

CAMPAÑA DE PUBLICIDAD “PROGRESAMOS CON EUROPA”

		PO FEDER, EJE 7 Asistencia Técnica
CASTILLA LA MANCHA	Denominación del proyecto	<i>CAMPAÑA “PROGRESAMOS CON EUROPA”</i>
	Entidad promotora	<i>DG de Presupuestos y Fondos Comunitarios de la Junta de Castilla la Mancha y el Servicio Castellano-Manchego de Empleo (SEPECAM)</i>
	Entidades socias	Sin socios

DESCRIPCIÓN DE LA PRÁCTICA:

BREVE DESCRIPCIÓN:

“Progresamos con Europa” es la **campaña de comunicación** de los Fondos Europeos en Castilla la Mancha.

DIAGNÓSTICO DE PARTIDA:

Para la elaboración de la campaña se tuvo en cuenta la necesidad de informar y concienciar a toda la población, sin distinción de sexo, de la contribución de los Fondos Europeos a la cohesión económica y social de la región y a su aportación concreta a la igualdad entre mujeres y hombres.

De ahí que se pensara en una campaña que cuidara el lenguaje y los mensajes transmitidos, que cumpliera de forma eficaz con ambos objetivos, diversificando los canales utilizados para difusión de forma tal que alcanzara a la población objetivo de la misma.

OBJETIVOS:

El objetivo general de la campaña es informar a la ciudadanía de la inversión realizada por la UE en la región, dando transparencia a su gestión, sus objetivos, y a la contribución de la misma al desarrollo y a la cohesión económica y social de Castilla La Mancha.

En términos de igualdad entre mujeres y hombres, la campaña pretende transmitir tres mensajes específicos :

- Primeramente, que los Fondos juegan un importante papel en la consecución de la igualdad como parte de la cohesión social y principio fundamental de la UE.
- En segundo lugar, pretende visibilizar y poner en valor la aportación de las mujeres castellano-manchegas al desarrollo de la región.
- En tercer lugar, quieren plasmar que las mujeres castellano-manchegas están al mismo nivel que cualesquiera otras mujeres de otras regiones europeas, en términos de su contribución al desarrollo socioeconómico y a la cohesión social.



Esto se logra mediante una campaña no sexista cuyo *leit motiv*, “Progresamos con Europa” se plasma en un discurso que muestra a una mujer, Europa, que camina al lado de una niña. Esa niña va creciendo y desarrollándose, formándose, hasta ser una mujer adulta y profesional. Esa

niña que evoluciona de la mano de Europa hacia el progreso representa a Castilla La Mancha.
Enlace al anuncio: <http://pagina.jccm.es/fondosestructurales/inicio/informacion-y-publicidad/campanas-de-publicidad/anos/ano-2010/spot/> Para alcanzar tales objetivos la Junta ha dispuesto de **personal técnico especializado en igualdad**, en el diseño y la elaboración de esta campaña.

ACTUACIONES (generales y específicas dirigidas a fomentar la igualdad de oportunidades):

El **enfoque de género** se ha adoptado con carácter general en el diseño de la campaña, que se aplica en las diferentes actuaciones propias de la misma tales como carteles, publicaciones, anuncios de televisión, banners, material gráfico diverso etc. Así, se ha utilizado un lenguaje no sexista, se han cuidado las imágenes y se ha tratado de utilizar mensajes no estereotipados desde un enfoque de género.

En ese sentido, no se prevén actuaciones específicas de fomento de la igualdad entre mujeres y hombres en el marco de la campaña en tanto en cuanto toda la campaña se dirige al objetivo genérico de fomentar la igualdad entre mujeres y hombres.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

ÁMBITO DE ACTUACIÓN:

Esta campaña publicitaria del gobierno castellano-manchego está cofinanciada por **Fondos FEDER en su eje 7 de Asistencia Técnica** y es una buena muestra del tipo de iniciativas que dentro de FEDER se pueden realizar para contribuir al objetivo de la igualdad entre mujeres y hombres mediante la prestación de asistencia y/o apoyo técnico a las intervenciones.

IMPACTO Y RESULTADOS (eficacia en la eliminación de las desigualdades de género, impacto en el entorno y sobre los actores participantes):

Si bien es cierto que cuantificar los resultados en materia de igualdad entre mujeres y hombres de cualquier operación cofinanciada es complicado, el **impacto potencial de esta campaña en el entorno es grande** por varias razones:

- Su alto grado de cobertura y amplia difusión, mediante la diversificación de canales y soportes utilizados para divulgar la campaña, con un total de **4.777.138 impactos¹** en la población castellano-manchega².
- La característica intrínseca a la propia campaña, que pretende trasladar un mensaje igualitario a la sociedad, visibilizando a las mujeres y su aportación, así como relacionando los Fondos con el objetivo de la igualdad. Esto hace de esta operación un instrumento poderoso de fijación del imaginario social, mediante la ruptura de los estereotipos de género, y de influencia en la opinión pública.

SOSTENIBILIDAD (factores garantes de la continuidad y recursos disponibles):

Como ya se ha puesto de manifiesto y aunque constituya un resultado o beneficio intangible, puede esperarse una continuidad de los resultados positivos de la campaña, en términos de igualdad entre hombres y mujeres, en una mejora de la imagen social de la mujer, en la ruptura gradual de los estereotipos de género, y potencialmente en un cambio a largo plazo en las mentalidades de la sociedad castellano-manchega.

¹ Se entiende por impacto publicitario cada vez que una persona ve, escucha o percibe un acto publicitario.

² Datos actualizados en la fecha de recogida de la información, 2011.

TRANSFERIBILIDAD (factores que han garantizado el éxito: mecanismos replicables, etc.):

“Progresamos con Europa” ha sido una campaña de publicidad que ha conseguido todos los objetivos propuestos, tanto en términos de difusión de la contribución de los Fondos a la cohesión económica y social en Castilla La Mancha, como en términos de promoción de la igualdad entre mujeres y hombres.

Ello se ha debido, en primer lugar, a la decisión de elaborar un mensaje comunicativo a un tiempo original y efectivo, rupturista con los estereotipos y convenciones de género, y con una frescura inhabitual en este tipo de campañas. Ello se ha conseguido a través de la elección y el uso de una determinada imagen y de un lenguaje ad hoc que pone en valor la contribución de los Fondos a la igualdad entre mujeres y hombres, y que ésta forma parte de los objetivos de los mismos.

También hay que destacar la elección de plataformas y medios utilizados, que ha logrado maximizar los impactos publicitarios y cumplir, en definitiva, con su objetivo de difusión.

INNOVACIÓN:

La innovación en este proyecto está intrínseca al mensaje y a la temática utilizada para plasmarlo.

La idea de la Comunidad Autónoma representada en una niña que crece y progresa en dirección al futuro con el apoyo de Europa, bajo la forma de una mujer, es un hallazgo publicitario simple y efectivo que además responde al hecho de que las mujeres se forman y evolucionan como personas, contribuyendo cada vez más con su participación en las distintas esferas de la vida económica y social al desarrollo de sus regiones.

OTROS FACTORES: LECCIONES APRENDIDAS (dificultades y vías de solución, otras lecciones)

DATOS DE CONTACTO:

Junta de Comunidades de Castilla la Mancha
DG Presupuestos y Fondos Comunitarios



925 24 76 47



dqpfcc@jccm.es

Web: <http://pagina.jccm.es/fondosestructurales/inicio/>