

## **P7\_TA-PROV(2013)0074**

### **Eliminación de los estereotipos de género en la UE**

#### **Resolución del Parlamento Europeo, de 12 de marzo de 2013, sobre la eliminación de los estereotipos de género en la UE (2012/2116(INI))**

*El Parlamento Europeo,*

- Vistas la Declaración y la Plataforma de Acción de Pekín aprobadas con ocasión de la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer celebrada el 15 de septiembre de 1995, y las Resoluciones del Parlamento, de 18 de mayo de 2000, sobre el seguimiento de la Plataforma de Acción de Pekín<sup>1</sup>, de 10 de marzo de 2005, sobre el seguimiento de la Plataforma de Acción de la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer (Beijing + 10)<sup>2</sup>, y de 25 de febrero de 2010, sobre Pekín+15 - Plataforma de Acción de las Naciones Unidas para la igualdad de género<sup>3</sup>,
- Vista la Convención de las Naciones Unidas, de 1979, sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer,
- Visto el artículo 2 del Tratado de la Unión Europea, que hace hincapié en valores comunes a los Estados miembros tales como el pluralismo, la no discriminación, la tolerancia, la justicia, la solidaridad y la igualdad entre mujeres y hombres,
- Visto el artículo 19 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE), que hace referencia a la lucha contra la discriminación por motivos de sexo,
- Vista la 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)<sup>4</sup>, y la Directiva del Consejo 2004/113/CE, de 13 de diciembre de 2004, por la que se aplica el principio de igualdad de trato entre hombres y mujeres al acceso a bienes y servicios y su suministro<sup>5</sup>,
- Vista la Directiva 2002/73/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 23 de septiembre de 2002, que modifica la Directiva 76/207/CEE del Consejo relativa a la aplicación del principio de igualdad de trato entre hombres y mujeres en lo que se refiere al acceso al empleo, a la formación y a la promoción profesionales, y a las condiciones de trabajo<sup>6</sup>,
- Vistas las Conclusiones del Consejo, de 2 de diciembre de 1998, en las que se establecía que la evaluación anual de la aplicación de la Plataforma de Acción de Pekín debía incluir indicadores y criterios de referencia cuantitativos y cualitativos,
- Vista la Declaración conjunta realizada el 4 de febrero de 2005 por los ministros de la UE responsables de la igualdad de género en el marco de la revisión, diez años después, de la

---

<sup>1</sup> DO C 59 de 23.2.2001, p. 258.

<sup>2</sup> DO C 320E de 15.12.2005, p. 247.

<sup>3</sup> DO C 348 E de 21.12.2010, p. 11.

<sup>4</sup> DO L 204 de 26.7.2006, p. 23.

<sup>5</sup> DO L 373 de 21.12.2004, p. 37.

<sup>6</sup> DO L 269 de 5.10.2002, p. 15.

Plataforma de Acción de Pekín en la que, entre otros aspectos, reafirman su firme apoyo y su compromiso con una aplicación plena y efectiva de la Declaración de Pekín y de la Plataforma de Acción,

- Vistas las Conclusiones del Consejo de los días 2 y 3 de junio de 2005, en las que se invita a los Estados miembros y a la Comisión a reforzar los mecanismos institucionales para promover la igualdad de género y crear un marco para examinar la aplicación de la Plataforma de Acción de Pekín, con el fin de desarrollar una supervisión de los avances más coherente y sistemática,
  - Visto el Pacto Europeo por la Igualdad de Género (2011-2020), aprobado por el Consejo Europeo en marzo de 2011<sup>7</sup>,
  - Vista la Comunicación de la Comisión, de 21 de septiembre de 2010, titulada «Estrategia para la igualdad entre mujeres y hombres 2010-2015» y el documento de trabajo correspondiente de los servicios de la Comisión sobre las acciones para la aplicación de dicha estrategia (COM(2010)0491, SEC(2010)1080),
  - Vista su Resolución, de 3 de septiembre de 2008, sobre el impacto del marketing y la publicidad en la igualdad entre mujeres y hombres<sup>8</sup>,
  - Vista su Resolución, de 13 de marzo de 2012, sobre la igualdad entre mujeres y hombres en la Unión Europea<sup>9</sup>,
  - Visto el artículo 48 de su Reglamento,
  - Visto el Informe de la Comisión de Derechos de la Mujer e Igualdad de Género (A7-0401/2012),
- A. Considerando que el artículo 8 del TFUE indica que, en todas sus acciones, la Unión se fijará el objetivo de eliminar las desigualdades entre el hombre y la mujer y promover su igualdad;
- B. Considerando que, a pesar de haberse realizado un cierto progreso en muchos Estados miembros, muchas mujeres siguen cargando con una parte desproporcionada en lo relativo a la crianza de los hijos y el cuidado de otras personas dependientes; que la persistencia de estereotipos supone un obstáculo para el reparto de las responsabilidades familiares y domésticas entre mujeres y hombres e impide que exista la igualdad en el mercado laboral;
- C. Considerando que siguen existiendo estereotipos en todos los niveles de la sociedad y en todos los grupos de edad, que afectan a cómo percibimos a los demás a través de presunciones excesivamente simplificadas basadas en normas construidas socialmente, prácticas y creencias que a menudo se basan en la cultura y en la religión, que las promueven, y que reflejan y perpetúan relaciones subyacentes de poder;
- D. Considerando que deben eliminarse todas las formas directas e indirectas de discriminación por motivos de género a fin de garantizar el derecho de las mujeres a la igualdad de trato y cambiar la percepción cultural de que las mujeres son de muchas formas pasivas o inferiores

---

<sup>7</sup> Anexo a las Conclusiones del Consejo de 7 de marzo de 2011.

<sup>8</sup> DO C 295 E de 4.12.2009, p. 43.

<sup>9</sup> Textos Aprobados, P7\_TA(2012)0069.

a los hombres;

- E. Considerando que los roles de género tradicionales y los estereotipos siguen teniendo una gran influencia en la división de roles entre mujeres y hombres en el hogar, en el lugar de trabajo y en la sociedad en general, y se representa a las mujeres como las personas a cargo del hogar y de los niños, mientras que se representa a los hombres como protectores y como principal fuente de ingresos de la familia; que los estereotipos de género tienden a perpetuar el statu quo de los obstáculos heredados a la hora de alcanzar la igualdad de género y a limitar las opciones de empleo y el desarrollo personal de las mujeres, impidiéndoles realizar su pleno potencial como personas y como agentes económicos, y por lo tanto constituyen una barrera importante para conseguir la igualdad entre mujeres y hombres;
- F. Considerando que los roles de género se forman e imponen mediante numerosas influencias sociales, especialmente los medios de comunicación y la educación, y que se forman en las etapas de socialización durante la infancia y la adolescencia, y por tanto influyen en las personas durante toda su vida;
- G. Considerando que las mujeres de las zonas rurales son víctimas de un mayor grado de discriminación y de estereotipos de género que las mujeres de las zonas urbanas, y que la tasa de empleo de estas mujeres es muy inferior a la de las mujeres que residen en las ciudades;
- H. Considerando que los estereotipos de género se combinan frecuentemente con otros, tales como los estereotipos discriminatorios por motivos de edad, condición de migrante, orientación sexual, discapacidad, etc., y que por tanto afectan en mayor medida a las mujeres con múltiples identidades;
- I. Considerando que la violencia contra las mujeres es una violación de los derechos humanos que afecta a todos los estratos sociales, culturales y económicos;

### ***Medios de comunicación y cultura***

- J. Considerando que la discriminación de género en los medios, en la comunicación y en la publicidad es aún frecuente y facilita la reproducción de los estereotipos de género, en especial representando a la mujer como un objeto sexual con el fin de fomentar las ventas; que, por ejemplo, en la publicidad las mujeres suponen el 27 % de los empleados o profesionales mostrados, pero que el 60 % de estas son representadas realizando tareas domésticas o cuidando de niños; que la publicidad y los medios de comunicación pueden, sin embargo, actuar como un potente catalizador en la lucha contra los estereotipos y los prejuicios basados en el género;
- K. Considerando que los niños se enfrentan a estereotipos de género a edades muy tempranas a través de modelos promovidos por series y programas de televisión, debates, juegos, videojuegos y anuncios, materiales de estudio y programas educativos, y en las actitudes en las escuelas, la familia y la sociedad, que influyen en su percepción de cómo deben comportarse hombres y mujeres y que tienen repercusiones durante toda su vida y sobre sus aspiraciones futuras;
- L. Considerando que la manera en que se representa a las niñas en el espacio público reduce su estima en la sociedad y fomenta la violencia contra las niñas; que, si bien los medios de comunicación pueden desempeñar un papel educativo positivo, los estereotipos sobre las

niñas están muy difundidos en dichos medios y a menudo tienden a reforzar las actitudes y los comportamientos tradicionales, incluso en la publicidad y en los programas infantiles;

- M. Considerando que en programas de televisión, juegos de ordenador y videoclips musicales se observa una tendencia cada vez más visible, en parte por motivos comerciales, a presentar mujeres vestidas de manera provocativa, posando con intención sexual, con lo que se contribuye aún más a los estereotipos de género; que las letras de las canciones orientadas a un público joven incluyen contenidos sexualmente sugerentes, que a menudo promueven la violencia contra las mujeres y las niñas;
- N. Considerando que las mujeres y los hombres jóvenes son los más afectados por el nuevo estatus cultural de la pornografía; que la «banalización de la pornografía», es decir, el proceso cultural actual en el que la pornografía se introduce en la vida diaria como elemento cultural, a menudo idealizado, cada vez más aceptado universalmente, se manifiesta de forma particularmente clara en la cultura juvenil: desde la televisión para adolescentes y las revistas sobre estilo de vida hasta los vídeos musicales y los anuncios destinados a los jóvenes;

### ***Educación y formación***

- O. Considerando que el acceso a la educación formal primaria, secundaria y universitaria y el contenido del plan de estudios tal y como se enseña a niñas y niños constituyen un factor fundamental de influencia sobre las diferencias de género y, consecuentemente, sobre las decisiones y el acceso a los derechos; que en la UE, a pesar de que el acceso de las niñas y los niños a la educación puede parecer en general menos problemático comparado con otras partes del mundo, cabe señalar sin embargo que las niñas y los niños no son iguales a la hora de acceder y aprovechar plenamente los sistemas educativos y sus oportunidades; que, en particular, sigue siendo muy problemático en algunos países el acceso a la educación de las niñas pertenecientes a minorías tales como la comunidad romaní, inmigrantes, solicitantes de asilo, refugiados y discapacitados;
- P. Considerando que ya desde una edad temprana los niños pueden aprender la igualdad y aprender a combatir los estereotipos de género gracias a una educación basada en el reconocimiento de la igualdad;
- Q. Considerando que los estereotipos que siguen existiendo en relación con las opciones educativas y profesionales a disposición de las mujeres contribuyen a perpetuar las desigualdades; que la educación y la formación siguen transmitiendo estereotipos de género, dado que mujeres y hombres suelen seguir itinerarios educativos y formativos tradicionales, y que esto presenta repercusiones graves en el mercado laboral, al limitar la diversificación de las carreras y, con frecuencia, situar a las mujeres en ocupaciones menos valoradas y remuneradas;
- R. Considerando que en el proceso educativo de los niños y las niñas no se inculca de la misma forma el interés por todas las asignaturas, en concreto en cuanto a las científicas y técnicas;
- S. Considerando que si bien muchos países europeos disponen de orientación profesional con dimensión de género, ésta suele estar dirigida a las chicas para animarlas a elegir carreras tecnológicas y científicas, y no existen iniciativas dirigidas a los chicos para que se decidan por carreras en los ámbitos de la educación, la salud o las humanidades;

## ***Mercado de trabajo***

- T. Considerando que el efecto de los estereotipos de género en la educación y la formación tiene serias repercusiones en el mercado de trabajo, en el que las mujeres siguen enfrentándose a la segregación horizontal y vertical, y que ello contribuye a que determinados sectores sigan considerándose «masculinos» (con más de un 85 % de hombres) y sus niveles salariales sean, en consecuencia, superiores a los de sectores considerados femeninos (con más de un 70 % de mujeres); que, además, en general existen más mujeres que ocupan empleos de baja consideración socioeconómica y que esto debilita asimismo su confianza y autoestima;
- U. Considerando que los estereotipos de género en el mercado de trabajo siguen limitando el acceso de las mujeres a determinados sectores tales como la ingeniería, la extinción de incendios, la fabricación, la construcción, la carpintería, la mecánica, los sectores técnicos y científicos y las nuevas tecnologías, además de limitar el acceso de los hombres a los sectores vinculados al cuidado infantil (matrona, puericultura, etc.);
- V. Considerando que un mejor conocimiento de los empleos existentes en el mercado de trabajo favorecería un mejor acceso a todos los cursos de formación profesional;
- W. Considerando que los estereotipos de género son contraproducentes y contribuyen a dividir el mercado de trabajo en profesiones masculinas y femeninas, con lo que se amplía la brecha salarial por motivos de género;
- X. Considerando que, en 2011, las mujeres seguían ganando un promedio de aproximadamente un 16,4 % menos que los hombres por el mismo trabajo en la UE, y que la brecha salarial varía dentro de los Estados miembros, superando en algunos de ellos un promedio del 22 % en 2011; que si bien las causas de esta brecha salarial son múltiples y complejas, suele ser el resultado de los estereotipos de género y de la percepción de la mujer solo a través del prisma de la división tradicional de roles;
- Y. Considerando que, en cuanto al equilibrio entre la vida profesional y la vida privada, las mujeres están representadas de manera desproporcionada en los «empleos flexibles» y a tiempo parcial, lo que parece indicar que aún hoy persiste la creencia tradicional de que las mujeres tienen la responsabilidad principal a la hora de cuidar de la familia, lo que las obliga a aceptar empleos a tiempo parcial, con horario flexible o de corta duración y a limitar sus oportunidades en el mercado laboral y sus posibilidades de promoción;
- Z. Considerando que las interrupciones de la carrera profesional de las mujeres, a causa de permisos por maternidad o parentales, aumentan las diferencias salariales entre hombres y mujeres, así como los niveles relativos de las pensiones;

## ***Toma de decisiones económicas y políticas***

- AA. Considerando que un estudio de la Comisión de 2011 muestra que, en 2012, en la Unión Europea, las mujeres ocupaban el 14 % de las plazas en los consejos de las mayores empresas que cotizan en bolsa, lo que parece indicar la existencia del denominado «techo de cristal», que dificulta que las mujeres accedan a puestos de dirección superior y que tengan iguales oportunidades de promoción;
- AB. Considerando que, a pesar de haberse producido algunas mejoras en los últimos años, las

mujeres siguen estando poco representadas en la toma de decisiones en la esfera política a escala local, nacional y de la UE; que la representación de las mujeres en los Gobiernos y Parlamentos nacionales ha pasado del 21 % en 2004 al 23 % en 2009, mientras que la representación de las mujeres en el Parlamento Europeo ha aumentado del 30 % en 2004 al 35 % en 2009;

- AC. Considerando que los estereotipos de género y el sexismo siguen prevaleciendo en los organismos responsables de la toma de decisiones tanto políticas como económicas, con casos habituales de observaciones sexistas y de acoso, incluidas algunas formas de acoso sexual y de violencia contra las mujeres;
- AD. Considerando que deben eliminarse los estereotipos de género, en especial en el ámbito de la empresa, en el que los hombres ocupan la mayor parte de las posiciones de dirección, puesto que contribuyen a limitar las aspiraciones de las jóvenes y hacen que las mujeres se sientan menos inclinadas a intentar obtener posiciones de dirección superior en la toma de decisiones en las esferas financiera, económica y política, tanto en el sector público como en el privado;

### ***Acción de la UE***

1. Observa que existe una grave falta de progresos en el cumplimiento de los compromisos adoptados por parte de la UE y de diversos gobiernos como parte de la Plataforma de Acción de Pekín; destaca la necesidad de nuevos indicadores en el ámbito de los estereotipos de género y de informes analíticos a escala de la UE; e invita al Instituto Europeo de la Igualdad de Género a abordar esta cuestión;
2. Observa que, a pesar del compromiso de la UE por la igualdad entre mujeres y hombres, persiste una laguna en la legislación respecto a la no discriminación de las mujeres y la igualdad de género en los ámbitos de la seguridad social, la educación y los medios de comunicación, el empleo y la remuneración; destaca la necesidad de acelerar la ejecución de la legislación existente en estos ámbitos y de introducir nueva legislación; pide a la Comisión que incorpore la cuestión de la igualdad de género en todos los ámbitos políticos, puesto que esto mejorará el potencial de crecimiento de la mano de obra europea;
3. Pide a la Comisión y a los Estados miembros que utilicen la financiación procedente del Fondo Social Europeo (FSE) de una manera eficaz para la realización de estrategias a largo plazo que ayuden a hacer más atractivos y acerquen a las mujeres a aquellos sectores del mercado de trabajo en los que continúan estando menos representadas debido a los estereotipos de género; considera que las estrategias deben incluir acciones positivas, formación a lo largo de la vida y fomentar activamente que las jóvenes emprendan estudios en ámbitos que tradicionalmente no se perciben como «femeninos», por ejemplo las tecnologías de la información o la mecánica, y el apoyo a las medidas de conciliación de la vida laboral y familiar para mujeres y hombres;
4. Solicita a la Comisión que apoye las acciones de los Estados miembros con vistas a eliminar los estereotipos y promover el acceso a la educación y al empleo para todas las personas, sin que se vean limitadas por los estereotipos;
5. Pide a la Comisión y a los Estados miembros que presten un apoyo firme y duradero al actual programa DAPHNE y al próximo programa Derechos y ciudadanía, como medio para combatir la violencia contra las mujeres, además de los estereotipos de género;

6. Invita a la Comisión y a los Estados miembros a que desarrollen estrategias que combatan las causas profundas de la discriminación y de la violencia contra las mujeres, arraigadas en los estereotipos y las desigualdades entre mujeres y hombres, comenzando por desmontar los estereotipos de género;

### ***Medios de comunicación y cultura***

7. Llama la atención sobre el hecho de que los estereotipos de género en la publicidad que coincide con los programas infantiles de televisión y dentro de estos mismos programas constituyen un problema particular debido a sus posibles repercusiones sobre la socialización de los hombres y de las mujeres y, por consiguiente, en la percepción que los menores tienen de sí mismos, de los miembros de su familia y del mundo exterior; destaca la importancia de reducir la exposición de los niños a los estereotipos de género, posiblemente proporcionando en las escuelas una educación crítica con los medios de comunicación;
8. Destaca la importancia de dirigirse también a los niños durante el proceso de incorporación de la cuestión de género y, por tanto, insta a que se realicen ejercicios específicamente diseñados para aumentar su concienciación en relación con los estereotipos;
9. Insiste en que la publicidad transmite con frecuencia mensajes discriminatorios o indignos basados en todo tipo de estereotipos de género, que son un obstáculo para las estrategias de igualdad; pide a la Comisión, los Estados miembros, la sociedad civil y los organismos de autorregulación de la publicidad que cooperen estrechamente para combatir tales prácticas, especialmente mediante la utilización de instrumentos eficaces que garanticen el respeto de la probidad y dignidad de las personas en la comercialización y la publicidad;
10. Señala también que la publicidad puede ser un instrumento eficaz para cuestionar y combatir los estereotipos, así como una herramienta contra el racismo, el sexismo y la discriminación, algo esencial en las sociedades multiculturales actuales; pide a la Comisión, a los Estados miembros y a los profesionales de la publicidad que refuercen las actividades de formación y educación como medio para superar los estereotipos, combatir la discriminación y promover la igualdad de género, especialmente desde una edad temprana; insta a los Estados miembros, en particular, a que entablen y desarrollen una estrecha cooperación con las escuelas de mercadotecnia, comunicación y publicidad existentes, a fin de contribuir a ofrecer una buena formación al personal futuro del sector;
11. Destaca la necesidad de llevar a cabo cursos especiales sobre estereotipos de género en los medios de comunicación para los comités normativos de la publicidad de ámbito nacional y los organismos de regulación y autorregulación, con objeto de sensibilizar acerca de la influencia negativa de las imágenes discriminatorias en la televisión, en Internet, en la publicidad y en las campañas publicitarias;
12. Pide a la UE que desarrolle campañas de sensibilización para la tolerancia cero en toda la UE ante insultos sexistas o imágenes degradantes de las mujeres y niñas en los medios de comunicación;
13. Pide a la UE y a sus Estados miembros que impartan la formación y las acciones de sensibilización con los profesionales de los medios de comunicación acerca de los efectos perjudiciales de los estereotipos de género y las buenas prácticas en este ámbito;

14. Destaca la importancia de promover la representación de la imagen femenina de modo que respete la dignidad de las mujeres así como de luchar contra los estereotipos de género persistentes, en particular la prevalencia de imágenes degradantes, respetando plenamente la libertad de expresión y de prensa;
15. Pide a la UE y a sus Estados miembros que emprendan acciones concretas en relación con la Resolución, de 16 de septiembre de 1997, sobre la discriminación de la mujer en la publicidad <sup>10</sup>;
16. Pide a la Comisión que ayude a los Estados miembros a combatir la sexualización de las niñas no solo recopilando los datos necesarios, promoviendo las buenas prácticas y organizando campañas informativas, sino también mediante asistencia financiera a las medidas adoptadas en los Estados miembros, especialmente a las organizaciones de mujeres que luchan contra la sexualización y la violencia contra mujeres y niñas;
17. Pide a los Estados miembros que apliquen medidas de acción positivas a fin de garantizar que más mujeres tengan acceso a puestos de directivas en los medios de comunicación, incluidos los puestos de alta dirección;
18. Pide a los Estados miembros que lleven a cabo investigaciones y recopilen datos comparables relativos a las mujeres en los medios de comunicación, incluida la representación de mujeres pertenecientes a grupos específicos, como las mujeres con discapacidades o pertenecientes a minorías étnicas;

### ***Educación y formación***

19. Hace hincapié en la necesidad de cursos especiales de orientación profesional en las escuelas de educación primaria y secundaria, así como en las instituciones de educación superior, a fin de informar a los jóvenes sobre las consecuencias negativas de los estereotipos de género y de animarles a estudiar y emprender carreras que en el pasado se consideraban típicamente «masculinas» o «femeninas»; pide que se facilite apoyo a cualquier acción encaminada a reducir la prevalencia de los estereotipos de género entre los niños;
20. Insiste en la importancia de promover la igualdad entre mujeres y hombres desde una edad temprana para luchar de manera eficaz contra los estereotipos, la discriminación y la violencia basados en el género, también mediante la inclusión de la Declaración Universal de los Derechos Humanos y la Carta Europea de Derechos Humanos en la educación en las escuelas;
21. Subraya la necesidad de programas y planes de estudios centrados en la igualdad entre mujeres y hombres, el respeto a los demás, el respeto entre los jóvenes, una sexualidad respetuosa y el rechazo de cualquier forma de violencia, así como la importancia de formar a los profesores en esta materia;
22. Hace hincapié en la necesidad de un proceso de incorporación de las cuestiones de género en las escuelas y, por tanto, anima a las escuelas a que diseñen y pongan en marcha actividades formativas para aumentar la sensibilización y ejercicios prácticos, con el objetivo de fomentar la igualdad de género en el plan de estudios académico;

---

<sup>10</sup> DO C 304 de 6.10.1997, p. 60.



23. Destaca la necesidad de elaborar y aplicar formaciones destinadas a profesores, supervisores, directores y al resto de personas implicadas en el programa educativo de los niños con el fin de que dispongan de todas las herramientas pedagógicas necesarias para luchar contra los estereotipos basados en el género y promover la igualdad entre hombres y mujeres;
24. Señala que si bien la mayor parte de los países de la UE tienen políticas de igualdad de género en la enseñanza superior, casi todas las políticas y los proyectos se centran en los jóvenes; pide, por lo tanto, a los Estados miembros que elaboren estrategias nacionales generales e iniciativas contra los estereotipos de género en la enseñanza superior dirigidas a los jóvenes;
25. Pide la preparación adecuada de los profesores e instructores tanto de la educación formal como informal a través de la formación básica en el ámbito de la igualdad entre mujeres y niñas y hombres y niños, la detección de los diversos tipos de abusos y de la violencia sexual, y la reacción frente a estos fenómenos;
26. Insiste en la necesidad de elaborar políticas que hagan hincapié en la deconstrucción de los estereotipos de género desde la más temprana edad, en formaciones de sensibilización de los profesores y de los estudiantes, y de fomentar y apoyar la diversificación de las carreras profesionales para las y los jóvenes;
27. Pide a la UE y a los Estados miembros que pongan en marcha políticas activas para garantizar que las niñas de grupos minoritarios y comunidades de inmigrantes tengan acceso a la educación y a los sistemas educativos;
28. Pide a los Estados miembros que evalúen el plan de estudios y el contenido de los libros de texto escolares con vistas a una reforma que conduciría a la integración de las cuestiones de género en todo el material educativo como tema transversal, tanto en cuanto a la eliminación de los estereotipos de género como en cuanto a la mejora de la visibilidad de la contribución y el papel de las mujeres en la historia, la literatura, las artes, etc., incluso en los niveles escolares más tempranos;
29. Pide a la UE que promueva una dimensión europea en la educación, por ejemplo, garantizando la puesta en común de buenas prácticas en igualdad de género como instrumento educativo, y desarrollando y recabando estadísticas que consideren la cuestión de género en todos los aspectos de la educación a escala nacional y de la UE;
30. Pide a la UE que incluya indicadores cuantitativos y cualitativos de la igualdad de género en todos los programas de evaluación destinados a calibrar la calidad de la educación en las escuelas europeas;

### ***Mercado de trabajo***

31. Llama la atención sobre la preocupación creciente por la influencia negativa de los estereotipos de género en la brecha salarial entre hombres y mujeres del 16,4 %, y pide a la Comisión y a los Estados miembros que consideren esta cuestión al desarrollar nuevas políticas;
32. Insiste en que los datos disponibles indican que las cualificaciones y la experiencia adquiridas por las mujeres están menos recompensadas económicamente que las adquiridas

por los hombres, en parte porque el empleo femenino se ha considerado tradicionalmente como complementario a los ingresos familiares, hecho que ha contribuido significativamente a crear y mantener las diferencias salariales entre hombres y mujeres;

33. Subraya la necesidad de actividades de sensibilización a fin de informar a los empresarios y a los trabajadores sobre la relación entre los estereotipos de género y la brecha salarial y de empleo, de informar a otros agentes de la sociedad de que los estereotipos de género reducen las oportunidades de las mujeres tanto en el mercado laboral como en sus vidas privadas, de fomentar la transparencia en las empresas y organismos públicos y privados y de garantizar el mismo salario para el mismo trabajo, así como un trabajo de igual valor;
34. Pide a los Estados miembros que revisen las estructuras salariales en las profesiones y ocupaciones en las que predominan las mujeres, a fin de acabar con los estereotipos de género en que se arraiga el problema de la desigualdad salarial; insta a los Estados miembros, empresarios y sindicatos, a que elaboren y apliquen herramientas de evaluación de puestos específicas y útiles que sirvan para determinar trabajos de igual valor y garantizar, de esta manera, la igualdad de salario entre mujeres y hombres;
35. Insta a los Estados miembros a crear políticas nacionales que incrementen el número de equipamientos asequibles y de calidad para el cuidado de los niños y que estén disponibles a los padres en toda Europa, y que contribuyan a crear estructuras que permitan conciliar la vida familiar y profesional de los padres que trabajan en empresas, principalmente apoyando el establecimiento y el mantenimiento de servicios de cuidado de los niños en las empresas; insta a los Estados miembros a que mejoren la provisión de servicios de asistencia para otras categorías de personas dependientes (ancianos, discapacitados, personas necesitadas), con lo que se fomentaría la participación activa de las mujeres en el trabajo, reconciliando el trabajo y la vida familiar;
36. Pide a la Comisión y a los Estados miembros que proporcionen oportunidades laborales flexibles, y formas adecuadas de permiso parental tanto para hombres como para mujeres;
37. Destaca que los estereotipos de género tienen tendencia a facilitar su propio cumplimiento y que, cuando no se ofrecen oportunidades a las mujeres para que prueben su valía, estas no tienen nunca la posibilidad de romper las barreras que bloquean su avance;
38. Pide a la Comisión y a los Estados miembros que fomenten el emprendimiento femenino y los regímenes de trabajo autónomo proporcionando formación, financiación y apoyo adecuados;
39. Recuerda a la Comisión que las mujeres de más edad se ven especialmente afectadas por la brecha salarial, que también repercute en las pensiones, lo que aumenta el peligro de pobreza extrema y persistente una vez que las mujeres han alcanzado la edad de jubilación;
40. Observa que la probabilidad de que las mujeres de más edad se encuentren en situación de pobreza cuando alcancen la edad de jubilación aumentará como resultado de las nuevas normas de la UE en materia de pensiones; hace hincapié, por lo tanto, en la importancia de no apoyar ninguna enmienda al Libro Blanco que aumente la diferencia entre hombres y mujeres en cuanto a las pensiones;
41. Pide a la Comisión que evalúe la aplicación de la Directiva de la UE sobre el acoso sexual en el lugar de trabajo y que elabore un informe sobre las carencias y los desafíos existentes

con el objetivo de reforzar la legislación y las medidas de los Estados miembros;

### ***Toma de decisiones económicas y políticas***

42. Llama la atención sobre el hecho de que la representación de las mujeres en los Gobiernos nacionales se mantuvo en el 23 % en 2009 y apoya la introducción de cuotas obligatorias con objeto de aumentar el número de mujeres en los Gobiernos y Parlamentos nacionales, en los ámbitos regional y municipal, y en las instituciones de la UE; aboga por la introducción de campañas de sensibilización e incentivo que fomenten que las mujeres sean más activas políticamente y se presenten a las elecciones locales o nacionales;
43. Recuerda que las elecciones europeas que se celebrarán en 2014, tras las cuales se nombrará a la próxima Comisión Europea y los «principales puestos» de la UE, constituyen una oportunidad para avanzar hacia la democracia paritaria en la UE y para que la UE sea un modelo en este ámbito;
44. Pide a los Estados Miembros que apoyen la paridad proponiendo a una mujer y a un hombre como candidatos para el cargo de comisario de la Unión Europea; pide al Presidente designado de la Comisión que tenga en cuenta el objetivo de la paridad al formar la Comisión; solicita a la Comisión que apoye públicamente este procedimiento;
45. Recuerda que en 2010 las mujeres solo representaban el 12 % de los miembros de los consejos de administración en Europa; apoya el deseo de la Comisión de establecer cuotas obligatorias de mujeres en los puestos de responsabilidad de las grandes empresas que cotizan en bolsa;

### ***Otras acciones***

46. Pide a los Estados miembros que reconsideren el acceso de los hombres y las mujeres al mercado de trabajo y el acceso a instrumentos que permitan conciliar la vida laboral y familiar, ya que los estereotipos pueden aumentar la segregación en el empleo y la brecha salarial entre mujeres y hombres;
47. Invita a los Estados miembros a convertir la lucha contra la violencia contra las mujeres en una política penal prioritaria; anima a los Estados miembros a desarrollar a tal efecto la cooperación entre las diferentes autoridades judiciales y los servicios nacionales de policía y el intercambio de buenas prácticas;
48. Hace hincapié en la necesidad de combatir todas las formas de violencia contra las mujeres; pide a la Comisión y a los Estados miembros que emprendan una acción concertada que incluya campañas de sensibilización e información de la opinión pública sobre la violencia de género, estrategias para cambiar los estereotipos sociales de la mujer a través de la educación y los medios de comunicación y que fomenten el intercambio de buenas prácticas; reitera que es necesario trabajar con las víctimas y también con los agresores con miras a aumentar la concienciación de estos últimos y a contribuir a cambiar estereotipos y creencias determinadas por actitudes sociales que ayudan a perpetuar las condiciones que generan este tipo de violencia y su aceptación;
49. Anima a la Comisión y a los Estados miembros a que promuevan la igualdad de género y la autonomía de las mujeres, también mediante campañas de información que impulsen el papel y la participación de las mujeres en el ámbito político, económico, social, deportivo,

sanitario, artístico, científico y en el resto de sectores de la sociedad;

50. Considera que se requieren medidas legislativas y no legislativas, a escala tanto nacional como de la Unión Europea, para superar los estereotipos y eliminar las diferencias salariales, aumentar la participación femenina en sectores donde predominan los hombres, promover un mayor reconocimiento de las aptitudes y el rendimiento económico de las mujeres en su lugar de trabajo, con objeto de superar la segregación horizontal y vertical y aumentar la representación femenina en los órganos de toma de decisiones en la esfera política y empresarial;
51. Pide a la Comisión y a los Estados miembros que adopten medidas políticas decisivas para combatir los estereotipos de género y alentar a los hombres a compartir por igual con las mujeres las responsabilidades domésticas y de cuidado de los hijos, en particular, a través de incentivos para que los hombres tomen permisos parentales y de paternidad, lo que fortalecerá sus derechos como padres, garantizará un mayor grado de igualdad entre hombres y mujeres y una distribución más apropiada de las responsabilidades familiares y domésticas, y mejorará las oportunidades de las mujeres de participar plenamente en el mercado laboral; pide además a los Estados miembros que persuadan a los empresarios para que adopten medidas favorables para la familia;
52. Pide a la Comisión y a los Gobiernos nacionales de los Estados miembros que fomenten la investigación sobre los estereotipos de género y que recopilen más datos estadísticos sobre esta materia mediante la elaboración de indicadores adecuados sobre estos estereotipos;
53. Recuerda a la Comisión que la igualdad de género quedó consagrada en el artículo 23 de la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea;
54. Insta a la Comisión y a los Estados miembros a que apoyen la posibilidad de emplear hombres y mujeres en diferentes profesiones a fin de garantizar que se cumplan los requisitos del mercado de trabajo y, al mismo tiempo, garantizar la igualdad de oportunidades para ambos sexos;
55. Pide a la Comisión que luche contra todas las formas de violencia, discriminación y estereotipos contra las mujeres, de forma que estas puedan disfrutar plenamente de todos sus derechos humanos;
56. Pide a la Comisión que inste a los Estados miembros a que cumplan los compromisos adquiridos en virtud del Pacto Europeo por la Igualdad de Género;
57. Alienta al Instituto Europeo de la Igualdad de Género y a los distintos institutos nacionales por la igualdad de género a fomentar más investigación sobre las causas profundas de los estereotipos de género y los efectos de estos sobre la igualdad de género; y hace hincapié en la importancia de intercambiar nuevas ideas e investigaciones sobre las mejores prácticas con vistas a eliminar los estereotipos de género en los Estados miembros y en las instituciones de la UE;
58. Recuerda a la Comisión la Resolución del Parlamento, de 3 de septiembre de 2008, sobre el impacto del marketing y la publicidad en la igualdad entre mujeres y hombres, y pide que aplique las recomendaciones que se formulaban en dicha Resolución;
59. Pide a la UE y a sus Estados miembros que lleven a cabo campañas de sensibilización,

educación y formación para luchar contra las normas culturales discriminatorias y combatir los estereotipos sexistas prevalecientes y la estigmatización social que legitiman y perpetúan la violencia contra las mujeres, y que garanticen que ningún tipo de violencia puede justificarse sobre la base de costumbres, tradiciones o consideraciones religiosas;

60. Pide a la UE y a sus Estados miembros que promuevan la puesta en común de buenos modelos, faciliten el aprendizaje entre iguales en todos los Estados miembros y establezcan oportunidades de financiación para campañas a escala nacional y de la UE con miras a eliminar los estereotipos de género;
61. Pide a la UE que cubra la laguna existente en el ámbito de aplicación de la legislación europea en materia de discriminación por motivos de raza y sexo, y que proponga una nueva legislación para garantizar la igualdad entre mujeres y hombres en la educación y los medios de comunicación;
62. Pide a la UE y a sus Estados miembros que desarrollen mecanismos de salvaguardia (en forma de defensores del pueblo o autoridades observadoras de los medios de comunicación que integren a expertos en igualdad de género) con objeto de garantizar que los códigos de conducta empresariales incluyan una perspectiva de igualdad de género y sean respetados, y que el público pueda presentar reclamaciones si es necesario;

o

o o

63. Encarga a su Presidente que transmita la presente Resolución al Consejo y a la Comisión, así como a los Gobiernos y los Parlamentos de los Estados miembros.