

EL FUTURO LO ESCRIBEN ELLOS



03SER34PT0RIO

by MARKITECTURA® >> BAP & COIDE

CONTENIDO>

- 1. MOVIMIENTO GLOBAL POR LA IGUALDAD**
- 2. PUBLICIDAD E IGUALDAD**
- 3. EL FUTURO NO ENTIENDE DE GÉNEROS**
- 4. LEARNINGS**

1. MOVIMIENTO GLOBAL POR LA IGUALDAD



La revista TIME dedica su "Person of the Year" a "The Silence Breakers", las mujeres que rompieron el silencio sobre el acoso sexual en Hollywood.

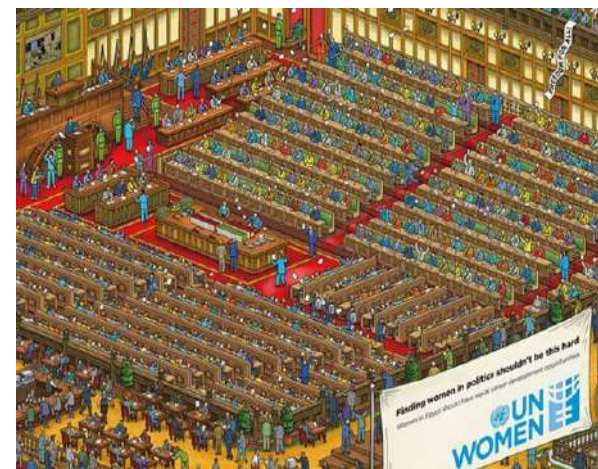
**#METOO #YOTAMBIEN #NIUNAMENOS
#NIUNAMÁS #VIVASNOSQUEREMOS
#TIMESUP #WOMENSMARCH...**

Diferentes **INICIATIVAS LIDERADAS POR MUJERES EN TODO EL MUNDO** están protagonizando la agenda mediática, reivindicando la igualdad y denunciando la discriminación, el acoso y la violencia contra la mujer.

<2017, EL AÑO EN EL QUE EL FEMINISMO SE CONVIRTIÓ EN UN FENÓMENO GLOBAL>



Campaña "The truth has a voice" de The New York Times.



"Encontradla". Campaña de **ONU Mujeres Egipto** para visibilizar la ausencia de mujeres en su mercado laboral, 2017.

1. MOVIMIENTO GLOBAL POR LA IGUALDAD



El próximo **8 de marzo** se celebra el **Día Internacional de la Mujer** y precisamente el tema elegido por la ONU Mujeres para 2018 es: **"ahora es el momento: las activistas rurales y urbanas transforman la vida de las mujeres"**.

En los últimos meses hemos visto cómo **medios de comunicación, personajes públicos, instituciones y asociaciones** se sumaban a estas iniciativas, extendiendo el eco de este movimiento por todo el mundo.

Oprah Winfrey (discurso en los Globos de Oro): **"Tenemos por delante un nuevo día y cuando finalmente amanezca ese nuevo día será gracias a muchas mujeres, muchas de las cuales están en esta sala, y muchos magníficos hombres que van a luchar unidos para garantizar que se llegue el momento en el que nadie tenga que decir, nunca más, "yo también".**

Premios Goya 2018



Los Premios Goya, los Óscar o los Mestre Mateo 2018 también se han convertido en una plataforma visible de reivindicación de la igualdad y de la presencia de **#MásMujeres** en el audiovisual.

#SheInspiresMe, con esta campaña Twitter celebra el impacto positivo de las mujeres, combinando retratos de mujeres líderes y creativas globales con un poema original de Denice Frohman.

#SheInspiresMe

i heard a woman becomes herself
the first time she speaks
without permission

then, every word out of her mouth
is riot

say, beautiful
and point to the map of your body

say, leave
and wear your skin like a gown or a suit

say, hero
and cast yourself in the lead role

when a girl pronounces her own name
there is glory

when a woman tells her own story
she lives forever

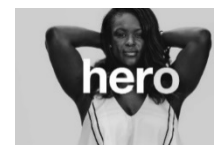
all the women i know are perennial:
marigolds, daffodils—
soft things that refuse to die

if this poem is the only thing that survives me

tell them i grew a new tongue
tell them i built me a throne

tell them when we discovered life on another planet
it was a woman
and she built a bridge, not a border

i heard this is how you make history,
this is how you create a new world



2. PUBLICIDAD E IGUALDAD

**< PERO... ¿QUÉ PASA
CON EL MARKETING Y
LA PUBLICIDAD? >**

En medio de todo este movimiento por la igualdad, todavía nos desconcierta conocer datos como estos:

- SOLO EL 5% DE LOS ANUNCIOS PUBLICITARIOS ESTÁN PROTAGONIZADOS EXCLUSIVAMENTE POR MUJERES, y en ellos interpretan menos personajes profesionales, cómicos o inteligentes, en comparación con los protagonistas masculinos.

- UN 68% DE LAS MUJERES NO SE IDENTIFICA CON LAS MODELOS QUE APARECEN EN LOS ANUNCIOS. En realidad, 9 de cada 10 hombres también se sienten molestos con su imagen en la publicidad, según conocemos por recientes estudios.



Parece que la publicidad sigue dando la espalda a la realidad en cuestiones de género.

De ahí que desde el sector surjan iniciativas como el “Manual contra los estereotipos”, propuesto por Uschi Henkes, presidenta del Club de Creativos (CdeC), para acabar con los estereotipos sexistas en el sector.

2. PUBLICIDAD E IGUALDAD

Hemos visto algunas iniciativas recientes en marketing y publicidad que trabajan con ese mismo fin.

Es el caso de **Dove**, que hackeó, literalmente, fotografías sexistas asociadas a mujeres, sustituyéndolas por otras más realistas en su campaña "Image Hack".

Otros ejemplos los encontramos en **Tesco**, y su compromiso por eliminar la tasa rosa de sus supermercados; o en la cadena de jugueterías **Toy Planet**, que desde el 2014 defiende la igualdad y la diversidad a través de su catálogo de juguetes.



"Image Hack". Case Study de la campaña de DOVE (Dinamarca, 2017).



2. PUBLICIDAD E IGUALDAD

< HACER MARKETING PARA MUJERES NO SIGNIFICA HACER MARKETING ROSA >

Pero también hemos visto iniciativas que lejos de abordar la cuestión de género desde la igualdad, **refuerzan todavía más los estereotipos, desde una discriminación mal entendida en positivo.**

Es el caso de **BIC For Her**, una serie de bolígrafos especialmente diseñados "para la mano de las mujeres" y con un diseño muy "femenino", cuyo lanzamiento no estuvo exento de polémica.

O los **Doritos para mujeres**, que "no manchan" y hacen "menos ruido", y que finalmente no saldrán al mercado, tras el aluvión de críticas recibidas por la compañía, que rectificó con un comunicado a favor de la igualdad.



We already have Doritos for women — they're called Doritos, and they're loved by millions.

1:18 - 6 feb. 2018

♡ 7.949 💬 2.751 personas están hablando de esto

2. PUBLICIDAD E IGUALDAD

Honda Fit She's, ePadFemme o la cerveza para mujeres Karmi, son otros ejemplos que nos hacen dudar sobre si la industria del marketing está entendiendo y abordando de una forma adecuada la cuestión de género.



ePad Femme, una tablet diseñada para mujeres, configurada con un fondo rosa y con aplicaciones predeterminadas como “yoga para mujeres” o “nuestra lista de la compra”



Honda Fit She's (comercializado en Japón). Además de ser rosa, su aire acondicionado "*mejora la calidad del cutis de las mujeres*".



La marca polaca **Karmi** llegó a España en pleno 2017 con una cerveza solo para mujeres y sin alcohol

3. EL FUTURO NO ENTIENDE DE GÉNEROS

< FIRST DATES Y EL ÉXITO DE LA DIVERSIDAD >

First Dates, el programa presentado por Carlos Sobera, posiblemente sea **uno de los espacios que mejor reflejan la diversidad de género y sexual en nuestra televisión**, y su éxito, tanto en share como en redes sociales, se debe en buena parte a eso.



Hoy en día hablar de igualdad de género y de respeto a la diversidad exige mucho más que hablar de ellas y ellos, de portavoces o "portavozas".

AGENDER, TRANSGENDER, GENDERQUEER, GENDERLESS, GÉNERO FLUIDO, GÉNERO NO BINARIO, GÉNERO NEUTRO...



Diversos países ya contemplan una **alternativa (O / X)** a los tradicionales sexos M o F en **sus documentos de identidad o pasaportes.**

3. EL FUTURO NO ENTIENDE DE GÉNEROS

< LA DIVERSIDAD DE
GÉNERO TAMBIÉN
INCLUYE EL GÉNERO
NEUTRO >

Los **diccionarios ingleses** han incluido la variante **Mx.** como alternativa a **Mr.** o **Ms.** para las personas agénero. Y la **Academia Sueca** hizo lo propio incorporando el pronombre neutro **"hen"** a su diccionario oficial.

En la plataforma **change.org** hay una petición dirigida a la RAE para **reconocer un pronombre oficial para el género neutro en español.**

IKEA lanzó la encuesta **"Do You Speak Human?"** para conocer la opinión de los usuarios sobre cómo debería ser una Inteligencia Artificial aplicada a sus muebles, y **el 45% de los participantes preferiría que tuviera un género neutro.**



What gender should your AI be?



45% Gender neutral
29% Male
26% Female

3. EL FUTURO NO ENTIENDE DE GÉNEROS

<¿CUÁNDO DEJAREMOS
DE DEFINIRNOS POR LO
QUE TENEMOS ENTRE LAS
PIERNAS? >

La **moda**, con todas sus contradicciones, quizás sea uno de los sectores más activos en la perspectiva de la **igualdad de género**.

Grandes marcas y diseñadores crean **colecciones más allá del unisex que superan las barreras de género**.

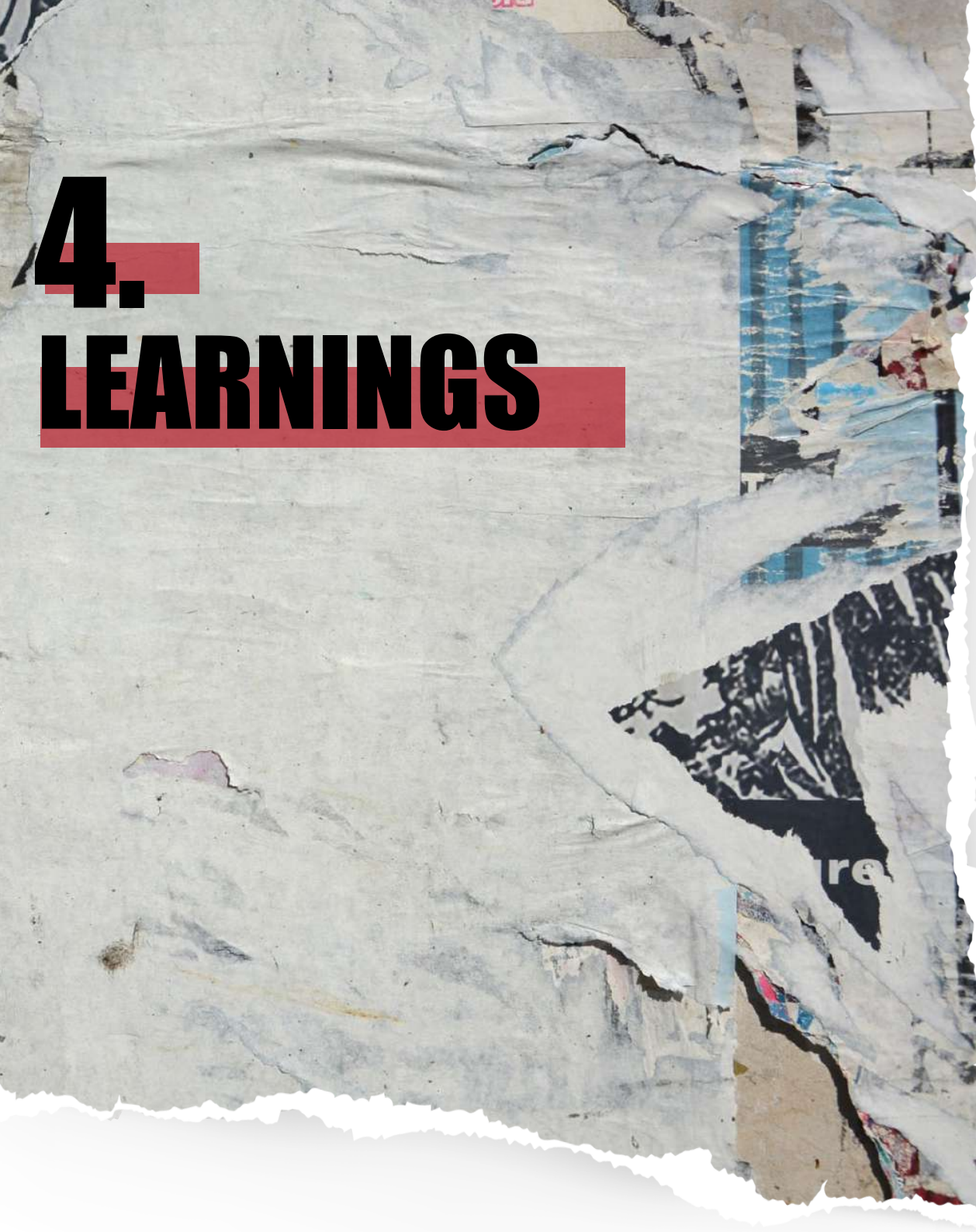
Encontramos algunos ejemplos en el proyecto **Fashion To Be Free** de David Delfín (DEP), en la reciente colección **"Goals"** de Pablo Erroz, o en la primera colección **"Ungendered"** de Zara (2016).



Colección "Goals" de Pablo Erroz presentada en la 080 Bcn Fashion (2018)



En 2016 **Zara** lanzó su primera colección "unisex" donde la neutralidad de sus prendas desdibuja los límites de género.



4. LEARNINGS

Una sociedad que defiende la diversidad y la igualdad, y que evoluciona también gracias a ellas, **no puede seguir alimentando los estereotipos que profundizan en la brecha de género.**

No se trata de pintarlo de rosa, ni de adaptarlo al público femenino, ni de hacer cosas para ellos y para ellas. En marketing y publicidad todavía hay ejemplos de discriminación, que lejos de ser positiva, contribuye todavía más a la desigualdad.

El lenguaje es solo una parte del cambio, pero la evolución está en el pensamiento y en los hechos.

**< UNA OPORTUNIDAD
PARA CAMBIAR EL
MUNDO JUNT@S, QUE
APROVECHARÁN LAS
MARCAS CAPACES DE
MIRAR MÁS ALLÁ DE
ROLES Y ESTEREOTIPOS >**

En la actualidad **el concepto de género, como el de edad, están evolucionando**, y existe una gran oportunidad para las marcas que sepan no solo evolucionar con este concepto, sino anticiparse al futuro. **Por eso debemos escribirlo entre tod@s.**

Fuentes:

- (Men)tamorphosis Project. Diez cosas sobre el hombre actual (infografía). El Departamento, 2017. Vía marketingdirecto.com.
- J. Walter Thompson + Geena Davis Institute on Gender in Media, 2017. Vía elpublicista.es y prweb.com.
- Female Tribes. J. Walter Thompson, 2016. Vía jw.com.
- Reviews y estudios propios. BAP&Conde, [Imam Research&Consulting](http://ImamResearch&Consulting), 2016-2017.
- Global Beauty and Confidence Report. Dove, 2016. Vía controlpublicidad.com.
- Manual contra los estereotipos. Uschi Henkes 2018. Vía clubdecreativos.com
- Iniciativas que no saben de género, Toy Planet, Tesco 2017. Vía verne.elpais.com/ y www.refinery29.uk
- Polémica de los bolígrafos big para mujeres, 2012, 2014 Vía cadenaser.com y youtube.com
- Proyecto "fashion to be free", de David Delfin (DEP) 2016. Vía fashiontobefree.com/
- Día Internacional de la mujer 2018. ONU Mujeres. Vía unwomen.org
- Iniciativas que refuerzan aún más los estereotipos de género, Doritos, cerveza Karmi, Coche Honda y Epad Femme, 2018, 2013, 2012. Vía reasonwhy.es, elperiódico.com, marketingdirecto.com y peru21.pe.
- "Encontrándola", (ONU Mujeres Egipto) "#SheInspiresMe" (twitter), "The truth has a voice" (New York Times), "The Silence Breakers" (Revista Times) 2017-2018.. Vía Facebook.com, Youtube.com, Youtube.com y revista.time.
- Reconocer un pronombre oficial para el género neutro en español, Dirigida a la RAE, 2016. Vía change.org
- IKEA trabaja en un asistente virtual para hacer muebles inteligentes, 2017. Vía Computerhoy.com y Do you speak human?
- "Mx", una palabra para tiempos fluidos, Begoña Gómez, 2016. Vía magazinefa.com
- Suecia oficializa el pronombre neutro, Gloria Moreno, 2015. Vía lavanguardia.com
- La cita de un transexual en 'First Dates', aplaudida por el público. Programa First Date, 2018. Vía lavanguardia.com
- Decir portavozas no nos hace ni más iguales ni más libres, Carmen Riera, Soledad Portuelas...2018. Vía www.abc.es
- Los 8 términos que te ayudarán a entender las distintas identidades de género, 2017. Vía lavanguardia.com.
- Se acabó el tiempo, Oprah Winfrey, Globos de Oro, 2018. Vía elperiódico.com
- Colecciones unisex: Colección "Goals" de Pablo ERRO, Barcelona Fashion, 2018 y Zara 2016 Vía neo2.es y Vía huffingtonpost.es.

OBSER3PTORIO

by MARKITECTURA® >> BAP & CORDE