

Primer encuentro de la Red para la implementación del Código Deontológico y de Autorregulación para la publicidad y la comunicación no sexistas en Euskadi

15 de marzo de 2016

Los objetivos del primer encuentro:

- **Participar en el espacio de contraste sobre la Violencia contra las mujeres**
- **Constituir la Red**, como espacio de encuentro, formación y colaboración entre agencias de publicidad y medios de comunicación para la implementación del Código Deontológico y de Autorregulación
- **Comenzar a trabajar en torno a la construcción de una hoja de ruta operativa** para la implementación del Código Deontológico y de Autorregulación en cada agencia y medio de comunicación
- **Planificar las fechas y contenidos base de los dos siguientes reuniones**, en el año 2016

Desde la perspectiva de...

Trabajar de forma colaborativa

alternando con el trabajo que desarrolle de forma individual cada entidad

en tres sesiones conjuntas

1.

Participar en el espacio de contraste sobre la Violencia contra las mujeres

En este encuentro, y en el marco del espacio de contraste sobre la Violencia contra las mujeres, Izaskun Porres García y Miren Odriozola Gurruchaga presentan el estudio “Derecho a la intimidad de las víctimas de la violencia de género”

2.

Constituir la Red, como espacio de encuentro, formación y colaboración entre agencias de publicidad y medios de comunicación para la implementación del Código Deontológico y de Autorregulación

Por tanto, los objetivos de la Red son:

- ✓ **Constituir un foro permanente** entre las organizaciones comprometidas con la implementación del Código
- ✓ **Generar y compartir conocimiento**
- ✓ **Definir e identificar una hoja de ruta básica y claves prácticas** para la implementación del Código
- ✓ **Diagnosticar y facilitar la resolución de las distintas dificultades** que vayan surgiendo en el proceso de implementación del Código en cada entidad.

El papel central lo tienen las agencias y los medios de comunicación

que cuentan con recursos de apoyo como el espacio wiki, documentos, formación, etc. desde Emakunde

3.

Comenzar a trabajar en torno a la construcción de una hoja de ruta operativa para la implementación del Código

Una vez se ha elaborado y firmado la adhesión al Código Deontológico y de Autorregulación comienza el trabajo de implantación del mismo. Estamos hablando, en definitiva, de integrar la perspectiva de género en el desarrollo del trabajo cotidiano (formas, procedimientos, contenidos) de los medios de comunicación y las agencias de publicidad y, por ende, de un proceso.

La Red nace con la vocación de ser un espacio compartido que sirva para acompañar a las entidades que se han adherido al Código, así como a otras que puedan ir incorporándose, en este proceso.

En esta primera sesión el objetivo es **comenzar a trabajar en la construcción de una hoja de ruta para la implementación del Código**, en base a la definición de una serie de elementos comunes. Esta hoja de ruta básica tendrá que ser, posteriormente, adecuada y trasladada a la realidad de cada entidad y organización.

Además, se plantea hacer un análisis conjunto de las principales dificultades, herramientas disponibles y buenas prácticas o experiencias ya existentes, al objeto de dotar de claves prácticas a esa hoja de ruta base.

Hoja de ruta- principales dificultades (diagnosticadas en el proceso de elaboración del Código)

Objetivación del compromiso (hacia dentro y hacia fuera)

- Rechazo inicial a la incorporación de la perspectiva de género
- Resistencia al cambio (en los modelos de trabajo)
- Las resistencias de la Dirección y de los cargos medios
- ...

Conformación personas y equipos responsables

- Colectivos sin formación específica en igualdad
- Desconocimiento de la legislación
- ...

Hoja de ruta para implementación y práctica

- Falta de una hoja de ruta que defina los pasos a seguir
- Falta de espacios de contacto y de trabajo permanentes
- Ausencia de materiales y herramientas concretas que faciliten la implementación
- ...

Seguimiento y estandarización proceso

- Ausencia de modelos para seguimiento y evaluación procesos y acciones desarrolladas
- ...

Otros...

- Falta de sensibilización de la clientela (anunciantes-ciudadanía en general)
- Sin reconocimiento para las organizaciones que incorporan la perspectiva de género

Hoja de ruta básica – elementos comunes -

Objetivación del compromiso (hacia dentro y hacia fuera)

- Difusión de documento de compromiso firmado por Dirección / Gerencia a toda la plantilla
- Difusión del documento de compromiso de Dirección / Gerencia a entidades proveedoras, clientela, etc. (página web, RRSS, o el que se estime)
- Reunión/es informativas sobre compromiso y proceso a desarrollar hacia toda la plantilla

Conformación personas y equipos responsables

- Comunicación personalizada a personas que van a formar parte equipos responsables seguimiento proceso
- Conformación equipos
- Capacitación básica para personas/equipos responsables
- Comunicación formal al resto de la plantilla

Hoja de ruta para implementación y práctica

- Adecuación de la hoja de ruta básica a la realidad de cada entidad
- Priorización de los pasos a desarrollar
- Elección de ejercicio/tema/ producto para comenzar con la implementación del Código
- Contraste del ejercicio realizado
- Definición pasos implementación código “en general”

Seguimiento y estandarización proceso

- Análisis de aprendizajes positivos y elementos de mejora en proceso desarrollado
- Análisis para obtención datos para seguimiento/monitoreo
- Definición de mecanismos para estandarizar proceso (distrib. materiales comunes, reuniones creativas equilibradas, fuentes de información con perspectiva género, etc.)

Hoja de ruta básica – herramientas y materiales disponibles

Objetivación del compromiso (hacia dentro y hacia fuera)

- Documentos del Código Deontológico y Anexos Decálogos
- Documentos compromiso de la dirección / gerencia con proceso
- Argumentarios
- ...

Conformación personas y equipos responsables

- Listados legislación existente
- Posibilidad formación
- Materiales formativos diseñados durante proceso elaboración Código Deontológico
- ...

Hoja de ruta para implementación y práctica (**)

- Check-lists
- Fuentes expertas
- Banco de buenas prácticas
- ...

Seguimiento y estandarización proceso

- Proceso de monitorización – Informes y Recomendaciones
- ...

Otros de tipo transversal

Socialización: Jornada de trabajo con anunciantes y agencias; foro de igualdad

Reconocimiento: distintas posibilidades (premios de publicidad y comunicación con perspectiva de género, sello de entidad firmante del Código, RSC)

Creación espacios de encuentro : 3 reuniones de la Red y espacio Wiki

Hoja de ruta básica – buenas prácticas o experiencias ya existentes-

En cada jornada, y con relación al objetivo general de generar y compartir conocimiento, se buscará la identificación y análisis de buenas prácticas o experiencias ya existentes entre las entidades participantes u otras, así como la identificación de necesidades formativas concretas.

4. Planificar las fechas y contenidos base de las dos siguientes reuniones, en 2016

... entre la 1^a y 2^a reunión cada organización adecuará la hoja de ruta base a su realidad y tratará de comenzar con su puesta en marcha.

2^a reunión: 9 de junio

- Contraste de las hojas de ruta de cada entidad. Análisis práctico de dificultades en el proceso de implementación del Código
- Presentación de experiencias
- Actividad formativa

... entre la 2^a y 3^a reunión cada organización tratará de hacer el ejercicio práctico de integrar el Código en el tratamiento mediático de una realidad específica (medios de comunicación) o en el diseño de un producto concreto (agencias de publicidad) (ejemplos posibles: tratamiento elecciones o diseño catálogo juguetes)

3^a reunión: 17 de noviembre

- Contraste de la práctica de implementación del Código en tratamiento mediático y diseño de producto publicitario
- Presentación y contraste de los datos sobre monitorización
- Actividad formativa