



## **ACUERDO COMPROMISO EN POLÍTICAS DE GÉNERO PARA EL PERIODISMO Y LA PUBLICIDAD**

Buenos Aires, 12 de septiembre 2019

### **NUESTROS ACUERDOS:**

Considerando que el logro de la igualdad de género es un objetivo que la humanidad reconoce como fundamental para el avance de las sociedades y por eso fue incluido como uno de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (N° 5) y transversalizado en los demás ODS;

Que desde que fue aprobada en 1995 la Plataforma de Acción de Beijing (PAB) sobre los Derechos Humanos de las Mujeres en el contexto de la Organización de las Naciones Unidas, la Sección J de la misma -sobre medios de comunicación y difusión- ha sido guía de acción para múltiples sectores de la sociedad en su avance hacia la igualdad de género;

Que este compromiso ha sido refrendado por los Estados en las múltiples revisiones que desde entonces se han hecho de la PAB;

Que la Convención para la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación hacia las Mujeres (CEDAW, por sus siglas en inglés) -1979- es enfática en la importancia de eliminar los patrones socioculturales sexistas de conducta;

Que la Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer (Belém do Pará) -1994- extiende este compromiso a los medios de comunicación;

Que la Convención Interamericana contra Toda Forma de Discriminación e Intolerancia (2013) prohíbe explícitamente la discriminación por motivos de orientación sexual e identidad y expresión de género;

Que los Principios de Yogyakarta -2006- establecen el respeto de los derechos y libertades de las personas, sin discriminación por orientación sexual o identidad de género y para ello el Estado asegurará que la producción como la organización de los medios de comunicación sea pluralista y no discriminatoria, lo que implica considerar estos principios en la contratación y promoción de personal;

Que los Convenios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), como el Convenio (núm. 100) sobre igualdad de remuneración (1951), el Convenio (núm. 111) sobre la discriminación en el empleo y la ocupación (1958), el Convenio (núm. 156) sobre trabajadores/as con responsabilidades familiares (1981) y el Convenio (núm. 183) sobre la protección de la maternidad, tratan específicamente temáticas relacionadas con la igualdad entre hombres y mujeres en los ámbitos laborales;

Que así también el reciente Convenio sobre la eliminación de la violencia y acoso en el mundo del trabajo -2019- reconoce que la violencia y el acoso afecta de forma desproporcionada a mujeres y niñas dentro de los ámbitos laborales, tanto formales como informales, públicos y privados;

Que otros documentos regionales han refrendado en los últimos años la importancia de incidir en el ámbito de la comunicación para alcanzar la igualdad de género, entre ellos la Declaración de Pachuca (CIM/OEA, 2014) y varios de los Consensos aprobados por la CEPAL (Quito, 2007; Brasilia, 2010; y Santo Domingo, 2013);

Que la normativa nacional implicada, a saber: la Ley de Protección Integral de la Violencia contra las Mujeres en las Ámbitos en que se Desarrollan las Relaciones Interpersonales N° 26.485, el Plan Para la Igualdad de Oportunidades Entre Varones y Mujeres En El Mundo Laboral establecido mediante Decreto Nacional 254/98 y la Ley de Identidad de Género N° 26.743, han sido consideradas como un importante avance en el reconocimiento de los derechos y que complementan otras específicas del derecho laboral que, en su conjunto, son el marco de aplicación a la problemática que se aborda;

Que tanto la Ley de Protección Integral de la Violencia como la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (26522) han colaborado los últimos años en conformar un entramado normativo en políticas de comunicación y género vinculado a contenidos libres de sexismo;

Que en las últimas décadas, desde los organismos de derechos humanos se ha hecho un enorme esfuerzo por ampliar este compromiso desde los Estados a otros sectores de la sociedad como son las empresas, a través de iniciativas como el Pacto Global de Naciones Unidas o Los Principios de Empoderamiento de las Mujeres en las Empresas;

Por eso, entendemos que éste es un momento propicio para comprometer activamente en el tema a los sectores de la publicidad y del periodismo de Argentina, en el convencimiento de que no hay vuelta atrás en el camino hacia la igualdad de género.

Promovemos este Acuerdo Compromiso para empresas, sindicatos, asociaciones y redes profesionales, universidades y organismos del Estado, ya que todas estas organizaciones/instituciones conforman el sistema holístico necesario para llevar adelante transformaciones profundas como las vinculadas a los estereotipos socioculturales sexistas en las prácticas laborales como en los contenidos producidos en el ámbito de la comunicación.

**NUESTRO COMPROMISO:**

- 1) *Nos comprometemos a trabajar en la deconstrucción de los estereotipos sexistas que afectan el logro de la igualdad de género al interior de nuestras organizaciones;*
- 2) *Promoveremos la participación y el acceso de mujeres y personas trans a espacios laborales y sindicales y, particularmente, a los cargos de decisión;*
- 3) *Estimularemos la producción de contenidos periodísticos y publicitarios libres de sexismo;*
- 4) *Capacitaremos a todo el personal en perspectiva de géneros para promover una cultura institucional orientada a garantizar la igualdad de oportunidades y contenidos libres de sexismo;*
- 5) *Promoveremos la transversalización de contenidos vinculados a género en las currículas de formaciones tanto formales como informales;*
- 6) *Promoveremos la eliminación de prácticas laborales y sindicales sexistas, como la división de tareas según la identidad de género; todas las personas tenemos la misma capacidad, el mismo derecho de realizar cualquier trabajo y a recibir igual salario por igual tarea;*
- 7) *Desarrollaremos políticas de cuidado y de conciliación que permitan la inserción de las mujeres en igualdad de condiciones en el sector y el compromiso de los varones con esta tarea;*
- 8) *Desarrollaremos investigaciones que den cuenta de posibles desigualdades de género y, a partir de las mismas, impulsaremos políticas de género integradoras;*
- 9) *Realizaremos un seguimiento y un monitoreo constante de las políticas de género implementadas, con el objetivo de evaluar su eficacia e impulsar las mejoras necesarias;*
- 10) *Trabajaremos en la disminución de prácticas violentas dentro de las organizaciones/instituciones, y en el acompañamiento de situaciones violentas vividas por estudiantes y trabajadoras/es. Para eso contaremos con áreas o personal con formación específica que tengan como objetivo receptor consultas, acompañar a personas que hayan vivido situaciones de discriminación o violencia por razones de género y que tomen medidas ante las mismas;*
- 11) *Promoveremos activamente la agenda de género dentro de los contenidos generados por nuestras organizaciones/instituciones.*

## **FIRMANTES:**

### **EMPRESAS PERIODISTICAS**

Diario Tiempo Argentino  
Diario Página 12  
Diario de La República (San Luis)  
Barricada TV  
Portal Cosecha Roja  
Portal Nuestras Voces  
Portal El Resaltador (Córdoba)  
Radio Universidad Nacional de la Rioja  
TV Universidad Nacional de la Rioja

### **AGENCIAS DE PUBLICIDAD**

Young & Rubicam  
Walter Thompson  
Wunderman  
Hand  
FCB&Fire  
Agencia BI  
Liebre Amotinada  
Bridge The Gap  
Graciano Estudio  
Hellobrand  
Avión de Papel  
Centromedia Producciones  
The Brand Band  
Estudio Rocha y Asociados  
Persona Partner Digital

### **INSTITUCIONES ACADÉMICAS**

Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Buenos Aires  
Programa de Género de la Universidad Nacional de Córdoba  
Escuela Superior de Creativos Publicitarios  
Grow Escuela de Internet  
Taller Escuela Agencia (TEA)  
Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales (UCES)  
Universidad Abierta Interamericana

### **SINDICATOS**

Sindicato de Prensa de Buenos Aires (SIPREBA)

Círculo Sindical de la Prensa y la Comunicación de Córdoba (CISPREN)  
Sindicato Argentino de Televisión Servicios Audiovisuales Interactivos y de Datos (SATSAID)-  
Córdoba

## **ORGANISMOS DEL ESTADO**

Observatorio de Violencia Simbólica y Mediática del Instituto Nacional de las Mujeres (INAM)

## **ASOCIACIONES Y REDES PROFESIONALES**

Periodistas de Argentina en Red por una Comunicación no Sexista (Red PAR)

Publicitarias.org

Mujeres En Publicidad

Consejo Publicitario Argentino

Género y Trabajo (GROW)

Chicas Poderosas Argentinas

## **CÁMARAS EMPRESARIAS**

Cámara Argentina de Radios On Line

Asociación Argentina de Publicidad

Asociación Cordobesa de Agencias de Publicidad

