Lab Femmes de Cinéma destaca el porcentaje de películas dirigidas por mujeres durante el periodo de 2012 a 2018 en diferentes países europeos. Suecia está a la cabeza con un 30,35%, seguida de los Países Bajos (29,50%), Noruega (28,66%), Austria (26,15%)

35 [Attacks and Harassment - The Impact on Female Journalists and Their Reporting](#), Fundación Internacional de Mujeres en los Medios (IWMF) y Troll-Busters.com, 2018

36 Esa brecha entre los niveles de educación y los niveles de empleo existe en otros sectores y también se ha notado a nivel intersectorial en la UE. En 2017, el 45% de las mujeres completaron estudios de educación terciaria frente al 35% de los hombres, mientras que las tasas de empleo siguen siendo favorables a los hombres (11% de diferencia de empleo en 2017). Fuente: [Gender Statistics, Eurostat](#)

37 [Where are the Women Directors? Report on gender equality for directors in the European film industry 2006-2013](#), European Women's Audiovisual Network, 2016

y Finlandia (25,91%). En el mismo período, Italia (9,91%) y el Reino Unido (12,09%) están entre los países europeos que presentan las tasas más bajas de mujeres directoras³⁸.

Por último, es importante señalar que en 2019 el programa Europa Creativa MEDIA de la Unión Europea ha comenzado a trabajar sobre la cuestión de género en estrecha cooperación con los interesados del sector audiovisual. Publicó por primera vez datos desglosados por género de su apoyo financiero. Entre 2014 y 2018, el 30% de los solicitantes fueron mujeres, con una tasa de éxito del 52,12%. Más del 50% de los participantes en los programas de formación desarrollados por MEDIA eran mujeres, pero, en lo relativo a la distribución de películas no nacionales, en 2018, de las diecinueve películas seleccionadas, solo dos fueron dirigidas por mujeres³⁹.

3.3. Datos nacionales

Las estadísticas nacionales sobre la presencia de la mujer en el sector audiovisual solo están disponibles en un número limitado de países europeos. Sin embargo, la recopilación sistemática y periódica de datos se asocia cada vez más a la puesta en marcha de estrategias de igualdad y las evoluciones positivas deberían ser más visibles en los próximos años.

EN EL SECTOR DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN/RADIODIFUSIÓN

En la Bélgica francófona (Federación Valonia-Bruselas), las mujeres constituyen el 35% de los periodistas. Dentro de la fuerza de trabajo joven, hay una casi-paridad, no obstante, entre los periodistas mayores de 30 años, la brecha se amplía. A partir de los 40 años, la presencia de las mujeres disminuye fuertemente y en el grupo de edad de más de 55 años, las mujeres solo representan el 20% de la fuerza de trabajo. Las mujeres tienen un nivel de educación superior al de los hombres en todos los grupos de edad, pero están subrepresentadas en los puestos jerárquicos⁴⁰.

³⁸ [Dynamic study of European female filmmakers, Update 2019, English summary](#), Le Lab Femmes de Cinéma, noviembre 2019

³⁹ [Media Creative Europe - Supporting Gender Balance brochure](#)

⁴⁰ [Être femme et journaliste en Belgique francophone](#), Laboratoire des pratiques et identités journalistiques (LaPIJ), ReSIC, Université libre de Bruxelles et Université de Mons, con el apoyo de la Asociación de Periodistas Profesionales, diciembre 2018

En **Francia**, un estudio general sobre las industrias culturales y creativas (que abarca la radiodifusión y el cine, pero también el espectáculo en vivo, las artes visuales, la edición, la publicidad y los videojuegos) publicado en 2018 ha demostrado que en las ocupaciones culturales se viene observando un mayor equilibrio en cuanto al género en el último decenio: se ha pasado de un poco más del 30% de mujeres en 1991 frente al 43% en 2015. Sin embargo, la proporción de mujeres en situación de empleo sigue estando por debajo de la media general del 48% de la población activa francesa. En lo que respecta a los puestos de dirección, solo un tercio de las instituciones culturales financiadas con fondos públicos están dirigidas por mujeres. Sin embargo, el sector audiovisual y los medios de comunicación son excepciones notables, ya que el 80% de los puestos de dirección de los medios de comunicación de servicio público están ocupados por mujeres⁴¹.

En el ámbito periodístico, de los 35 000 periodistas que poseían carné de prensa en Francia en 2018, el 47% eran mujeres. Sin embargo, solo representan el 38% de editores en jefe, el 22% de reporteros fotógrafos y el 26% de los directores de publicación, mientras que están sobrerrepresentadas en los cargos de secretarios de redacción (64%), productores o directores (58%)⁴².

En el Reino Unido, OfCom, el ente regulador de los servicios de comunicaciones, publica regularmente informes sobre los sectores de la televisión y de la radio.

En el sector de la televisión, las mujeres representan el 45% del personal empleado U en 2018/2019, un nivel inferior con respecto al 47% en 2016 y menor al 47%, que es la representación de la mujer en el mercado de trabajo en general. Sin embargo, se ha registrado un leve aumento desde 2017/2018 en la proporción de mujeres que ocupan puestos directivos: del 41% al 42%⁴³.

⁴¹ [L'économie mosaïque - 3e Panorama des Industries Culturelles et Créatives en France](#), firma de consultoría y auditoría Ernst & Young Advisory, noviembre 2019

⁴² [Observatoire de l'égalité entre femmes et hommes dans la culture et la communication 2019](#), Ministère de la Culture - Département des études, de la prospective et des statistiques, marzo 2019

⁴³ [Diversity and equal opportunities in television - Monitoring report on the UK-based broadcasting industry](#), OfCom, septiembre 2019

En la radio, aunque la representación de las mujeres es ligeramente superior a la del mercado laboral del Reino Unido (un 51% frente al 47%), las mujeres siguen estando subrepresentadas en los roles gerenciales, ya que los hombres siguen constituyendo una mayor proporción de los puestos directivos superiores (63%) y gerenciales intermedios (54%)⁴⁴.

EN LA PRODUCCIÓN DE CINE Y TELEVISIÓN

En Alemania, el Consejo Federal de Cine (FFA) publicó por primera vez en 2017 un estudio sobre género y cine. El estudio arrojó que el 42% de los productores, el 40% de los guionistas y el 28% de los directores de largometrajes son mujeres, mientras que la proporción de mujeres en las escuelas de cine es de un 40% de media⁴⁵.

Otro estudio destacó que, en las producciones televisivas de programas de ficción, la proporción de mujeres directoras es de un 14% y que el 23% de los guionistas son mujeres⁴⁶.

Un tercer estudio, encargado en asociación por las emisoras de televisión públicas y privadas y las juntas de financiación cinematográfica, publicado en el verano de 2017, examinó la representación de género en las producciones cinematográficas y televisivas alemanas. Sobre la base de un análisis detallado de más de 3500 horas de programas de televisión, el estudio muestra que las mujeres están claramente subrepresentadas en las pantallas alemanas. En la televisión por cada dos hombres hay una mujer, además, un tercio de todos los programas para el público en general emitidos por las cadenas no incluyen ninguna protagonista femenina⁴⁷.

⁴⁴ [Diversity and equal opportunities in radio - Monitoring report on the UK radio industry](#), OfCom, julio 2019

⁴⁵ [GENDER UND FILM - Rahmenbedingungen und Ursachen der Geschlechterverteilung von Filmschaffenden in Schlüsselpositionen in Deutschland](#), FFA, 2017

⁴⁶ [Gender und Fernsehfilm - Eine Studie der Universität Rostock und des Fraunhofer-Instituts im Auftrag von ARD und ZDF](#), 2017

⁴⁷ [Audiovisuelle Diversität? Geschlechterdarstellungen in Film und Fernsehen in Deutschland](#), Institut für Medienforschung, Philosophische Fakultät, Universität Rostock, Julio 2017

En el Reino Unido, la asociación profesional Directors UK publicó en 2016 un estudio que revelaba que entre 2005 y 2014, solo el 13,6% de los directores de cine en actividad eran mujeres y que durante este periodo de diez años el porcentaje de películas británicas dirigidas por mujeres aumentó solo un 0,6%. El estudio también arrojó que, a medida que los presupuestos aumentan, disminuye el número de mujeres directoras contratadas (el 16,1% de las películas con un presupuesto inferior a 500 000 libras esterlinas tienen una mujer directora; una cifra que desciende al 3,3% para las películas que cuentan con un presupuesto superior a los 30 millones de libras esterlinas).

El mismo estudio destaca que en las producciones cinematográficas del Reino Unido, solo dos de nueve puestos creativos clave tenían una representación femenina superior al 50%. Por ejemplo, el 25,7% de los productores de películas británicas eran mujeres, mientras que las mujeres representaban el 14,6% de los guionistas. Los departamentos de transporte, sonido y cámara tenían menos de un 10% de mujeres en el equipo de rodaje. Solo los departamentos de casting, maquillaje y vestuario tienen mayoría de mujeres en el equipo. Según este estudio, el 30,9% del personal que trabaja en películas dirigidas por mujeres son mujeres, en comparación con el 24,1% de las películas dirigidas por hombres. En el Reino Unido las mujeres representan aproximadamente la mitad del total de estudiantes de cine. En cada especialidad, en el Reino Unido las mujeres están mejor representadas en los cursos de cine que en el personal en la industria cinematográfica⁴⁸.

Desde el 2017 el British Film Institute (BFI) ha adoptado un objetivo de igualdad de género del 50%, para quienes financian y quienes emplean. En cuanto a las mujeres directoras, para 2017/2018, el 39% de las producciones financiadas por el BFI fueron dirigidas por mujeres.

En el sector de la televisión, otro estudio publicado por Directors UK en 2018 reveló que el 25% de los episodios emitidos por la BBC, ITV, Canal 4 y Canal 5 durante el periodo 2013-2016 han sido dirigidos por mujeres. El estudio destaca además que en este periodo el porcentaje de programas dirigidos por mujeres ha disminuido en un 2,98%⁴⁹.

⁴⁸ [Cut out of the Picture - Une étude sur l'inégalité des sexes parmi les réalisateurs de films dans l'industrie cinématographique britannique](#), Directors UK, mayo 2016

⁴⁹ [Who is calling the Shots – Gender inequality among screen directors working in UK Television](#), Directors UK, agosto 2018

En la Bélgica francófona (Federación Valonia -Bruselas), de las producciones audiovisuales que recibieron financiación pública entre 2010 y 2015, un 74,5% eran dirigidas por hombres y un 71% de los guionistas eran hombres mientras que, en las escuelas de cine, un 45% de los estudiantes de directores de cine eran hombres y un 38% de los que seguían la carrera de guionista eran hombres⁵⁰.

En Francia, entre 2008 y 2017, el 23,3% de los largometrajes apoyados por el ente de financiación cinematográfica (Centre National du Cinéma et de l'Image animée) fueron dirigidos por mujeres (un 27% en 2017 frente al 20,8% en 2018). El presupuesto de estas películas es, en término medio, un 37,1% menor que el de las películas dirigidas por hombres. Los costes medios de distribución de las películas dirigidas por mujeres son un 34,4% menor que los de las dirigidas por hombres.

Durante el periodo 2009-2016, un análisis de ocupaciones por género revela claramente profesiones «masculinas» y «femeninas». Las ocupaciones predominantemente a cargo de mujeres son las de «continuista/ ayudante de guion» (95,3%), «diseñadoras de vestuario/vestuaristas/sastras» (88,1%) y «peluqueras/ maquilladores» (74,4%). Por otra parte, la proporción de mujeres en las profesiones técnicas es sumamente baja: un 4,7% de mujeres «maquinistas», 5,3% de mujeres «electricistas» y 5,6% de mujeres «técnicas en iluminación/ encargada de efectos especiales».

En una gran mayoría de las profesiones de la producción cinematográfica, el salario medio por hora de la mujer es inferior al del hombre. En ciertas categorías profesionales, las diferencias son bastante marcadas. El salario medio de una directora de largometraje es un 42,3% inferior al de un director. Esta diferencia salarial también es particularmente marcada para las ocupaciones relacionadas con la producción, ya que el salario medio por hora de la mujer es un 38,9% inferior al del hombre.

Las mujeres representan el 42% de la mano de obra de la producción audiovisual en Francia. Las ocupaciones son, de manera similar a la producción cinematográfica, marcadas como mayoritariamente «femeninas» o «masculinas», pero la brecha salarial general de género es menos importante que en la producción cinematográfica. Sin embargo, algunas categorías profesionales se destacan como las más desiguales en términos de remuneración, como la ocupación de directoras (-30,7% para las mujeres) o de productoras (-15,7%)⁵¹.

50 DERRIÈRE L'ÉCRAN : OÙ SONT LES FEMMES ? Les femmes dans l'industrie cinématographique en FWB 2010-2015, Engender et Elles tournent, 2016

51 La place des femmes dans l'industrie cinématographique et audiovisuelle - les études du CNC, Direction des études, des statistiques et de la prospective du CNC et le Service Pilotage & Statistiques d'Audiens, marzo 2019



4. Lograr la igualdad: buenas prácticas en toda Europa

4.1. Diseño de estrategias, establecimiento de objetivos, elaboración de indicadores y seguimiento de los avances

Nuestro ejercicio de mapeo demostró que el impacto a largo plazo y el cambio estructural se produjeron en organizaciones que han implementado estrategias de igualdad de género de manera sistemática, respaldadas con los recursos humanos y financieros pertinentes, y que contaron con el apoyo incondicional de sus líderes.

Las estrategias de igualdad de género que carecen de objetivos, o los objetivos de igualdad de género que carecen de un proceso de seguimiento han demostrado tener un efecto deficiente. Incluso pueden ser contraproducentes si los esfuerzos realizados en su elaboración se consideran simplemente como un ejercicio para «marcar una casilla»: *«Hemos adoptado un plan de igualdad de género, nuestro trabajo por la igualdad está hecho».*

a) Las etiquetas «Igualdad Profesional» y «Diversidad» en Francia

La etiqueta «Igualdad profesional entre mujeres y hombres» se creó en 2004 para promover la igualdad y la representación justa en los lugares de trabajo franceses. Cuatro años más tarde se creó una segunda etiqueta, dedicada esta vez a la «Diversidad» en el ámbito de la gestión de los recursos humanos y en las relaciones con los proveedores, socios y clientes o usuarios de las organizaciones públicas y privadas.

Esta distinción es otorgada por la entidad de Certificación AFNOR⁵², un organismo independiente. La etiqueta reconoce y promueve las buenas prácticas en el reclutamiento y el ejercicio profesional que fomenta la igualdad profesional entre mujeres y hombres y la diversidad en el lugar de trabajo.

⁵² Para más información sobre AFNOR y las etiquetas:
<https://certification.afnor.org/ressources-humaines/alliance-label-diversite-label-egalite-professionnelle>

Las organizaciones pueden postularse para que se les conceda una de las dos etiquetas, pero, a partir de 2015, ambas distinciones pueden otorgarse conjuntamente al final de un proceso de evaluación (pero con dos comités de aprobación diferentes).

Trescientos organismos públicos y privados en Francia han sido premiados hasta la fecha con una o dos de estas etiquetas: emisoras públicas y privadas, como France Télévisions, Radio France o TF1, pero también grandes empresas de otros sectores económicos (Areva, PSA, Vinci, SFR, Veolia, Macif, Axa France) y, en el sector público, la han recibido ministerios, ciudades y autoridades locales. La distinción dura cuatro años, con un seguimiento intermedio al cabo de dos años.

La obtención de la etiqueta es una misión exigente que moviliza importantes recursos dentro de una organización. Para obtener y conservarla, una empresa debe establecer indicadores, recopilar información de sus departamentos internos y consolidar informes cuantitativos y cualitativos con regularidad.

Para que a una organización se le concede la etiqueta de «Igualdad Profesional» debe demostrar acciones y proporcionar información sobre:

- Estadísticas sobre la fuerza de trabajo, acompañadas de un análisis cualitativo del estado de la cuestión y una evaluación de los riesgos;
- La definición e implementación de una política de igualdad (formalización del compromiso de la autoridad competente, responsabilidades y autoridades, acuerdo y participación de los sindicatos, preparación de los planes de acción, asignación de los recursos necesarios, implementación y seguimiento de los planes de acción por parte de la dirección);
- La creación y gestión de una línea telefónica de atención;
- Comunicación interna, acciones de concienciación (luchar contra los prejuicios), formación;
- La integración de los objetivos de igualdad en la gestión de los recursos humanos y en el gobierno de la organización;
- Comunicaciones externas;
- El seguimiento y las líneas de acción para la mejora de la política.

TF1 fue la primera emisora en Francia en obtener la etiqueta de la diversidad en 2010⁵³.

53 Para más detalles (en francés):

www.francetelevisions.fr/groupe/nos-engagements/nos-engagements-societaux-169

Radio France la primera radiodifusora de servicio público en obtener la etiqueta de «Diversidad», en 2013. France Télévisions, luego de haber firmado su primer acuerdo interno con los sindicatos sobre la cuestión de la diversidad en 2007, recibió la etiqueta de la diversidad en 2014 y, en 2018, solicitó y se le concedió por primera vez el sello de igualdad profesional⁵⁴.

b) Las acciones del Grupo CANAL+ en Francia y de ITV en el Reino Unido

En marzo 2019, el Grupo CANAL+ firmó la Carta de la Asociación «Para que haya mujeres en los medios de comunicación» y, por lo tanto, se comprometió abiertamente con la promoción de la igualdad de género y la lucha contra el acoso y el comportamiento sexista⁵⁵.

La Carta⁵⁶, respaldada por el Ministerio de Cultura y el Secretario de Estado responsable por la igualdad entre hombres y mujeres y la lucha contra la discriminación, fue firmada en 2019 por 18 representantes de los principales medios de comunicación⁵⁷ (radio, televisión, productoras, y agencias del audiovisual) y por otras 58 organizaciones de los medios de comunicación y también del mundo de la música en enero de 2020⁵⁸.

Las empresas, al firmar la Carta, se comprometen a informar y educar a sus empleados sobre el acoso sexual, a establecer un punto de contacto de «escucha» y a compartir las buenas prácticas con los demás signatarios de la Carta.

54 Para más detalles (en francés):

www.francetelevisions.fr/groupe/nos-engagements/nos-engagements-societaux-169

55 Para visitar la página web de la Asociación 'Pour les Femmes dans les médias' véase:

<http://www.pfdmedia.fr/>

56 Para leer el texto de la Carta (en francés) véase:

www.pfdmedia.fr/wp-content/uploads/2019/06/Charte-PFDM.pdf

57 TV5 Monde, Mediawan, ARTE, France Télévisions, Havas Worldwide, Disney Channel EMEA & Disney TV France, Newen, Europe 1, OCS, Groupe TF1, Groupe Canal+, NRJ group, France Médias Monde, Groupe M6, Lagardère Active, INA, Radio France, NextRadioTV

58 Para consultar la lista de firmantes de enero de 2020, véase: www.culture.gouv.fr/Presse/Communiqués-de-presse/Signature-de-la-Charte-Pour-les-femmes-dans-les-medias-pour-la-deuxieme-annee-consecutive-au-ministere-de-la-Culture

Dentro del Grupo CANAL+ se han implementado varias acciones para combatir el sexismo, la discriminación y el acoso:

- La creación de un nuevo procedimiento de alerta de casos de acoso;
- La formación de un centenar de directivos y colaboradores de recursos humanos para reaccionar ante situaciones de acoso y sexismo cotidiano (con el objetivo de formar, en última instancia, a todos los directivos del grupo);
- La movilización de los talentos del grupo al servicio de la causa a través de videos de sensibilización dedicados al sexismo cotidiano;
- Asignar gran parte del presupuesto dedicado al incremento anual de 2019 para compensar las desigualdades salariales, al permitir que la brecha se reduzca a dos puntos.

Con el fin de asegurar una mejor representación de las mujeres en el contenido de sus producciones y en las profesiones de la empresa, otro tema esencial de la Carta, el Grupo CANAL+ ha lanzado, entre otras acciones:

- Una carta comprometiéndose a la igualdad profesional entre mujeres y hombres en las producciones originales ('Créations Originales'), pero también a la representación de la diversidad sin estereotipos (en 2020 esta carta se hará extensiva a STUDIOCANAL, programas y el Canal Brand Factory);
- Un programa titulado Talent Boost'Her (Su talento la impulsa) dedicado a las mujeres del grupo.

En 2019, el grupo Canal+ también trabajó para aumentar la presencia de mujeres delante y detrás de la cámara con, por ejemplo, cinco series de STUDIOCANAL dirigidas por mujeres.

En cuanto a la cuestión de la Diversidad, el Grupo CANAL+ tiene 4 líneas de acción adicionales: salud (que incluye discapacidad), LGBT+, diversidad generacional (menos de 30 años y más de 50 años) y orígenes mixtos (sociales, culturales, geográficos y/o étnicos).

Cada pilar se traduce en acciones concretas guiadas por líneas prioritarias:

- Ejemplaridad de procesos internos y de RR.HH. y la lucha contra la discriminación;
- la sensibilización del cuerpo directivo y de la plantilla y visibilidad de las minorías/diversidad;
- impactos positivos en el ecosistema (a través de la producción de contenidos o mediante la participación de los empleados en iniciativas externas).

La red de televisión comercial británica ITV adoptó también objetivos de igualdad de género y de diversidad⁵⁹.

Para el 2022 tiene como objetivo llegar a:

- un 30% de mujeres en su junta directiva, un 50% de mujeres en su equipo directivo superior, un 50% de mujeres en la plantilla y un 50% de mujeres en la pantalla;
- un 10% de representantes de los grupos de origen negro, asiático u otras minorías étnicas en su junta directiva, un 15% en su equipo directivo, un 15% en la plantilla, y un 15% en la pantalla;
- un 8% de los puestos directivos y un 8% de la plantilla ocupados por personas con una discapacidad declarada, un 15% de personas con discapacidad en la pantalla;
- una plantilla compuesta por un 6,5% de personas del colectivo LGBT+⁶⁰.

Además del plan de acción y de los instrumentos adoptados internamente para alcanzar esos objetivos, ITV elaboró compromisos para los programas por encargo en los que se pide a los productores independientes que informen explícitamente sobre estos datos cuando se les adjudiquen contratos⁶¹.

Esos compromisos incluyen declaraciones sobre la política y las directrices vigentes en relación con la adhesión a la Ley de igualdad del Reino Unido de 2010 y sobre el respeto del salario mínimo vital del Reino Unido y/o de Londres.

59 Para más información sobre los objetivos de propósito social de ITV, véase:

www.itvplc.com/socialpurpose/diverse-creativity

60 Personas Lesbianas, Gays, Bisexuales, Transgénero/Transexual plus (el signo + se emplea para aludir al resto de diversidades sexuales y de género e incluye personas asexuales, intersexuales, queer, cuestionantes, etc.)

61 Para más información sobre las directrices para la puesta en marcha de proyectos de ITV, véase:

www.itv.com/commissioning/guidelines/social-partnership

También piden a los socios de producción que se comprometan a un mínimo de dos promesas por producción en relación con la diversidad fuera de la pantalla que se elegirán de la siguiente lista:

- Emplear a una persona de un grupo subrepresentado en una función directiva (nivel de productor o superior).
- Emplear a un equipo de producción que sea representativo e inclusivo en línea con las estimaciones de la fuerza laboral.
- Ofrecer oportunidad de desarrollo profesional o una oportunidad a una persona de un grupo subrepresentado para que pueda pasar a un puesto más alto.
- Emplear al menos a un pasante o aprendiz remunerado de un grupo subrepresentado.
- Si los productores creen que su producción mejora la diversidad y la inclusión detrás de la pantalla de una manera diferente pero medible, también pueden declararlo («*No queremos que marques las casillas porque sí*»).

En 2018 ITV también ha apoyado el proyecto *Comedy 50:50*⁶², una iniciativa de la Sra. Saskia Schuster, Controladora de Comedia de ITV, diseñada para abordar el desequilibrio de género en la comedia. Ofrece una base de datos de más de 500 escritoras para su uso en toda la industria, y celebra periódicamente eventos con charlas y paneles de discusión, redes de contactos enfocadas y reuniones introductorias entre escritores, productores y agentes. *Comedy 50:50* también ha puesto en marcha un plan de tutoría, junto con ScreenSkills, el organismo de competencias para las industrias creativas basadas en la pantalla del Reino Unido.

En línea con esta iniciativa, ITV estipula ahora entre sus términos que cuando se contratan a productoras para la realización de programas de comedia por encargo en el equipo de guionistas debe haber escritores y escritoras. Al entregar los encargos con guiones, la producción debe demostrar que se ha hecho todo lo posible para incluir mujeres en la sala de redacción⁶³.

⁶² Para más información sobre la iniciativa Comedy 50:50, véase: <https://comedy5050.com/>

⁶³ Para más información, véase: <https://www.itvplc.com/socialpurpose/news/2019/itv-comedy-to-only-commission-shows-with-gender-balanced-writings-teams>

c) Los «planes de igualdad» del Estado Español

Entre 2004 y 2008, las políticas de igualdad de género en España experimentaron un progreso considerable. Durante este período se promulgaron importantes leyes, como las relativas a la violencia de género (Ley 1/2004), para la igualdad efectiva de mujeres y hombres en el empleo, la participación equilibrada en la toma de decisiones políticas y económicas y la inclusión de la perspectiva de género (Ley 3/2007), y la relativa a la Promoción de la Autonomía Personal y Atención a las personas en situación de dependencia (Ley 39/2006).

La ley para la igualdad efectiva Ley 3/2007 prevé la aplicación obligatoria de planes de igualdad en los órganos de gobierno y contempla el deber de negociar planes de igualdad en las empresas con una plantilla de más de doscientos cincuenta personas.

En 2011 se dio un paso adelante cuando una resolución reguló los incentivos económicos a las empresas de menos de doscientos cincuenta empleados que voluntariamente negocien e implementen un plan de igualdad.

Una enmienda de 2017 extiende la exigencia de los planes de igualdad a empresas de cincuenta o más trabajadores⁶⁴.

Los planes de igualdad deben negociarse con los representantes de los trabajadores e incluyen diferentes secciones que cubren tres áreas clave: situación actual, plan de acción y sistemas de seguimiento. Los Planes de Igualdad también tienen que abordar cuestiones como el proceso de selección y contratación, las condiciones de trabajo y la prevención del acoso sexual.

Mediapro, el grupo de producción de contenidos de alcance internacional, se está preparando para la elaboración y adopción de Planes de Igualdad en sus compañías con más de 50 trabajadores en plantilla, todos ellos amparados bajo la directriz general del Plan de Diversidad del Grupo, creado en 2019. Bajo la supervisión de la directora de igualdad y diversidad, y en estrecha colaboración con el Comité de Diversidad del Grupo, que incluye a varios miembros del Consejo de Dirección, este plan cubre una serie de acciones en el campo de reclutamiento, capacitación, promoción de la mujer y reducción de la brecha salarial de género.

⁶⁴ Las empresas deberán tener un registro de salarios para evitar la discriminación por sexo, El País 2 de marzo 2019

También se están designando oficiales de diversidad en los diferentes lugares de trabajo del grupo y se han adoptado protocolos para la prevención y detección de violencia y acoso.

Durante el año 2019, el equipo de Diversidad & Igualdad de Mediapro, ha publicado su primera Guía de ayuda para las mujeres trabajadoras de Mediapro que están siendo víctimas de violencia de género, aportándoles ayuda psicológica, legal y económica para hacer frente a su situación y ayudarles a recuperar su proyecto vital. En su trabajo constante de mejorar la diversidad de género en el Grupo, hemos conseguido reducir la brecha salarial de género en 1,83 puntos porcentuales, situándonos por debajo de la media en España (nuestra brecha actual es menor del 10%, frente al 14.20% de España). La presencia de mujeres en el Grupo también se ha visto mejorada durante el último año en casi 1 punto porcentual, situándonos actualmente en un 34% de presencia femenina.

En 2017, RTVE evaluó su plan de igualdad para el período 2012-2016⁶⁵. Se midieron las mejoras: un aumento del número de mujeres en la dirección (del 27,1% en 2017 al 37,28% en 2019), pero todavía se debe avanzar en áreas clave como la brecha salarial de género y la necesidad de que la empresa en su conjunto se apropiara de los objetivos de igualdad de género.

Sobre la base de esa evaluación, la recién creada «Dirección de Bienestar Laboral, Igualdad y Diversidad» puso en marcha nuevas medidas, como talleres sobre sesgos inconscientes y liderazgo inclusivo, la promoción de los talentos de la mujer mediante una plataforma de promoción y sesiones de capacitación específicas, el uso de un lenguaje inclusivo en los canales internos, distribución de un cuestionario sobre conciliación de la vida laboral, personal y laboral y la publicación de una guía dedicada al tema.

En noviembre de 2017, como una de las acciones de seguimiento del «Pacto de Estado contra la Violencia de Género»⁶⁶, RTVE también creó un Observatorio de Igualdad centrado en la representación de las mujeres en la pantalla (televisión) y en el aire (radio).

65 Para saber más sobre el plan de igualdad de RTVE véase:
<http://www.rtve.es/rtve/20140522/plan-igualdad/942205.shtml>

66 Para leer el Pacto, véase:
www.violenciagenero.igualdad.mpr.gob.es/pactoEstado/home.htm

d) Objetivos de igualdad del Instituto Sueco de Cinematografía

La promoción de la igualdad en la industria cinematográfica sueca forma parte del mandato del Instituto Sueco de Cinematografía desde el año 2000. En el «Acuerdo Cinematográfico» de 2006 se introdujeron por primera vez objetivos de igualdad: los fondos de producción distribuidos por el Instituto tenían que distribuirse equitativamente entre hombres y mujeres en puestos clave (productor, director y guionista); al menos el 40% de los fondos distribuidos tenían que concederse a proyectos dirigidos por mujeres profesionales en esos puestos clave.

Sin embargo, en los años siguientes, los progresos fueron demasiado lentos y, en 2013, el Instituto reafirmó su ambición de alcanzar los objetivos establecidos: amenazó con utilizar cuotas si no se alcanzaban los objetivos para 2016.

El Instituto Sueco de Cinematografía también aprobó un plan de acción sobre la igualdad de género con el fin de contrarrestar algunos de los argumentos que a menudo se utilizan para combatir las acciones positivas a favor de la igualdad de género:

- *«No hay mujeres competentes»*: el Instituto creó la página web Mujeres Nórdicas en el Cine⁶⁷ para dar mayor visibilidad al trabajo de las mujeres profesionales en la industria cinematográfica de la región;
- *«Las mujeres cineastas no poseen la experiencia suficiente»*: El Instituto puso en marcha un programa para directoras de cine con el objeto de sensibilizar sobre las estructuras de género y para reforzar las redes de comunicación;
- *«No hay muchas mujeres que quieran ser directoras»*: El Instituto se asoció con escuelas para identificar los principales retos que entorpecen la carrera de las mujeres profesionales;
- *«La cantidad disminuye la calidad»*: El Instituto estableció «identificadores de calidad» (participación en festivales/ reseñas críticas/ taquilla) que demostró que la calidad de las películas realizadas luego de 2013 no ha deteriorado;
- *«La industria no quiere cambiar»*: El Instituto puso en marcha investigaciones y estudios para comprender la dinámica de poder en el sector.

⁶⁷ Para la página web «Nordic Women in Film», véase: www.nordicwomeninfilm.com

Al aplicar este nuevo plan de acción, el escrutinio se convirtió en algo central, ya que el personal que decidía sobre la asignación de las subvenciones tenía que hacer un seguimiento y justificar sus decisiones de financiación en concordancia con un nuevo conjunto de criterios que demostraban la «calidad» de un proyecto (originalidad, pertinencia del tema, valor artístico).

En 2015 el Instituto Sueco de Cinematografía había alcanzado los objetivos de equilibrio de paridad de género en la distribución de fondos para proyectos dirigidos por directores y directoras⁶⁸.

En 2016 se aprobó un nuevo plan de acción⁶⁹ con objetivos renovados, como el aumento del número de mujeres en puestos clave en las producciones a gran escala y la recopilación de estadísticas de género aún más detalladas para los proyectos apoyados por el Instituto.

En 2018 el Instituto de Cinematografía publicó su segundo informe sobre la igualdad entre los géneros, titulado *La cuestión del dinero*⁷⁰. En el informe se destaca la disminución de la proporción de mujeres directoras y guionistas de las películas apoyadas en 2017 en comparación con 2016, un retroceso que planteó varias cuestiones: ¿En qué periodo debe estudiarse el progreso? ¿Son los retrocesos de orden coyuntural o demuestran una resistencia más profunda? En el informe también se subrayó que todavía persiste una considerable brecha presupuestaria entre los proyectos creados por hombres y por mujeres.

e) La estrategia de igualdad de ORF en Austria

La ley federal que regula los servicios públicos de radiodifusión austriacos (ORF) obliga a estos promover activamente la igualdad en sus equipos y la diversidad en la pantalla.

En 2011 ORF investigó la posición de las mujeres en su organización y encontró un desequilibrio de género generalizado. Si bien las mujeres constituyen el 42% de su fuerza de trabajo, se concentran en la elaboración de programas y están muy poco representadas en los puestos técnicos.

⁶⁸ [Looking back and moving forward - Gender Equality Report 2017](#), Instituto Sueco de Cinematografía

⁶⁹ [Goal 2020: Gender equality in film production, in front of and behind the camera](#), Instituto Sueco de Cinematografía, 2016

⁷⁰ [The Money Issue Gender Equality Report 2018](#), Instituto Sueco de Cinematografía

En la alta dirección hay pocas mujeres, con solo un 11% en puestos de directoras de estudios regionales y 22% en puestos de jefas de departamentos centrales. No había ninguna mujer en la junta directiva. Además, constituían dos tercios de los empleados a tiempo parcial.

Para hacer frente a esta situación, el ORF adoptó en 2012 un plan de igualdad de género⁷¹. Su objetivo era promover la igualdad de género y las carreras de las mujeres, abolir las discriminaciones existentes, permitir la conciliación de la vida familiar y laboral de las mujeres y los hombres, lograr una participación del 45% de las mujeres en las esferas en que las mujeres están infrarrepresentadas y aumentar la participación de las mujeres en las profesiones técnicas.

A partir de 2012, la aplicación del plan se supervisa todos los años. Los objetivos intermedios se negocian cada dos años con la dirección. En 2018 había un 32% de mujeres en puestos directivos (el 24% en puestos superiores); un aumento de alrededor del 10% en 10 años.

En los diferentes departamentos del ORF, se han nombrado a seis funcionarios de igualdad de oportunidades. Trabajan un 30% en su «trabajo normal» y un 70% en la cartera de igualdad. Responden directamente a la dirección, pero permanecen «físicamente» en sus departamentos originales. Una Comisión de Igualdad, compuesta por esos funcionarios, así como por representantes de la dirección del ORF y de los sindicatos, dirige el trabajo sobre el tema de la igualdad de género. La Comisión se reúne en promedio cada dos meses. La Comisión de Igualdad también se ocupa de los casos de presunto acoso sexual.

ORF organiza seminarios de «formación con incorporación del enfoque de género» para todos los empleados en puestos de dirección. Cuando se contrata para puestos de alto nivel, en el caso de que no se reciban suficientes candidaturas de mujeres, la fecha límite puede posponerse dos semanas y se aborda a posibles candidatas y se las anima a presentar su solicitud. ORF está estudiando actualmente el equilibrio de género en las producciones externas que encarga y las formas de mejorar este equilibrio en el futuro.

⁷¹ El Plan de Igualdad de ORF de 2012 se puede bajar en el siguiente enlace (disponible en alemán): https://zukunft.orf.at/rte/upload/texte/2013/recht_grundlagen/en_gleichstellungsplan.pdf

4.2. Concienciar, ofrecer formación y comprometer a las organizaciones y a las personas a cambiar

Para que el sector audiovisual logre un cambio sostenible dentro de sus propias estructuras, pero también a través de las imágenes que muestra y las historias que cuenta, es importante visibilizar y hacer comprensible la discriminación estructural de género que aún persiste en las familias, en el lugar de trabajo y en la sociedad misma.

a) La coalición neerlandesa «Creando imágenes en los medios de comunicación»

La coalición «Beeldvorming in de Media»⁷² («Creando imágenes en los medios de comunicación») fue puesta en marcha en 2017 por la asociación WOMEN (mujeres), la emisora pública NPO, RTL Nederland y VICE Benelux con el respaldo del Ministerio neerlandés de Educación, Cultura y Ciencia.

El objetivo de la coalición era combatir los estereotipos y sensibilizar sobre los prejuicios. La coalición estaba preocupada por prejuicios (in)conscientes sobre las mujeres y los hombres, pero también sobre cuestiones etarias, orientación sexual, origen étnico y la condición socioeconómica. Los socios de la coalición trabajaron para lograr una mayor inclusión tanto en el procedimiento de denuncia como a nivel de la organización.

Sobre la base de las observaciones y recomendaciones formuladas por el estudio «Beperkt Zicht» (Visibilidad limitada) acerca de la representación de hombres y mujeres en los medios de comunicación, los socios de la coalición pusieron en marcha varias acciones piloto que perseguían los mismos objetivos, pero adaptados a la estructura interna y formas de trabajo de su organización.

Entre septiembre de 2017 y junio de 2019, la coalición se reunió periódicamente para examinar los progresos de los proyectos piloto y compartir experiencias sobre los éxitos y los desafíos. WOMEN Inc. también organizó reuniones de expertos, así como eventos de sensibilización y clases magistrales para los profesionales de los medios de comunicación.

⁷² Para más información sobre la coalición «Beeldvorming in de Media», véase: www.womeninc.nl/thema/beeldvorming-kennisbank/over-beeldvorming/coalitie-beeldvorming-in-de-media/

b) La campaña «Ojos entrecerrados» lanzada por BECTU en el Reino Unido

En octubre de 2017, BECTU, el sindicato británico de los trabajadores y trabajadoras de los medios de comunicación y entretenimiento publicó el informe «Eyes Half Shut – A Report on long hours and productivity in the UK film and TV industry» (Ojos entrecerrados: informe sobre largas jornadas y productividad en la industria cinematográfica y televisiva en el Reino Unido). Este informe, basado en una encuesta a 476 personas que trabajaban principalmente en películas, comerciales y telenovelas, destaca las difíciles condiciones de trabajo en el sector. Subrayaba las horas extras y los horarios irregulares tan extendidos, y sus repercusiones en la vida familiar y el cansancio⁷³. El informe también demostró que las largas horas de trabajo y el efecto acumulativo en la vida personal y familiar estaban alejando a las personas de la industria, en particular a las mujeres, ya que casi dos tercios de las encuestadas dijeron que no esperaban trabajar en la industria a largo plazo. El informe finalmente puso de relieve cómo las largas horas podrían crear un entorno para que se produjera el acoso.

La campaña «Ojos entrecerrados»⁷⁴ pide que los distintos sectores de la industria del Reino Unido se unan para formar una comisión dedicada a reducir la dependencia de la industria de una cultura de trabajo de largas horas. También ha desarrollado acciones específicas que abordan aspectos concretos del trabajo de largas horas, incluidos los riesgos para la salud física a corto plazo, los daños a la familia, los peligros físicos de manejar equipos pesados, las cuestiones de gestión, productividad, etc., la igualdad, en particular las cuestiones que afectan a las mujeres, y el acoso resultante de las largas horas de trabajo.

⁷³ [Eyes Half Shut – A Report on long hours and productivity in the UK film and TV industry](#), Paul Evans y Jonathan Green, BECTU

⁷⁴ Para mayor información sobre la campaña de BECTU «Eyes Half Shut campaign» véase: <https://bectu.org.uk/get-involved/eyes-half-shut/>

c) Promesa de igualdad de género de los festivales de cine (Colectivo 50/50)

En mayo de 2018, durante el festival de cine de Cannes, se llevaron a cabo varias acciones para exigir la paridad de género en la industria cinematográfica. Dirigidas por el Colectivo 50/50, tenían como objetivo prioritario la representación equitativa de hombres y mujeres en los consejos y comités de selección de los festivales y en las instituciones públicas, así como la recopilación de estadísticas de género para sensibilizar y cuantificar las evoluciones a lo largo del tiempo.

El 14 de mayo de 2018 el Festival de Cannes fue el primer signatario de un compromiso de paridad de género. A través de su promesa, se comprometió a *«recopilar estadísticas desglosadas por género, especialmente las relativas al número de películas presentadas en la selección, a publicar la lista de los miembros de los comités de selección y a un programa de transformación de los órganos ejecutivos del festival para alcanzar la paridad en el actual período de mandato de estos órganos»*.

En el último año, 112 festivales firmaron el compromiso, entre ellos 93 en Europa y 11 en América⁷⁵.

En septiembre de 2018 y en noviembre de 2019, el Colectivo 50/50 también organizó, en colaboración con el organismo de financiación del cine francés, el Centre National du Cinéma et de l'Image animée (CNC), encuentros formales sobre el tema de la igualdad. En 2018 el CNC anunció medidas de igualdad de género en el sector de la producción cinematográfica⁷⁶:

- Desde el 1 de enero de 2019 una bonificación del 15% para las películas cuyos roles principales respeten la equidad;
- Un número igual de mujeres y hombres en sus comités de selección, incluso en la presidencia de esos comités;
- La inclusión obligatoria de estadísticas relativas a los equipos técnicos y la nómina en los expedientes de acreditación de los proyectos que apoya, y la recopilación sistemática de esas estadísticas;
- La paridad de los jurados de las escuelas de cine y de los festivales que reciben apoyo del CNC;
- La elaboración de una «Carta de buenas prácticas» para las empresas cinematográficas (que aborde el acceso a puestos de responsabilidad, los salarios y la lucha contra el acoso);

⁷⁵ Para consultar la lista completa de signatarios, véase: <http://collectif5050.com/en/the-festivals>

⁷⁶ *Le CNC s'engage pour la parité, l'égalité et la diversité femmes-hommes dans le cinéma français*, 20 de septiembre de 2018

- La inclusión de indicadores de calidad en sus acuerdos con las autoridades locales;
- La exhibición de películas patrimoniales realizadas por mujeres (a través de la restauración, la digitalización, etc.);
- La inclusión de películas realizadas por mujeres en los programas educativos que apoya.

En octubre de 2019 el CNC declaró que 29 películas (1 de cada 5 películas producidas) se habían beneficiado de la bonificación del 15%.

En noviembre de 2019 se anunciaron nuevas medidas, esta vez principalmente en lo concerniente a la lucha contra el acoso sexual. En el futuro, todas las subvenciones concedidas por el CNC «*estarán condicionadas al respeto, por parte de la empresa solicitantes, de obligaciones precisas en materia de prevención y detección del acoso sexual*»⁷⁷. Se iniciaron consultas con organizaciones profesionales para aplicar esta medida. También se organizarán sesiones de formación para los empleadores de los sectores de la producción audiovisual y cinematográfica para acompañarlos en el desarrollo de acciones destinadas a prevenir comportamientos inadecuados en las escuelas de cine, en los platós, en los estudios y durante la promoción de una película.

Paralelamente, el Colectivo 50/50 lanzó una nueva «Carta para la inclusión en la producción cinematográfica y audiovisual»⁷⁸. Se propone para su aprobación a todos los profesionales del sector y compromete a los firmantes a un conjunto de acciones concretas para promover la inclusión y la diversidad (entendida en todas sus dimensiones: cultural, étnica y social, así como de género). Cuando una producción haya implementado y respetado los principios de la carta, se le permitirá utilizar el logo del Colectivo 50/50 en sus créditos. Los signatarios se comprometen a evaluar periódicamente los progresos y la correcta aplicación de la carta.

En el Festival de Cine de Cannes de 2019, la Comisión Europea lanzó el primer «Día de las Mujeres en Movimiento»⁷⁹. Con el objetivo de reunir a las instituciones europeas, las organizaciones públicas y privadas y otras partes interesadas del sector audiovisual, ilustra el compromiso de la Comisión de seguir trabajando en la cuestión del equilibrio de género dentro de la industria cinematográfica en los próximos años.

77 [Le CNC renforce son engagement pour la parité, l'égalité et la diversité dans le cinéma et l'audiovisuel français](#), 14 de noviembre de 2019

78 [Charte pour l'inclusion dans le cinéma et l'audiovisuel](#), Collectif 50/50

79 Para más información sobre el día «Día de las Mujeres en Movimiento», véase: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/european-commission-launches-first-women-move-day>

d) «El Arte del Equilibrio», una iniciativa del sector cultural noruego

«El Arte del Equilibrio»: por la igualdad y la diversidad en las artes»⁸⁰ es una asociación noruega de más de ochenta organizaciones, empresas, festivales y otras instituciones de las artes y la cultura que participan en la promoción de la igualdad de género y la diversidad en las artes.

Su objetivo es compartir conocimiento, experiencias e ideas sobre cómo poder avanzar en materia de equidad de género y diversidad, en particular, desafiando las desigualdades estructurales, los estereotipos y los prejuicios.

La plataforma se estableció en 2009, por iniciativa de instituciones clave del sector musical noruego. Se reúnen estadísticas, se fomenta la concienciación y se elaboran instrumentos como las directrices para gestionar el acoso sexual; además, en 2018, se habilitó una línea telefónica de ayuda para personas que han estado expuestas al acoso sexual o han sido testigos de casos de acoso en el sector de la cultura. La organización también recibió financiación del Ministerio de Cultura para desarrollar orientación y capacitación para que las organizaciones en el sector de la cultura sean lugares seguros e inclusivos.

⁸⁰ Para más información sobre «El Arte del Equilibrio»:
<https://balansekunstprosjektet.no/about-balansekunst>

4.3. Financiación pública y entidades de servicio público: apoyar el cambio

El uso de la financiación pública para lograr un mejor equilibrio entre los géneros en el sector audiovisual europeo puede ser una herramienta poderosa y útil. Puede alentar al sector a transformar algunos de los patrones tradicionales que conducen a desequilibrios.

a) Entes de financiación del cine adoptan acciones

Los entes de cine nacionales y regionales son agentes importantes en la financiación del cine en Europa. Muchos de ellos han adoptado acciones en los últimos años con el fin de promover una distribución más justa de sus subsidios entre los profesionales hombres y mujeres.

En Europa se han implementado diferentes tipos de iniciativas:

- Representación paritaria de género en los comités de selección (como en Alemania, Austria, España, Francia y Suecia) y, a veces, la formación de los miembros de los comités sobre cuestiones relacionadas con la igualdad de género y los prejuicios inconscientes (en Austria, Dinamarca, Suecia, etc.);
- Recopilación y publicación de estadísticas de género sobre los proyectos que los entes apoyados (en al menos 13 países);
- Utilización del género como criterio de evaluación de la financiación pública (en España, Italia y el Reino Unido);
- Bonificación de género como mecanismo en las ayudas automáticas a la producción⁸¹.

Algunas agencias también han creado programas específicos para mujeres, como el Fondo de Codesarrollo para Mujeres Cineastas dirigido conjuntamente por Fis Éireann/Screen Ireland y Film Fund Luxemburg⁸².

Además de los casos francés y sueco ya mencionados, aquí hay algunas buenas prácticas adicionales desarrolladas por los organismos de financiación cinematográfica de toda Europa.

⁸¹ [Yearbook 2018/2019 – Key trends](#), Observatorio Europeo del Audiovisual

⁸² [Ireland & Luxembourg Launch New Female-Driven Development Fund](#), 18 de mayo de 2019

En Dinamarca, el Instituto del Cine⁸³ ha trabajado con las organizaciones de la industria cinematográfica desde 2016 para mejorar el equilibrio de género en el cine danés. Entre otras cosas, puso en marcha un estudio cualitativo para examinar por qué menos mujeres que hombres tienen la oportunidad de dirigir su primer largometraje luego de graduarse en la Escuela Nacional de Cine de Dinamarca. También se ha elaborado un formulario de declaración voluntaria para que las propias productoras indiquen la representación de género en las producciones terminadas.

Además, se han puesto en marcha varias iniciativas para concienciar sobre los estereotipos de género en las películas y series de televisión danesas. En un caso notable, el gremio danés de dramaturgos y guionistas (Danske Dramatikere) llamó la atención del público con ManusFestet⁸⁴, una guía satírica que señala 40 clichés de género en las películas y series de televisión danesas.

El Instituto Danés de Cine trabaja también en cuestiones de género en su propia institución, esto incluye la formación del personal cuyo trabajo implica la concesión de fondos para que reconozcan y comprendan los patrones de comportamiento inconscientes.

En el Reino Unido, el British Film Institute (BFI) declaró: «*Buscamos reflejar al público - en las películas que financiamos, los programas que apoyamos, las audiencias que las ven, y los cineastas, actores y equipos que las hacen*».

Las Normas de la Diversidad del BFI⁸⁵ se centra en la cuestión de género, así como en otras cuestiones, a saber: las personas con discapacidad, el origen racial, la edad y la orientación sexual. También tratan de garantizar que las personas de los grupos socioeconómicos más bajos estén mejor representadas. Las normas han sido diseñadas como una herramienta interna pero también como un recurso para la industria. Se invita a las partes interesadas a adoptarlas, como ya lo han hecho BAFTA, Film4 y BBC Films. La productora y distribidora Paramount fue la primera en adoptar las Normas de Diversidad del BFI.

83 Para más información, véase la página web del Instituto Danés de Cine:
www.dfi.dk/en/english/about-dfi/enhanced-diversity-efforts

84 Para consultar el ManusFestet (en inglés):
https://www.dramatiker.dk/wp-content/uploads/pdf/manusfest_plakat_uk.pdf

85 Para más información sobre las Normas de Diversidad del BFI, véase:
www.bfi.org.uk/supporting-uk-film/diversity-inclusion/bfi-diversity-standards

Las Normas pueden utilizarse para películas de largometraje, contenidos de televisión en línea y de radiodifusión, así como en festivales de cine, estrenos de distribución y programas de cine. Son un requisito contractual para toda financiación concedidas por el Instituto del Cine BFI, incluidas las películas de ficción y documentales financiadas a través de los socios del BFI.

Para cumplir las Normas de la Diversidad, los proyectos, con pocas excepciones según el tipo y tamaño de la producción, deben cumplir los criterios en, al menos, dos de las cuatro áreas siguientes: A) representación en pantalla, temas y narraciones B) liderazgo creativo y equipo de proyecto C) acceso y oportunidades de la industria y D) desarrollo de la audiencia.

Al instar a los proyectos a que cumplan los criterios, las Normas tienen por objeto fomentar el cambio de comportamiento e inspirar a los líderes de proyectos a utilizar prácticas más inclusivas, tanto en el contenido creativo como en la contratación.

Asimismo, desde 2017 el Instituto BFI establece objetivos para las personas que reciben subsidios y las personas que contratantes en cuenta a género, origen racial, personas con discapacidad auditiva, con discapacidad y las personas que se identifican en los colectivos LGBTQ+. En cuenta a la paridad de género, el objetivo establecido es el del 50%. Con respecto a las mujeres directoras, para 2017/2018, el 39% de las producciones financiadas por la BFI fueron dirigidas por mujeres.

La BFI también tiene cláusulas contractuales en sus acuerdos de financiación para la prevención de los actos de intimidación o acoso⁸⁶, estas son ampliamente reconocidas en la industria. Más de cuarenta organizaciones, incluyendo los principales sindicatos, se han adherido a ellas.

En Austria, el Instituto del Cine publicó en mayo de 2018, en colaboración con la División de Arte y Cultura de la Cancillería Federal Austríaca y la Universidad de Viena, un informe sobre la cuestión de género en el cine austríaco para 2012-2016⁸⁷. En él se observan los mismos niveles de desequilibrio que en la mayoría de los demás países europeos: entre 2012 y 2016, las mujeres ocuparon el 34% de todos los puestos examinados, aunque solo recibieron el 29% de los fondos.

⁸⁶ Para más información sobre el Conjunto de Principios y Directivas para abordar los actos de intimidación y acoso, véase: www.bfi.org.uk/about-bfi/policy-strategy/set-principles-screen-industry

⁸⁷ *Austrian Film Gender Report 2012-2016 – Key results*, Universidad de Viena (Departamento de Sociología), encargado por el Instituto Austríaco del Cine y la Cancillería Federal Austríaca (División II: Las Artes y la Cultura), mayo de 2018 (versión en inglés: septiembre de 2019)

El Instituto Austriaco de Cinematografía ha estado trabajando en los temas de igualdad de género durante varios años. Dispone de una página web específica⁸⁸ y ha elaborado estadísticas sobre el número de mujeres y hombres (dirección, guion) que han recibido financiación cada año desde 2011. Las estadísticas son más detalladas desde 2013 y, ese mismo año, el comité de selección del Instituto recibió por primera vez una formación sobre la igualdad de género.

En 2015, el Instituto puso en marcha ProPro, un programa de productores para la mujer. El Programa se centra en la creación de redes sostenibles, capacitación en aptitudes de liderazgo, lanzamiento de productos, financiación, etc. El Instituto Austriaco de Cinematografía también apoya el programa «si ella puede serlo, puede verlo», un concurso de guiones que premia proyectos que rompen con los estereotipos de género.

Desde 2016, el Instituto utiliza el test de Bechdel, para personajes femeninos y masculinos, a fin de analizar el contenido de los guiones que solicitan financiación para una producción.

En 2017 entró en vigor el Incentivo de Género (se conceden 30 000 euros como incentivo en la siguiente solicitud de desarrollo de proyectos si este incluye a mujeres en determinados puestos clave). Al solicitar financiación, los proyectos deben hacer constar el número de mujeres que participan en sus equipos.

Las directrices sobre la igualdad de oportunidades de los planes de apoyo federales austriacos gestionados por el Instituto Austriaco de Cinematografía se han enmendado recientemente con el apoyo y la experiencia de mujeres cineastas representantes de la industria. Ahora se incluye un modelo flexible, transparente e inclusivo con una evaluación continua para alcanzar gradualmente una asignación del 50/50 de las subvenciones en varios años. Las medidas van acompañadas de una serie de instrumentos para adaptar y orientar los efectos de la enmienda.

Bajo el patrocinio del Instituto de Cinematografía y del Fondo Cinematográfico de Viena, el mayor fondo cinematográfico regional, se ha puesto en marcha una iniciativa para el desarrollo de «cláusulas adicionales de inclusión» en los contratos audiovisuales⁸⁹.

88 Para visitar la página web dedicada a la igualdad de género del Instituto Austriaco del Cine, véase: <https://equality.filminstitut.at/en/>

89 Para más información sobre la iniciativa austriaca de cláusulas adicionales de inclusión, véase: <http://filmfatal.at/>

Muchas empresas de producción austriacas ya se han comprometido a suscribir a las mismas. El Ministerio Federal de Asuntos Económicos y Digitales ha financiado y patrocinado un concurso titulado «Heldinnen in Serie» («Heroínas de series»)⁹⁰ para mejorar la visibilidad de las mujeres en la ciencia, la tecnología y los negocios en programas de series (seis subvenciones de 20 000 euros, más la tutoría para el desarrollo de la producción).

En Irlanda, la agencia estatal para el desarrollo del cine Fís Éireann/Screen Ireland adoptó en diciembre de 2015 un «Plan de seis puntos sobre la Igualdad de género».

El plan prevé:

- (1) La recopilación, publicación y seguimiento de la recogida de datos sobre inequidad de género;
- (2) Iniciativas de formación y capacitación desarrolladas en asociación con la industria destacando la parcialidad inconsciente en la toma de decisiones de índole artística;
- (3) Acciones de desarrollo de capacidades y aptitudes para los responsables de las tomas de decisiones en el sector artístico en materia de diversidad e igualdad;
- (4) Iniciativas de formación y tutorías implementadas mediante el Screen Skills Ireland;
- (5) Iniciativas educativas en escuelas y colegios y
- (6) Asociaciones con otras organizaciones clave como las entidades públicas de radiodifusión RTÉ y TG4, y el programa *Sound and Vision* de las Autoridades de Radiodifusión de Irlanda (BAI) destinado a fomentar la igualdad de género y la diversidad para contenidos de pantalla que reciben fondos públicos.

Debido a que el número real de solicitudes de financiación que contaban con escritoras y directoras adjuntas seguía siendo relativamente bajo en los años que siguieron a la adopción del Plan, Screen Ireland puso en marcha una serie de iniciativas destinadas específicamente a incentivar a escritoras, directoras y productoras: a saber, un plan de financiación y capacitación dirigido exclusivamente al talento femenino y una mayor financiación para producciones de largometrajes iniciados e impulsados por mujeres⁹¹.

90 Para más información, véase:
<https://www.filmstandort-austria.at/>

91 Para más información sobre la Política de Género y Diversidad de Fís Éireann/Screen Ireland, véase:
www.screenireland.ie/about/gender

b) Emisoras públicas de radiodifusión defienden prácticas de igualdad

Las entidades de medios de comunicación de servicio público (PSM) son otros actores clave del panorama audiovisual europeo. Llevan varios años abordando la cuestión de la igualdad de género dentro y fuera de la pantalla, debido a las obligaciones establecidas en sus mandatos públicos, los requisitos de información de una autoridad reguladora, o su ética de servicio público en general.

Un estudio publicado por la Unión Europea de Radiodifusión (UER) en marzo de 2019 puso de relieve que el 40% del personal directivo y el 24% de sus directores generales son mujeres. Aunque el 76% de los cargos de director general siguen ocupados por hombres, el número de directoras generales se ha duplicado en los últimos cuatro años y es cuatro veces la media de todas las empresas que cotizan en bolsa en Europa⁹².

Muchas entidades de medios de comunicación de servicio público en Europa, como ya se ha señalado en los casos de Francia, Austria, y España tienen planes de igualdad de género que se supervisan y actualizan periódicamente y que se ocupan de cuestiones como la igualdad de oportunidades, la representación de la mujer en los puestos de dirección, la igualdad de remuneración, el equilibrio entre el trabajo y la vida privada y la protección contra el acoso sexual y la discriminación.

En los países nórdicos, la mayoría de las emisoras públicas han alcanzado la paridad de género tanto a nivel general como a nivel gerencial. La emisora sueca SVT cuenta con un 56% de mujeres en la dirección, mientras que NRK (Noruega), SR (Suecia) e YLE (Finlandia) han superado la marca del 50%⁹³.

France Télévisions ha adoptado directrices estrictas para sus procesos de contratación con objetivos para lograr la paridad de género en todos los puestos de trabajo: se da prioridad al género infrarrepresentado en los mismos niveles de competencias y cualificaciones, la preselección sistemática de al menos un candidato del otro sexo, el aplazamiento automático de la contratación si no hay ninguna solicitud que cumpla este último criterio.

⁹² [Gender equality and PSM](#), Media Intelligence Service, EBU, marzo de 2019

⁹³ [Balance for Better](#), página web de UER

En algunos países europeos también se está abordando cada vez más el papel de los organismos públicos de radiodifusión como comisionados de producción audiovisual en términos de igualdad de género y diversidad. En el Reino Unido, el proyecto Diamond reúne datos sobre la diversidad en programas encargados por una asociación de emisoras tanto públicas como privadas (BBC, ITV, Canal 4, Canal 5/Viacom y Sky)⁹⁴. El proyecto es llevado a cabo por la Red de Diversidad Creativa que reúne a productores independientes, representados por la asociación Pact y todas las emisoras públicas y privadas del Reino Unido. Desde el lanzamiento de la iniciativa ya se han publicado dos informes del proyecto Diamond, y en junio de 2019 se publicó una actualización.

La Estrategia para la Diversidad e Inclusión de la BBC de 2016-2020⁹⁵ estableció objetivos para la presentación en el aire para personas discapacitadas, mujeres, minorías étnicas y personas LGBT, así como objetivos en cuanto a la diversidad de la fuerza laboral.

En el caso de las producciones externalizadas, el código de práctica de la BBC⁹⁶ establece los pasos que la BBC toma al encargar contenidos. Las directrices de las producciones por encargo sobre diversidad⁹⁷ dan instrucciones a los proveedores cuando producen contenidos para la BBC.

Asimismo, la BBC ha mejorado sus políticas de trabajo flexible. Por ejemplo, imparte capacitación sobre trabajo flexible a los jefes de equipo y ha puesto en marcha un registro de empleos compartidos para que las personas puedan encontrar un compañero de trabajo adecuado para solicitar juntos las vacantes.

94 Para más información sobre el proyecto *Diamond*, véase:
<https://creativitydiversitynetwork.com/diamond/>

95 *Diversity and Inclusion Strategy 2016-2020*, BBC

96 *Diversity Code of Practice*, BBC, 2018

97 *BBC Content Diversity and Inclusion Commissioning - Guidelines Script to screen: Changing the face of TV together*

La Radiotelevisión Pública Irlandesa, RTÉ, publicó una nueva Estrategia de Diversidad e Inclusión en 2019⁹⁸. Es un plan de 10 años. Declaró: *«RTÉ está decidida a crear contenidos relevantes que reflejen la diversidad de una nación en constante evolución y explore las diferentes experiencias y realidades del pueblo irlandés. Para hacerlo eficazmente, nos aseguraremos de que haya una representación justa y auténtica de género, edad, experiencia social, orientación sexual, origen racial y étnico, discapacidad, estado civil y familiar, creencias religiosas y pertenencia a la comunidad nómada en nuestro contenido y en nuestros servicios". Reconocemos que los medios de comunicación tienen un poderoso papel»*.

La estrategia abarca 4 áreas: 1) representar y reflejar la voz y la diversidad de Irlanda; 2) hacer participe y educar al personal; 3) integrar plenamente la diversidad y la inclusión en las políticas y prácticas del lugar de trabajo; 4) actuar como líder en la defensa de la diversidad y la inclusión y promover estrategias para abordar las desigualdades en las industrias creativas y de los medios de comunicación. Bajo cada título hay acciones con plazos de entrega propuestos y campeones de la diversidad y la inclusión.

Con el fin de apoyar el desarrollo de las acciones de sus miembros y el intercambio de buenas prácticas, la UER, bajo el patrocinio de su presidente, el Sr. Tony Hall, quien a su vez se desempeña como Director General de la BBC, creó en marzo de 2019 un Grupo Directivo sobre la Igualdad de Género. En diciembre de 2019, basándose en lo informado por el trabajo del grupo, la UER publicó el informe *«En igualdad de condiciones: directrices sobre la igualdad de género en los medios de comunicación de servicio público»*⁹⁹.

El informe hace recomendaciones para el diseño y la aplicación de estrategias de igualdad de género en las organizaciones de los medios de comunicación: *«a partir de los datos del lugar de trabajo y los comentarios del personal para diagnosticar los problemas; una política eficaz en el lugar de trabajo para apoyar la igualdad de oportunidades; y posibilitar de la cultura del lugar de trabajo a través de la flexibilidad, el liderazgo y los comportamientos para retener el talento»*.

Las recomendaciones se articulan con una hoja de ruta factible introducida por ejemplos concretos de acciones iniciadas por los radiodifusores públicos de toda Europa e ilustradas con estudios de casos.

⁹⁸ Diversity and Inclusion Strategy, RTÉ, 2019

⁹⁹ All things being equal: Gender Equality Guidelines from Public Service Media, Unión Europea de Radiodifusión, diciembre de 2019

4.4. Combatir el acoso sexual

En 2017 el movimiento #MeToo ha sacudido a la industria y al mundo, destacando una vez más las desigualdades y las estructuras de poder desequilibradas entre hombres y mujeres en nuestras sociedades y en nuestros lugares de trabajo. Ha llevado al lanzamiento de nuevas iniciativas y asociaciones en el sector audiovisual europeo.

a) La campaña «Espacios Seguros» impulsada por Equity en el Reino Unido

En 2017 Equity, el sindicato del Reino Unido que representa a los artistas intérpretes o ejecutantes y a los profesionales creativos, formó un grupo de trabajo «*a fin de averiguar cómo abordar la crisis de acoso sexual de la industria*». El grupo redactó la Agenda para el Cambio¹⁰⁰, un documento que explica cómo todos en la industria deben trabajar juntos para crear un «cambio de actitud». La campaña «Espacios seguros» (*Safe Spaces*)¹⁰¹ es uno de los resultados de este informe.

La campaña Espacios Seguros busca dar a los miembros de Equity la confianza para desafiar y denunciar comportamientos inapropiados. Los miembros del sindicato que necesiten denunciar incidentes o preocupaciones pueden llamar a la Línea de Ayuda contra el Acoso de Equity. Se han colocado carteles con el número de teléfono de la línea de ayuda en distintos espacios de trabajo, incluyendo espacios para ensayos y castings. Equity también ha redactado una declaración de respeto que un miembro del reparto o del equipo lee en voz alta al principio del periodo de ensayo de una producción. Con ello, una empresa demuestra su compromiso de crear espacios seguros «*libres de intimidación y acoso*».

FIA, la Federación Internacional de Actores, publicó en enero de 2020 un manual para ofrecer recursos, ejemplos inspiradores y mejores prácticas recomendadas a más sindicatos de actores de todo el mundo¹⁰². Esta publicación destaca los pasos que un sindicato puede dar para combatir el acoso sexual y «*garantizar lugares de trabajo libres de cualquier forma de discriminación, acoso o represalia*».

¹⁰⁰ [Agenda for Change report](#), Equity, 2017

¹⁰¹ Para más información sobre la campaña «Espacios seguros», véase: <https://www.equity.org.uk/getting-involved/campaigns/safe-spaces/>

¹⁰² [Lucha contra el acoso sexual: recursos, inspiración y prácticas recomendadas entre los sindicatos de artistas intérpretes](#), Federación Internacional de Actores, enero de 2020

Los diferentes pasos esbozados en el manual desde los estudios y encuestas hasta la elaboración de códigos de conducta, la puesta en marcha de campañas y el establecimiento de líneas telefónicas de ayuda, programas de capacitación o políticas de intimidad, se ilustran con ejemplos concretos de sindicatos de todo el mundo.

b) Programas educativos en Suecia

El Instituto Sueco de Cinematografía organiza desde 2018 un programa de educación sobre la prevención de la violencia y el acoso. Teaterförbundet, el Sindicato Sueco de los trabajadores y trabajadoras de las Artes Escénicas y Cine, ha sido invitado a dirigir una de las sesiones de este programa.

La asociación de productores de cine y televisión suecos también desarrolla desde 2018 programas de formación recurrentes para sus miembros, activos en los ámbitos televisivo/drama, comercial y de largometrajes y continuará en 2020.

En la radiotelevisión pública sueca, SVT, la formación contra el acoso sexual se ha convertido en obligatoria para todos los directivos y el nuevo personal en 2018. El SVT había ofrecido anteriormente este tipo de formación para los directivos y el personal, pero se convirtió en obligatoria a raíz del movimiento #MeToo.

c) THEMIS, una plataforma sectorial conjunta en Alemania

Creada en 2018, por una coalición de asociaciones y representantes de los empleadores y los trabajadores, la plataforma Themis¹⁰³ asesora y ayuda a personas que han sufrido situaciones de acoso y violencia sexual en las industrias del cine, la televisión y el espectáculo en vivo. Como respuesta a las especificidades del sector (a menudo proyectos de duración limitada sin estructuras empresariales fijas) ofrece un punto de confianza independiente y un conocimiento experto de la industria. Themis recibe apoyo financiero del Comisionado del Gobierno Federal para la Cultura y de los Medios de Comunicación.

Durante su primer año de existencia, Themis ha proporcionado asesoramiento jurídico y psicológico a personas afectadas por diferentes conductas inapropiadas, desde casos de acoso verbal hasta delitos graves de violación. Themis también ha ayudado a las empresas que busquen información sobre cómo tratar las denuncias o cómo establecer medidas de prevención.

En mayo de 2018 se puso en marcha en los Países Bajos una iniciativa similar a nivel sectorial, denominada Mores¹⁰⁴. Es la «*oficina central de información colectiva sobre comportamientos indeseables en los sectores de las artes escénicas, el cine y la televisión*». La oficina y los asesores confidenciales que trabajan para ella son independientes.

La «Iniciativa de Cine y Artes Escénicas»¹⁰⁵ cumple misiones similares en Dinamarca. Surgió a raíz del movimiento #MeToo y fue creada por un grupo numeroso de interesados del sector, que incluía sindicatos, empleadores y organismos educativos. Ha creado una línea telefónica de ayuda y ha desarrollado un «código ético» y directrices para la industria.

103 Para más información sobre Themis, véase:
<https://themis-vertrauensstelle.de/>

104 Para más información sobre Mores, véase:
<https://mores.online/>

105 Para más información sobre la iniciativa «Film and Performing Arts Initiative», véase:
<http://filmogscenekunstinitiativet.dk/>

En abril de 2018 se puso en marcha en el Reino Unido una línea de apoyo gratuita¹⁰⁶ para las personas que trabajan en la industria del cine y la televisión. Está dirigida por la organización Film & TV Charity.

4.5. Paso a paso, cambiar la forma en que trabajamos

Además de concienciar, fijar objetivos, supervisar los progresos y corregir los desequilibrios de poder y representación, las partes interesadas del sector audiovisual también tienen que cambiar su forma de trabajo diario si desean lograr un cambio auténtico y duradero en materia de equidad de género.

a) Iniciativas para el cuidado infantil en festivales

*Parenting at Films Festivals*¹⁰⁷ (Cuidado infantil en festivales de cine) es una comunidad de profesionales del cine que quiere facilitar la asistencia a festivales de cine con niños y bebés. A través de sus grupos de Facebook y WhatsApp, ofrece un espacio para que las personas interesadas intercambien consejos y sugerencias. También aboga ante los festivales por infraestructuras y servicios propicios para la familia, y trabaja en estrecha colaboración con los festivales para implementar soluciones.

El primer gran logro del grupo ha sido ofrecer en el Festival de Cannes en mayo de 2019 un paquete de servicios titulado « Le Ballon Rouge, Where Children Are The New VIPS ». El paquete incluía un proceso de acreditación para las familias (dando dos permisos adicionales gratuitos, uno para un cuidador y otro para un bebé); un pabellón dedicado a los niños (con cuidadores profesionales disponibles hasta seis horas al día); un rincón para cambiar al bebé y amamantarlo; prioridad y fácil acceso para los padres con niños pequeños y cochecitos, y un « Ballon Rouge baby VIP kit », que contiene un mapa y una guía que detalla los servicios orientados a la familia en Cannes, como cuidadores y canguros certificados para la atención después del horario laboral.

¹⁰⁶ Para más información sobre la línea de ayuda telefónica confidencial, 24 horas siete días a la semana, dirigida por Film & TV Charity, véase: <https://filmtvcharity.org.uk/support/>

¹⁰⁷ Para más información sobre la organización *Parenting at Film Festivals*, véase: <https://www.facebook.com/groups/350503572462750/>

El Marché du Film invirtió en la infraestructura del proyecto mientras que el colectivo *Parenting at Film festivals* recaudó fondos para el servicio de guardería a través de una campaña expresa de financiación colectiva. Más de 12 empresas e instituciones apoyaron financieramente la iniciativa.

Desde mayo 2019, otros festivales crearon, o se comprometieron a ofrecer, servicios similares, entre otros, en los festivales de Berlín (Berlinale Kindergarten), Venecia, Toronto y San Sebastián.

Las iniciativas en Cannes, Berlín y San Sebastián se desarrollan en el contexto del "Red Ballon Project". Los fondos se recaudan durante todo el año con planes de expansión.

En el Reino Unido, la organización *Raising Films*¹⁰⁸ se ha creado «para abordar uno de los problemas que impide a muchas mujeres cineastas seguir su carrera, para permitirles a las cineastas con familia seguir trabajando y sentirse apoyadas en los momentos difíciles de su vida personal, y para desafiar a nivel estructural las exigencias que la industria cinematográfica impone a todos los profesionales».

Además de publicar encuestas e informes y 'checklists' para la industria, la organización ha creado la «cinta Raising Films», una distinción para las organizaciones que desarrollan actividades específicas, por ejemplo:

- Proporcionan apoyo a los padres/ cuidadores y servicios de cuidado infantil durante la preproducción, la producción y/o posproducción en proyectos cinematográficos y televisivos.
- Reconocen y dan apoyo financiero a los padres/cuidadores cuando trabajan fuera de casa.
- Construyen infraestructura para apoyar mejor a los padres/cuidadores que trabajan en el cine y la televisión.
- Ofrecen horas de trabajo flexible y trabajo compartido como norma.
- Fomentan una mayor concienciación acerca de las necesidades de los padres y cuidadores que trabajan en el cine y la televisión.

108 Para más información sobre *Raising Films*, véase: www.raisingfilms.com/

b) Páginas webs y campañas para la promoción de mujeres profesionales

ONEofTHREE (UNA por CADA TRES)¹⁰⁹ es una iniciativa lanzada por la Asociación de Productores cinematográficos y televisivos de Suecia en 2014 con el objetivo de promover directoras en la producción cinematográfica comercial. La asociación quiere animar a las agencias de publicidad a que incluyan al menos una mujer directora de los tres nombres sugeridos. La página web destaca el trabajo de las directoras con un enlace a sus biografías.

ERA (Representación igualitaria para las actrices)¹¹⁰ es un movimiento de artistas creado en 2015 en el Reino Unido por las actrices Lizzie Berrington y Polly Kemp. En 2016 se lanzó la campaña de ERA por el 50:50 con el objetivo de «*inspirar al cine, la televisión y el teatro británicos para que lideren el camino y pongan en práctica el equilibrio de género en la pantalla y el escenario en todas las obras dramáticas y de comedia para el año 2020*». En los últimos años, más de 200 actrices, actores y líderes de la industria han llevado la insignia de la campaña ERA.

El proyecto de la 50:50¹¹¹ desafía a los equipos de la BBC de toda la organización a lograr un 50% de mujeres en las noticias y programas de actualidad. Más de 500 equipos, entre los que se encuentran miles de periodistas y programadores de la BBC, participan en la televisión, la radio y la televisión digital, y en programas de noticias, deportivas, factuales, para niños, de ciencia y musicales. En mayo de 2019 se publicó el primer informe¹¹² en que se destacan los resultados de la iniciativa hasta ese momento. En 2018, el 27% de los programas participantes indicaron que al menos el 50% de sus contribuidores eran mujeres. Este número se triplicó y llegó al 74% en abril de 2019. El proyecto despertó el interés de otras organizaciones de medios de comunicación, lo que llevó a la BBC a compartir su metodología con emisoras públicas de España, Finlandia, y Lituania.

109 Para consultar la página web «Una por cada tres», véase:
<https://oneofthree.se/>

110 Para más información sobre ERA (Representación igualitaria para las actrices), véase:
www.era5050.co.uk/

111 Para más información sobre el Proyecto de la BBC 50:50, véase:
www.bbc.com/aboutthebbc/reports/policies/5050

112 [2019 Report](#), Proyecto de la BBC 50:50, mayo de 2019

El Parlamento Europeo también ha apoyado la difusión de las producciones cinematográficas dirigidas por mujeres o que retratan personajes femeninos fuertes e inspiradores mediante su Premio LUX de cine. En los últimos 11 años, el premio ha ayudado a promover más de cien películas. En sus doce ediciones desde su creación en 2007, el premio se ha concedido a cinco mujeres¹¹³.

c) 10% para el 50/50: una «iniciativa de género» para el cambio

El 10% para el 50/50¹¹⁴ es una iniciativa de Women in Film and Television International (WIFTI) desarrollada en asociación con la empresa de postproducción Chimney. El 10% para el 50/50 es un «incentivo de género» para el cambio. A través de esta las productoras obtienen una rebaja del 10% si la producción en la que van a trabajar cumple con la equidad de género. Esto significa que, en virtud del plan, las casas de producción, posproducción e instalaciones y otros prestadores de servicios que se hayan inscrito ofrecen una rebaja del 10% a los proyectos que puedan demostrar un equilibrio de género. Si la producción necesita servicios de más de un socio, puede solicitar el descuento con más de una empresa.

Para definir lo que conforma un «proyecto equilibrado en cuanto al género», la iniciativa utiliza un sistema de puntos (basado en el programa *Re-Frame*¹¹⁵ de Mujeres en el Cine, Los Ángeles, y del Sundance Institute) donde una producción necesita obtener, como mínimo, cuatro puntos en un conjunto de ocho categorías. La producción obtiene un punto si alguien en las siguientes categorías es una mujer: líder, colider, directora, escritora, productora, representación en pantalla, 50% de personal femenino en los equipos, mujeres en los equipos, jefas de departamento femeninas; y se asignan dos puntos si esa mujer es también una persona de color y/o se identifica como LGBTQIA+.

113 Para más información sobre el premio LUX del Parlamento Europeo, véase: <https://luxprize.eu/>

114 Para más información sobre la iniciativa «10% para el 50/50»: <https://10percentfor5050.com/>

115 Para más información sobre el programa Re-Frame, véase: www.reframeproject.org/programs-1

d) Los compromisos de las escuelas de cine de Alemania

En febrero de 2018 las escuelas de cine de Alemania¹¹⁶ presentaron un documento titulado «Juntos por la igualdad de género»¹¹⁷. El documento aborda cuestiones de justicia de género en la «estructura» de las escuelas (igualdad de oportunidades para todos los estudiantes, tolerancia cero con respecto a la violencia y el abuso de género, etc.) y en los programas educativos (enfoques sensibles al género en la producción de contenidos, etc.). También se examina el equilibrio entre los géneros en el personal académico, incluidos los puestos directivos y ejecutivos.

En sus declaraciones, los firmantes afirman que *«mientras exista la desigualdad de género visible y verificable en la industria cinematográfica, tenemos la obligación, como escuelas de cine en Alemania, de promover a las jóvenes talentosas de tal manera que puedan entrar en la industria en igualdad de condiciones y mantener una posición de éxito en el futuro»*.

Los firmantes se comprometieron a adoptar varias acciones, a saber:

- Adoptar planes de apoyo para mujeres y programas de paridad de género;
- Aumentar la proporción de mujeres entre los nuevos nombramientos de catedrático para lograr la paridad;
- Hacer de la paridad de género un objetivo en el nombramiento de los miembros de las comisiones de admisión y de los comités de nombramiento;
- Apoyar las investigaciones del personal sobre temas relacionados con el género y la diversidad;
- Crear guarderías en todas las universidades;
- Comprometerse a aplicar el principio de tolerancia cero frente al acoso sexual y a cualquier forma de discriminación;
- Desarrollar un plan de acción para cada universidad, con objetivos concretos - con cifras y plazos, recursos financieros y recursos humanos
- Evaluar los logros en 2020 mediante un documento sobre la concreción de todas las medidas que prometieron adoptar.

116 Deutsche Film- und Fernsehakademie Berlin (dfffb, Academia de Cine y Televisión de Alemania, Berlín), the Filmakademie Baden-Württemberg, the Filmuniversität Babelsberg KONRAD WOLF (Universidad del Cine Babelsberg), the Hochschule für Fernsehen und Film München (HFF, Universidad del Cine y Televisión, Múnich), the internationale filmschule köln (ifs), and the Kunsthochschule für Medien Köln (KHM, Academia de las Artes y los Medios de Comunicación, Colonia)

117 Se puede bajar el documento expositivo en: <https://rm.coe.int/together-for-gender-equality/168091d93e>

Fémis (Ecole Nationale Supérieure des Métiers de l'Image et du Son), la escuela estatal de cine de Francia, también adoptó en 2018 un documento titulado «Charte éthique égalité femmes-hommes»¹¹⁸ (*Carta ética sobre la igualdad entre las mujeres y hombres*). La carta se ha publicado con una guía práctica destinada a identificar y reaccionar mejor ante cualquier acto de discriminación o acoso que pueda ocurrir en la escuela.

La carta compromete a la escuela a lograr:

- paridad entre los estudiantes reclutados (estimada en periodos de 3 años como promedio);
- paridad de género en los órganos de decisión y comités consultivos para 2022;
- equilibrio de género en los comités de admisión;
- equilibrio de género en los equipos pedagógicos en todos los departamentos;
- actualización regular de estadísticas de género de la escuela.

Fémis también ha empezado a organizar sesiones periódicas de información sobre la igualdad entre los sexos y la lucha contra la discriminación y el acoso para los estudiantes, así como sesiones de formación formal sobre esos temas para los equipos pedagógicos y administrativos. La escuela también ha adoptado un protocolo para reaccionar ante cualquier acto de acoso dentro de la escuela.

118 Para leer el texto de la carta (en francés):
www.femis.fr/charte-egalite-femmes-hommes



5. Promover la diversidad: buenas prácticas en toda Europa

5.1. Enfrentar los hechos, iniciar una conversación

Al abordar la cuestión del desequilibrio de género y al diseñar nuevas estrategias para hacer frente a este, surge la oportunidad de abordar otras representaciones erróneas y aumentar la diversidad en el sector audiovisual (entendida como la diversidad étnica, cultural y social, así como la diversidad de religión, etaria, de orientación sexual y la discapacidad).

Ya se están poniendo en práctica varias medidas audaces e interesantes en diferentes países de la Unión Europea para abordar esta cuestión. Las iniciativas que se presentan en esta publicación pueden servir de inspiración para la adopción de nuevas medidas en otros contextos nacionales.

De hecho, el sector audiovisual, al igual que en otros sectores de nuestras economías, tiene margen de mejora para alcanzar una mejor representatividad de las sociedades en las que opera, ya sea fuera y dentro de la pantalla, como lo demuestran varios estudios sobre la composición del personal del audiovisual y los ejercicios de seguimiento de la diversidad en la pantalla que se publicaron en los últimos años en algunos países europeos¹¹⁹.

119 Véase, por ejemplo, el informe de Directors UK de septiembre de 2018 titulado '[Adjusting the Colour Balance – Black, Asian and minority ethnic representation among screen directors working in UK television](#)', el informe de la BBC titulado '[BBC Equality Information report 2017/2018](#)', los informes del Instituto Danés del Cine y los [informes](#) realizados por el «Conseil Supérieur de l'Audiovisuel» de France (CSA, el ente regulador del sector audiovisual).

5.2. Iniciar acciones y monitorear el progreso

a) Diversificar las vías de acceso a la industria

Para diversificar el perfil de la mano de obra del sector audiovisual es necesario diversificar las vías de acceso a la industria. Para ello, en diferentes países europeos se han establecido asociaciones entre empresarios e instituciones educativas. Se han creado nuevos programas de formación que requieren un conjunto de competencias más variadas: aplicadas, basadas en competencias, etc. - y que ofrecen oportunidades de formación «en el puesto de trabajo».

En Francia se han establecido programas de asociación entre las emisoras públicas, France Télévisions y Radio France, e instituciones educativas para promover la diversidad social de la fuerza de trabajo del sector de la radiodifusión. Por ejemplo, la escuela ESJ PRO de Montpellier ofrece una formación que alterna la experiencia en el lugar de trabajo con la formación en el aula para los periodistas¹²⁰.

CinéFabrique en la ciudad de Lyon es un programa de formación dual para los profesionales del cine que ha sido posible gracias a una agrupación de empleadores de la industria. Durante el tercer año del programa de estudios, la agrupación contrata a los estudiantes/aprendices y organiza su rotación dentro de las diferentes empresas que forman la asociación, ofreciendo a los estudiantes la oportunidad de adquirir experiencia en toda la cadena de valor de la producción cinematográfica¹²¹.

En el Reino Unido, ScreenSkills ha puesto en marcha una iniciativa para apoyar a los talentos de personas de origen negro, asiático y de minorías étnicas (BAME, en inglés) detrás de la cámara en el cine.

120 Para más información sobre el programa educativo ESJ PRO, en asociación con la Ecole Supérieure de Journalisme of Lille, véase: <https://esj-pro.fr/devenir-journaliste-avec-esj-pro/se-former-en-alternance/egalite-des-chances-avec-radio-france-france-tv/>

121 Para más información sobre CinéFabrique, véase: <https://cinefabrique.fr/en/>

*Make a Move: Film*¹²² es un programa que busca empoderar a los miembros de los equipos de las etnias menos representadas para superar las barreras de progresión en sus carreras. Ofrece becas de 10 000 libras por candidato. La iniciativa, apoyada por el British Film Institute con fondos de la Lotería Nacional, está abierta a las películas que paguen la máxima contribución de 55 000 libras al Fondo de Habilidades cinematográficas del ScreenSkills, para asegurarse de que los candidatos seleccionados tengan la oportunidad de trabajar en las películas más importantes. La iniciativa sigue el modelo del original y exitoso esquema *Make a Move*, gestionado por de ScreenSkills en el sector de la televisión de alta gama durante cinco años y que ha logrado que más de 330 personas pasen a desempeñar funciones más altas en todos los niveles. El programa da prioridad a aquellos puestos de trabajo identificados «en demanda» por la industria, entre otros, primer ayudante de dirección, editor, productor ejecutivo, director de producción o contable de producción.

b) Respaldo a la incorporación de personas con discapacidad a la plantilla

Radio France, la emisora de radio pública francesa, tiene una ambiciosa política de diversidad. Se enmarca en acuerdos negociados con los sindicatos e impulsada por compromisos vinculados a la etiqueta de diversidad que Radio Francia recibió por primera vez en 2013 y que se renovó en 2018¹²³.

En 2018 Radio Francia firmó un nuevo acuerdo de tres años para la incorporación profesional y el empleo de personas con discapacidad. El acuerdo se estructura en torno a siete temas e incluye compromisos en los ámbitos de la contratación y la integración (incluido la accesibilidad de los lugares de trabajo), las medidas de acompañamiento de las personas y sus equipos, y el desarrollo de soluciones técnicas ajustadas al progreso tecnológico. Este plan está respaldado por un presupuesto que va más allá de la cuota de obligatoriedad establecida por la ley.

Las iniciativas en el ámbito de la discapacidad están impulsadas por el Comité de Diversidad e Igualdad de la empresa, la Misión de la Discapacidad (dos miembros del personal) y los Referentes de Diversidad y Discapacidad que trabajan en los diferentes departamentos de la radio.

122 Para más información sobre el programa ScreenSkills ‘Make a Move:Film’, véase: <https://www.screenskills.com/pitches/film-make-a-move/9169f19e-55c1-4662-98a8-d5c39d584c42/>

123 Para más información sobre la política de diversidad de Radio France, véase: www.radiofrance.fr/diversite-et-egalite

En cuanto a las acciones concretas, Radio Francia forma a su personal encargado de la contratación en cuestiones relacionadas con la discapacidad; además, es proactiva en la búsqueda de candidatos, desarrolla colaboraciones con asociaciones especializadas para identificar a candidatos para las pasantías, organiza sesiones de sensibilización para los equipos y ajusta los espacios de trabajo tanto en términos de accesibilidad como en lo que se refiere a las herramientas informáticas.

En los últimos años, la tasa de empleo de los trabajadores con discapacidad en Radio France ha aumentado, y al 31 de diciembre de 2018 llegó al 5,82%.

En febrero de 2018, Channel 4 en el Reino Unido publicó una guía para emplear a personas con discapacidad, especialmente adaptada para la industria de la televisión¹²⁴. En noviembre de 2018, la BBC también publicó un informe dedicado al «Progreso profesional y cultural para el personal con discapacidad de la BBC»¹²⁵.

c) Crear base de datos de expertos para diversificar los perfiles

Expertalia¹²⁶ es una base de datos de expertas y expertos de diversos orígenes, elaborada por la Asociación belga francófona de periodistas profesionales. Su objetivo es apoyar a los periodistas en la diversificación de sus fuentes y dar más visibilidad a los hombres y mujeres que normalmente están infrarrepresentados en los medios de comunicación. Cuenta con el apoyo del gobierno (Federación Valonia-Bruselas) y se ha desarrollado un programa de 'media coaching' en colaboración con la emisora pública belga RTBF. La emisora ofrece entrenamiento gratuito tres veces al año en medios de comunicación a las mujeres expertas (ya se han formado 120 expertas).

La RTBF organiza dos veces al año almuerzos entre periodistas y expertos para entablar nuevos contactos. La RTBF también supervisa cada tres meses la presencia de mujeres expertas en sus contenidos de radio y televisión.

124 [Employing Disabled Talent – A guide for the TV sector](#), Channel 4, febrero de 2018

125 [Reflecting the disability in the UK within the BBC workforce – Report on career progression and culture for disabled staff at the BBC](#), BBC, noviembre de 2018

126 Para consultar Expertalia, véase:
www.expertalia.be/

d) Luchar contra la discriminación de las personas LGBTI

En España, la Agrupación de Periodistas junto con la Secretaría de Políticas Sociales e Igualdad de la FSC-CCOO y la Federación Estatal de Lesbianas Gais, Trans y Bisexuales (FELGTB) han elaborado una Guía de Buenas Prácticas¹²⁷ para el tratamiento de la diversidad sexual, de género y familiar en los Medios de Comunicación. La guía está disponible en español, inglés, francés y portugués¹²⁸.

Su objetivo es facilitar y acercar a las y los profesionales de la comunicación el uso apropiado del lenguaje y los conceptos cuando cubren noticias que afectan a la población LGTBI y sensibilizar en la lucha contra los estereotipos y la discriminación en general arraigada en el lenguaje tradicional.

La emisora comercial del Reino Unido Sky tiene una red de empleados LGBT+@Sky¹²⁹ que agrupa a más de 2000 miembros. La red *«proporciona apoyo, asesoramiento y orientación para todos los y las colegas LGBT+ y se asegura de que los Campeones activen la agenda de la diversidad en todos los rincones del país»*.

La BBC también tiene una estrategia dedicada a la cultura y progresión profesional de los empleados LGBT de la corporación de medios¹³⁰.

127 [Guía de buenas prácticas para el tratamiento de la diversidad sexual y de género en los medios de comunicación](#), Federación de Servicios a la Ciudadanía CCOO (FSC-CCOO) y Federación Estatal de Lesbianas, Gais, Transexuales y Bisexuales (FELGTB), segunda edición, 2019

128 Para bajar las distintas versiones lingüísticas de la guía, vaya [aquí](#)

129 Para consultar la página web de la red del personal LGBT+@Sky, véase: www.gaydio.co.uk/contact/proud-to-be/lgbt-sky/

130 [LGBT culture and progression – A report on career progression and culture at the BBC](#), BBC, octubre 2018

e) Diseñar herramientas para la diversidad específicas para nuestro sector

Pact, la asociación que representa los intereses comerciales de las empresas británicas de televisión independiente, cine, digital, infantil y de medios de animación, tiene personal dedicado a la diversidad. Además, Pact ha creado un «Micrositio dedicado al tema de la diversidad»¹³¹ en el que los productores independientes pueden acceder a recursos para apoyar sus acciones en materia de diversidad (se explica el contexto jurídico y las demandas de los radiodifusores; se asesora sobre cómo supervisar la diversidad dentro de una organización y cómo crear una estrategia de diversidad, etc.).

Pact también gestiona Indie Diversity Training Scheme, un plan remunerado de seis meses de duración dirigido específicamente a los nuevos talentos (tanto graduados como no graduados)¹³².

131 Para visitar la página sobre diversidad de Pact, véase:
<http://diversity.pact.co.uk/>

132 Para más información sobre el esquema Indie Diversity Training Scheme, véase:
<http://www.pact.co.uk/news-detail.html?id=2020-pact-indie-diversity-scheme-now-open>



The End

PRODUCTION
DIRECTOR _____
CAMERA _____
DATE | SCENE | TAKE

6. Conclusiones y camino a seguir

Los interlocutores sociales del Comité de Diálogo Social Europeo del Sector Audiovisual se comprometen a luchar contra la discriminación, a promover la igualdad de oportunidades y a fomentar la paridad y la diversidad.

Demostraron su compromiso con esos principios al adoptar el Marco de Acciones sobre la igualdad de género en 2011 y renovaron ese compromiso al preparar la presente publicación. En los próximos años, los interlocutores sociales del Comité de Diálogo Social Europeo del Sector Audiovisual seguirán promoviendo acciones en el ámbito de la igualdad de género y la diversidad junto con sus miembros y todas las demás partes interesadas del sector.

La gama de medidas que pueden adoptar los interlocutores sociales y las partes interesadas del sector audiovisual para mejorar la igualdad y la diversidad es amplia. Desde estrategias y planes ambiciosos hasta iniciativas de menor escala que tienen un impacto directo en la organización del trabajo.

Las buenas prácticas presentadas en este informe han demostrado su eficacia. Las enseñanzas extraídas de su aplicación pueden servir de inspiración, si no de referencia, en otros contextos nacionales.

Se ha demostrado el alto valor de la producción periódica de estadísticas y análisis cualitativos de los niveles de representación de las mujeres y otros grupos infrarrepresentados en las pantallas y en el personal del sector audiovisual. Es particularmente importante hacer un seguimiento de los acontecimientos y evaluar el impacto de las medidas adoptadas. Los interlocutores sociales y las partes interesadas del sector, con el apoyo de las instituciones públicas, tienen un interés común en trabajar juntos para lograr un enfoque más sistemático de la recopilación de datos sobre el género a nivel europeo.

También es necesario poner a disposición de los interesados del sector audiovisual instrumentos y fondos específicos para ayudarles a poner en práctica iniciativas concretas que promuevan la igualdad y la diversidad en sus lugares de trabajo, en los platós y en los estudios, y en relación con sus audiencias.

La promoción de la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres y el apoyo a una mayor inclusión de perfiles diversos en el personal audiovisual y en las pantallas es fundamental para los valores europeos. Existe un interés creativo, social y económico en que el sector audiovisual refleje cada vez más las realidades de sociedades diversas y cambiantes.

Lograr la igualdad de género y promover la diversidad también puede ofrecer una respuesta a las expectativas de los ciudadanos, ya que en nuestras sociedades europeas surgen cada vez más voces que abogan para que haya más igualdad, una representación más diversa y tolerancia cero en relación con la violencia y el acoso.

El presente informe es la continuación del Marco de Acciones de 2011 sobre la igualdad entre los géneros. El Marco de Acciones y el presente informe tienen por objeto orientar a los interlocutores sociales y a los interesados del sector. Son herramientas de trabajo vivas que los interlocutores sociales europeos seguirán utilizando para abordar más cuestiones, seguir desarrollando políticas conjuntas y adaptar sus acciones.

Publicación elaborada por los interlocutores sociales del Comité de Diálogo Social europeo del Sector del Audiovisual:

ACT

Association of Commercial
Television in Europe



CEPI
EUROPEAN
AUDIOVISUAL
PRODUCTION



EBU

OPERATING EUROVISION AND EURORADIO



EFJ
European
Federation of
Journalists

FIA
INTERNATIONAL FEDERATION OF ACTORS
FÉDÉRATION INTERNATIONALE DES ACTEURS



UNI
europa
media, entertainment
& arts
global
union