

Los antecedentes

2014-2015

Se desarrolla el **proceso para elaborar el Código** Deontológico y de Autorregulación para una publicidad y comunicación no sexistas en Euskadi.

Como un documento que recoge un conjunto de criterios morales basados en valores que consensuan, formulan, asumen y promueven quienes pretendan llevar a cabo correctamente una actividad profesional.

Se ocuparía de aspectos éticos dirigidos a erradicar todo tipo de discriminación de las personas por razón de sexo y promover la igualdad de mujeres y hombres en el ejercicio profesional de la publicidad y la comunicación. La ausencia o el incumplimiento de estos aspectos deberían provocar reprobación.

26 de febrero 2016, evento de adhesión al Código.



2016

Se desarrolla el **proceso de consolidación e implantación del Código** así como **iniciativas de formación, sensibilización y monitorización**. En este contexto es donde **se crea la Red**, que **tiene como objetivos:**

- **Constituir un foro permanente**
- **Generar y compartir conocimiento**
- **Definir e identificar una hoja de ruta básica** y claves prácticas para la implantación del Código
- **Diagnosticar y facilitar la resolución conjunta de las distintas dificultades**

1.

1º encuentro de la Red

15 marzo 2016, Edificio La Bolsa

Objetivos

- Participar en el espacio de contraste sobre el tratamiento informativo en casos de violencia contra las mujeres y su entorno.
- Constituir la Red como espacio de encuentro participativo, formación y colaboración para agencias de publicidad y medios de comunicación
- Comenzar a trabajar en la construcción de una hoja de ruta operativa para la implantación del Código Deontológico y de Autorregulación en cada agencia y medio
- Planificar las fechas y contenidos para las dos siguientes reuniones, en el año 2016

Aprendizajes

La puesta en marcha

Espacio conjunto de trabajo

Resultado del trabajo desarrollado para la definición del Código Deontológico

Acciones / herramientas

- Espacio de contraste sobre la violencia contra las mujeres y su entorno: Presentación del estudio
“Derecho a la intimidad de las víctimas de delitos de violencia de género”



2.

2º encuentro de la Red

9 junio 2016, Archivo Histórico de Euskadi

Objetivos

- Participar en tres talleres de experiencias, en torno a
 - estudios sobre tratamiento informativo y publicitario en dos ámbitos
 - el conocimiento de prácticas desarrolladas en entidades cercanas y
 - el contraste conjunto sobre los diagnósticos y los pasos a desarrollar definidos por cada entidad

Aprendizajes

El comienzo de un proceso práctico de análisis, contraste y cambio

Desde los diagnósticos y las experiencias compartidas

En base al análisis y contraste práctico de las recomendaciones

Acciones / herramientas



- “Estudio sobre sexismo en el tratamiento informativo y publicitario de las Elecciones Europeas 2014”
- “Estudio sobre publicidad no sexista en la campaña de juegos y juguetes de la navidad 2013-2014”
 - Documentos de recomendaciones : Tratamiento informativo en época de elecciones y elaboración de anuncios dirigidos al público infantil
- Auto-Diagnóstico para la implementación del Código Deontológico y los Decálogos para una publicidad y comunicación no sexistas

3.

3º encuentro de la Red

16 noviembre 2016, Archivo Histórico de Euskadi

Objetivos

- Resumir y compartir las conclusiones y aprendizajes del trabajo desarrollado a lo largo del año.
- Contrastar de forma práctica los renovados Formularios para la detección e identificación de usos sexistas en la publicidad y en la comunicación de Begira.
- Presentar los resultados del Auto-diagnóstico y herramientas para la implantación.
- Analizar el funcionamiento de la Red y recoger, en su caso, propuestas de mejora. Hoja de ruta 2016 y planteamiento para 2017.
- Informar sobre el proceso a desarrollar respecto al Decálogo sobre Violencia.

Aprendizajes

Red como espacio para el trabajo conjunto

Potencial de recorrido para 2017 muy amplio

Acciones / herramientas



- Formularios de Begira sobre comunicación y sobre publicidad
- Documento ppt para la difusión de Código
- Propuesta de carta de compromiso

Jornada con partidos políticos y medios de comunicación

13 septiembre 2016, Archivo Histórico de Euskadi

Objetivos

Jornada con partidos políticos y medios de comunicación **“El sexismo en las campañas electorales y su tratamiento en los medios”**: Generar un espacio de encuentro entre medios de comunicación y partidos políticos para, por un lado presentar y contrastar el documento de **“Recomendaciones para detectar y evitar usos sexistas en el tratamiento informativo en campañas electorales”** y, por otro, sensibilizar en el valor de elaborar una información igualitaria

Aprendizajes

Espacio de encuentro entre medios de comunicación y partidos políticos

Recomendaciones para detectar y evitar usos sexistas en el tratamiento informativo

Experiencia innovadora de trabajo conjunto

Acciones / herramientas



- Mesa de diálogo
- Recomendaciones

Jornada con agencias de publicidad y anunciantes

16 octubre 2016, Archivo Histórico de Euskadi

Objetivos

Jornada con agencias de publicidad y anunciantes “*Ventajas y beneficios de una publicidad igualitaria. El papel de agencias y anunciantes*”: Plantear un novedoso espacio de reflexión y trabajo conjunto entre agencias de publicidad y entidades anunciantes para compartir experiencias, detectar dificultades y descubrir claves que faciliten la elaboración de mensajes publicitarios no sexistas.

Aprendizajes

Experiencia de contraste y trabajo conjunto

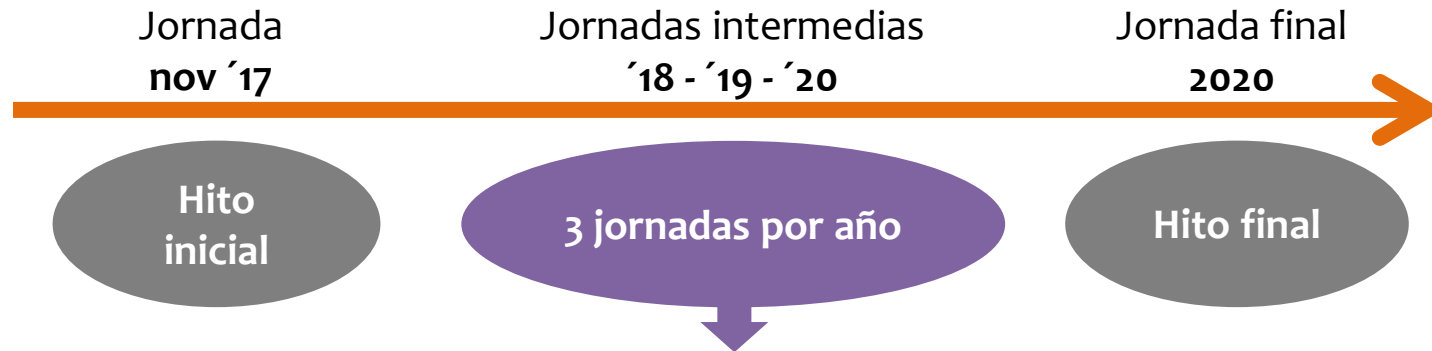
Recomendaciones para una publicidad no sexista

Acciones / herramientas



- Mesa de diálogo
- Recomendaciones

Propuesta base 2018-2020



A) TEMÁTICA ANUAL DE TRABAJO (2 horas por encuentro)

- Trabajo de las sesiones por temáticas anuales
 - Formación anual (solo 1 sesión por año).
 - Técnicas de dinamización de las jornadas.

B) IMPLANTACIÓN DEL CÓDIGO EN LAS ENTIDADES (1 hora por encuentro)

- Diseño de una hoja de ruta a medida de las necesidades de cada entidad.
 - Caja de herramientas para la implementación del Código.
 - Experiencias –casos prácticos de las entidades de la Red .
- Presentación anual de los datos del monitoreo de medios y agencias.

C) DISEÑO, DESARROLLO, GESTIÓN, IMPULSO Y VISIBILIZACIÓN DE LA RED (1 hora por encuentro)

- Estructura y funcionamiento de la Red.
 - Liderazgo compartido.
 - Comunicación horizontal y cambio de roles.
- Igualdad como valor estratégico en cada entidad. Apoyo a las personas implicadas en cada entidad. Evitar la soledad.
 - Memoria de actividad y procesos de seguimiento.
 - Integración de nuevas entidades.