



# **CÓDIGO DE CONDUCTA E BOAS PRÁCTICAS NA COMUNICACIÓN DA POBREZA E A EXCLUSIÓN SOCIAL**

A labor de comunicación das entidades sen ánimo de lucro do Terceiro Sector de Acción Social (TSAS) resulta unha actividade esencial para tratar de facer un traballo de incidencia política e social que tente mudar e mellorar a realidade á que se enfrontan no seu día a día.

Temos que ter presente en todo momento que a pobreza e exclusión son situacións nas que se están vendo vulnerados os dereitos das persoas, pero por iso non deixan de telos. En ocasións baixo o pretexto de “dar visibilidade”, realízase un espectáculo mediático no que se dana a dignidade das persoas.

Os prexuízos que se transmiten en medios de comunicación ou a través das redes sociais impiden ou dificultan o acceso destas persoas á plena cidadanía. As entidades do TSAS non poden ser nin motor nin cómplices desta difusión. Como organizacións que traballan en prol de colectivos en risco de exclusión social, comprometémonos a fomentar un discurso responsable e xusto, afastado de estereotipos e mecanismos que produzan ou manteñan as situacións de discriminación.

Por iso este código pretende ter en conta a linguaxe comunicativa e establecer unhas pautas consensuadas que dende as entidades débense seguir para dar a coñecer as diversas realidades coas que traballan.

A finalidade última da comunicación das entidades do TSAS debe ser o cambio social, logrando a través da difusión dos problemas existentes, unha maior implicación da sociedade no proceso.



**As organizacións do Terceiro Sector de Acción Social Galego integradas na Rede Galega contra a Pobreza, asumimos e nos comprometemos a cumprir o seguinte DECALOGO:**

1. Respetar o dereito á intimidade e á propia imaxe, especialmente en acontecementos ou casos que xeren situacións de aflicción ou dor, evitando a intromisión gratuíta e as especulacións innecesarias.
2. Evitar expresións, termos e/ou imaxes estereotipadas. Non reforzar falsos mitos, visións xeneralizadas, morbosas ou sensacionalistas.
3. Contextualizar ás imaxes/mensaxes, evitando visións sesgadas e parciais, máis susceptibles de ser malinterpretadas.
4. Evitar mensaxes que apelen á compaixón ou á culpa, presentando as persoas en situacións de extrema vulnerabilidade ou sen capacidade para decidir por si mesmas. Débese respetar en todo momento a súa dignidade.
5. Sería convinte, sempre que sexa posible, poñer o aceno nas persoas, dándolle voz na súa propia historia e sendo protagonistas dela.
6. Promover o tratamento informativo da realidade coa que traballamos como problemas sociais, non como casuísticas illadas.
7. Difundir mensaxes positivas. Amosar logros, situacións de autonomía e empoderamento das persoas. Sen caer no dramatismo, a magoa ou a procura da mala conciencia. A desgraza non é un espectáculo.



8. Empregar unha visión inclusiva que represente a diversidade existente na sociedade.
9. Defender un tratamento ético da información, asumindo a veracidade e a transparencia como requisitos fundamentais da comunicación.
10. Ter como obxectivo último da comunicación o cambio social. Promover a implicación e a participación da cidadanía para logralo.

Aprobado na Asemblea de EAPN Galicia do 6 de febreiro de 2015. Santiago de Compostela