

PLAN DE IGUALDAD

huertereo 

Entidad reconocida por la Junta de Castilla y León inscrita en el registro regional de asociaciones

n° de expediente: 0004713

INDICE

CARACTERISTICAS DE LA ENTIDAD Y COMPROMISO	1
PERSONAS DESTINATARIAS	3
VIGENCIA DEL PLAN DE IGUALDAD	3
OBJETIVOS Y ACCIONES	4
SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN	8

CARACTERÍSTICAS DE LA ENTIDAD Y COMPROMISO

CARACTERÍSTICAS DE LA ENTIDAD:

HUERTECO es una asociación sin ánimo de lucro ambientalista, fundada el 2 de junio de 2014 en Burgos, España. El objetivo primordial es la protección del medio ambiente, interviniendo a nivel local y autonómico para establecer la conservación de la naturaleza, ecologismo, desarrollo sostenible y consumo responsable como modelo de vida.

HUERTECO está inscrita en el registro de asociaciones de Castilla y León con el número 09/1/0004713

La asociación está formada por un grupo de profesionales interdisciplinar, lo que hace de HUERTECO un equipo sólido y con un amplio espectro de actuación.

Son fines de la asociación:

- Línea de educación medioambiental.
 - Dar a conocer los beneficios de un contacto con lo natural, del juego al aire libre y sin materiales estructurados.
 - Ofrecer desde las primeras edades un sentimiento de apego con la naturaleza.
 - Reutilizar las plantas como medio curativo, evitando que esos conocimientos caigan en el olvido.
 - Dar a conocer novedades relativas al sector verde y sostenible.
 - Difundir los beneficios la agricultura ecológica como una herramienta eficiente para mejorar la salud y conservar el medio ambiente.
 - Investigar y dar a conocer los principales usos y curiosidades de las plantas medicinales.
 - Mantener la biodiversidad vegetal, y la memoria ancestral.

- Línea de salud y consumo
 - Dar a conocer y ofertar los beneficios de la terapia hortícola como herramienta para mejorar la salud.
 - Ofertar herramientas para una alternativa de consumo sostenible al mayor nº de personas posible.
 - Obtener alimentos y materias primas de máxima calidad, respetando el medio ambiente y conservando la fertilidad de la tierra, mediante la utilización óptima de los recursos locales, potenciando las culturas rurales, los valores éticos del desarrollo social y la calidad de vida.

- Línea de conocimiento
 - Ofrecer formación
 - específica en la creación y mantenimiento de huertos ecológicos.
 - al sector primario y demás personas que se dediquen a actividades agroalimentarias, así como a otras actividades profesionales que generen o consoliden el empleo, diversificando su economía de forma sostenible y en las técnicas de la Agricultura Ecológica y de la Agroecología, así como promover su desarrollo.
 - Fomentar, coordinar y facilitar la investigación, la enseñanza, el asesoramiento y la difusión de todos los aspectos relacionados con la Agricultura Ecológica, la Agroecología y el desarrollo rural sostenible.
 - Trabajar el currículum académico desde las potencialidades que ofrece la huerta ecológica.

- Línea de Cooperación:
 - Desarrollar la cooperación internacional, destinada a fomentar los fines anteriores.

NOMBRE DE LA ENTIDAD	HUERTECO
DOMICILIO SOCIAL DE LA ENTIDAD	CALLE VILLALÓN 39, 3ºB
CIF ENTIDAD	G09559428
ÁMBITO DE ACTUACIÓN	AUTONÓMICO
ACTIVIDAD/ SECTOR	ASOCIACIÓN SIN ÁNIMO DE LUCRO. SECTOR DE MEDIO AMBIENTE Y FORMACIÓN
PERIODO DE VIGENCIA DEL PLAN DE IGUALDAD	4 AÑOS, DEL 08/03/2018 AL 08/03/2022
EVALUACIÓN	ANUAL Y AL FINALIZAR EL PLAN
OBSERVACIÓN	PRIMER PLAN DE IGUALDAD DE LA ASOCIACIÓN HUERTECO: 2018-2022

COMPROMISO:

La Ley Orgánica 3/2007 de 22 de marzo, para la Igualdad Efectiva entre Mujeres y Hombres anima a tomar la adopción de medidas concretas a favor de la igualdad, en particular mediante la eliminación de la discriminación de la mujer, sea cual fuere su circunstancia o condición, en cualesquiera de los ámbitos de la vida, y singularmente en las esferas política, civil, laboral, económica, social y cultural.

Por ley, son tres casos en los que es obligatorio tener un Plan de igualdad:

1. Cuando la empresa tiene más de 250 personas en plantilla.
2. Cuando el Convenio de referencia incluye una cláusula que determina la obligación de elaborarlo.
3. Cuando la empresa ha sido sancionada por discriminación y la autoridad laboral ha sustituido la sanción por la elaboración del plan.

En la ASOCIACIÓN HUERTECO es una medida de Responsabilidad Social de la Entidad, ya que por ley no estamos obligados a elaborar un plan de igualdad, por lo que su realización es voluntaria actuando como un instrumento que garantiza la puesta en marcha de medidas entre el personal y voluntariado, tomando como valores fundamentales la igualdad y el respeto.

La aplicación de esta ley mediante el presente Plan de Igualdad nos hace reflexionar sobre la situación actual y rumbo de la Asociación en cuanto a medidas de igualdad, y como consecuencia se han establecido un conjunto de 5 objetivos y 9 medidas a desarrollar.

PERSONAS DESTINATARIAS

Las personas a las que se destina el Plan de Igualdad son los propios promotores de la asociación que conforman la junta directiva, y todo el personal voluntario/a, socios/as que integran o participan en la Asociación HUERTECO.

VIGENCIA DEL PLAN DE IGUALDAD

La vigencia del Plan de Igualdad es indefinida, ya que forma parte de los valores de la Asociación, pero a través del Plan de Igualdad establecemos un compromiso de cumplimiento de objetivos revisables cada CUATRO años (08/03/2018 – 08/03/2022).

OBJETIVOS Y ACCIONES

OBJETIVOS:

1. Integración de la perspectiva de género y la igualdad de oportunidades en el funcionamiento de la asociación, especialmente en la gestión y procedimientos, así como promover una presencia equilibrada de las mujeres y hombres en la asociación.
2. Formalizar el uso de una comunicación no sexista en la asociación.
3. Difundir, concienciar y formar a la organización en materia de igualdad entre hombres y mujeres.
4. Fomentar y promocionar la corresponsabilidad y la conciliación de la vida laboral, familiar y personal.
5. Prevenir y, en su caso, erradicar el acoso sexual y el acoso por razón de sexo en el ámbito de la asociación.

ACCIONES:

1. Integración de la perspectiva de género en la asociación, especialmente en la gestión y procedimientos, así como promover una presencia equilibrada de las mujeres y hombres en la asociación.	
MEDIDAS ACTUALES	
<p>En los procesos de elección de cargos de los diferentes órganos de la Asociación no hay ningún tipo de limitación por cuestión de género.</p> <p>Existe una preocupación constante porque la representación de hombres y mujeres en los equipos de trabajo sea lo más equiparada posible.</p>	
MEDIDAS A IMPLANTAR	FECHA
1. Garantizar la paridad en la Junta Directiva y en las diferentes comisiones de trabajo creadas o por crear.	Durante la vigencia del plan
2. Dedicar las medidas, personas, y recursos necesarios para hacer efectiva la puesta en marcha el Plan de Igualdad	Durante la vigencia del plan
INDICADORES	

- A. Número de mujeres y hombres que ocupan los cargos directivos, tanto de forma voluntaria (J. Directiva), como contratada.
- B. Número de horas y personas que se ocupan de aplicar las medidas de implantación del Plan, así como la valoración de los recursos económicos empleados.

2. Formalizar el uso de una comunicación no sexista en la asociación	
MEDIDAS ACTUALES	
<p>Existe un compromiso informal y voluntad de la asociación en cuanto al uso de lenguaje no sexista pero no está formalizado ni generalizado. En la actualidad el lenguaje que se utiliza se basa en un criterio personal por lo que actualmente la Asociación cuenta con documentos que incluyen el lenguaje no sexista y otros que no.</p>	
MEDIDAS A IMPLANTAR	FECHA
1.-Revisar el uso de lenguaje no sexista en todos los documentos internos y externos para formalizarlo en toda comunicación escrita de la organización: correos electrónicos, informes, folletos, carteles, página web, entre otros.	9 meses
2.-Revisar el uso de imágenes no sexistas en los folletos, página web, cartelería de la empresa, etc...para garantizar que quedan representados visualmente ambos sexos y que no existen imágenes estereotipadas de puestos feminizados/masculinizados.	9 meses
3.- Seguir las pautas marcadas en la guía práctica de comunicación incluyente del Instituto de la mujer (Anexo I)	Durante la vigencia del plan
INDICADORES	
<p>A. Comprobación de que en todos los elementos de la comunicación de la entidad se incorpora el lenguaje e imágenes no sexistas ni estereotipadas por género.</p>	

3. Difundir, concienciar y formar a la organización en materia de igualdad entre hombres y mujeres.	
MEDIDAS ACTUALES	
Actualmente todos las personas asociadas de Huerteco tienen interiorizado la igualdad que existe entre ambos géneros y de forma individual y colectiva contribuye a que está igualdad quede patente en todos los aspectos en los que trabaja la asociación.	
MEDIDAS A IMPLANTAR	FECHA
1.-Formación en igualdad de género a los componentes de la asociación para que quede formalizada la condición de asociación en pro de la igualdad.	2019
2.-Difundir el plan de igualdad de forma transversal en las actividades que realice la asociación.	Durante la vigencia del plan
INDICADORES	
A. Certificado de formación en el área de igualdad de género de las personas que forman la asociación.	

4. Fomentar y promocionar la corresponsabilidad y la conciliación de la vida laboral, familiar y personal.	
MEDIDAS ACTUALES	
Actualmente la asociación tiene muy en cuenta la situación personal de cada persona que la forma, adaptando la actividad en función de la disponibilidad de cada uno. No obstante, está valoración no está formalizada y se hace de forma informal.	
MEDIDAS A IMPLANTAR	FECHA
1.- Analizar impacto de los horarios de realización de reuniones, horarios de formación, horarios de asambleas, etc. en relación a la participación de hombres y mujeres en la asociación.	Durante la vigencia del plan
INDICADORES	
<ul style="list-style-type: none"> A. Presentación de actas de las reuniones de trabajo de los comités de igualdad y conciliación donde queden registrados las medidas consensuadas y su impacto en el género B. Actas de las reuniones con número de personas que asisten segregada por sexo. C. Informar a la plantilla de la integración del Plan de Igualdad y de Conciliación. 	

5. Prevenir y, en su caso, erradicar el acoso sexual y el acoso por razón de sexo en el ámbito de la asociación.	
MEDIDAS ACTUALES	
No se presenta ningún tipo de comportamiento de discriminación sexual o por razones de sexo en la asociación. No obstante, la importancia que tiene este tipo de comportamientos nocivos en la sociedad hace que lo incluyamos en el plan de igualdad vigente.	
MEDIDAS A IMPLANTAR	FECHA
1.-Formación en materia de discriminación sexual y/o por razones de sexo.	2020
2.-Difundir la importancia y relevancia que tiene en la sociedad actual este tipo de discriminación. Para ello se difundirá de forma transversal en toda actividad que realice la asociación.	Durante la vigencia del plan
INDICADORES	
A. Certificado de formación en temática de discriminación sexual de las personas que forman la asociación.	

SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

Durante los cuatro años de vigencia del I Plan de Igualdad de la Asociación HUERTECO, se llevará a cabo un seguimiento continuado del mismo.

Se creará una Comisión de Seguimiento que se integrará en los órganos de la Asociación siendo uno de los puntos a tratar en las reuniones periódicas mantenidas por la Asociación.

Las funciones de la Comisión de Seguimiento serán:

- A. Valorar como se está poniendo en marcha las medidas de igualdad, conocer el grado de cumplimiento del Plan y ver qué actividades se están llevando a cabo, fechas, dificultades, etc.
- B. Recoger valoraciones, sugerencias y quejas de los/las socio/as, voluntarios/as o participantes en caso de producirse, a fin de analizarlas y proponer soluciones.
- C. Elaboración de un informe anual de seguimiento.

Las herramientas que se van a utilizar en la evaluación son un **CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN** e **INFORMES DE EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO**.

CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN:

Los cuestionarios de evaluación se dirigirán a los/las socio/as, voluntarios/as o participantes en las distintas actividades promovidas por la Asociación a fin de medir de manera cuantitativa el grado de cumplimiento de los objetivos marcados, y con carácter cualitativo, el grado de satisfacción de expectativas.

Dicho cuestionario se está elaborando y se adjuntará en las próximas revisiones del plan de igualdad de Huerteco.

INFORME DE EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO:

La información recogida en los cuestionarios se plasmará en informes anuales.

En los informes se plasmarán las actuaciones realizadas en cada periodo, indicando los objetivos trabajados y conseguidos, el impacto de las actuaciones realizadas en el marco del objetivo del Plan, valoraciones, sugerencias y quejas, y medidas propuestas.

Como muestra de conformidad a cuanto antecede, firman el presente documento en Burgos, a 8 de marzo de 2018.

La Secretaria de Huerteco

Fdo. Mónica Blanco Alonso

Vº Bº del Presidente

Fdo. Diego Martín Juez

INTRODUCCIÓN

Cuando se aborda la incorporación de la Igualdad de Oportunidades entre mujeres y hombres en el ámbito laboral, los esfuerzos y actuaciones realizadas van dirigidos a la consecución de un objetivo último: conseguir la igualdad real y efectiva erradicando, definitivamente, las situaciones en las que todavía hoy se produce desigualdad y discriminación hacia las mujeres. A saber: brecha salarial de género, dificultad de acceder a determinadas profesiones o tareas, menor presencia en puestos directivos, mayor precariedad laboral... Elementos todos ellos directamente relacionados con el entorno socio laboral en el que se desarrolla la vida de empresas, trabajadoras y trabajadores y, que, en la medida en que se actúe sobre ellos, se conseguirá la meta de la igualdad.

Según esto, podría parecer que la toma en consideración del lenguaje y el sistema de comunicación son un tema secundario o con poca repercusión. Sin embargo, lejos de esta consideración, la propia Ley Orgánica de Igualdad Efectiva entre Mujeres y Hombres le otorga una importancia fundamental y se remite, en varias ocasiones a lo largo de su articulado, a la necesidad de utilizar un lenguaje incluyente y no sexista. Cabe entonces preguntarse en qué medida o de qué manera el lenguaje empleado contribuye a alcanzar la igualdad entre mujeres y hombres y, más concretamente, de qué forma influye en la incorporación de la igualdad a la empresa.

El lenguaje y las imágenes que se utilizan en las comunicaciones internas y externas de las organizaciones “hablan” por éstas, antes incluso de que la propia organización lo haga. De forma previa a la imagen que se proyecta a través de la actividad profesional, lo que se muestra y lo que se dice incide en el espacio público que entiende como “realidad” aquello que percibe, porque como decía Wittgenstein* “*lo que no se nombra no existe*”. Así pues todo aquello que la empresa no nombre, no cuente, no muestre, no existirá.

De este modo, la utilización de un sistema de comunicación (lenguaje, imágenes, iconos...) incluyente será determinante para:

- ✓ Mostrar una imagen coherente con el compromiso con la Igualdad de Oportunidades de la empresa
- ✓ Visibilizar la presencia y participación de las mujeres en la empresa
- ✓ Sensibilizar en igualdad tanto en la empresa como hacia el exterior
- ✓ Promover la reflexión sirviendo como modelo de expresión verbal y escrita
- ✓ Contribuir al desarrollo de la sociedad como parte de la Responsabilidad Social Empresarial

Con esta *Herramienta* se pretende proporcionar a las empresas un instrumento útil y práctico que facilite la utilización de un sistema de comunicación incluyente de forma habitual.

* Wittgenstein, Ludwig. *Tractatus logico-philosophicus*

Lenguaje sexista y lenguaje incluyente: aclarando conceptos

El **lenguaje sexista** alude a un código de comunicación que invisibiliza a las mujeres y que puede provocar su infravaloración o ridiculización, pero que en todo caso las subordina. Se produce, principalmente, por la utilización del masculino como genérico y porque ofrece una imagen estereotipada de las mujeres.

Es cierto que en castellano, el masculino como género gramatical tiene un uso doble como genérico, haciendo referencia a ambos sexos y, como específico, referido sólo al sexo masculino. Sin embargo, esta explicación es clara sólo en el plano teórico, porque en la práctica, la generalización del uso del masculino provoca problemas de interpretación que obligan a tener que analizar siempre el contexto para discernir, por ejemplo si “hombre” se utiliza en referencia a los varones o a la humanidad en su conjunto, o incluso sólo a las mujeres.

Por el contrario, el **lenguaje incluyente**, constituye un código de comunicación que tiene en cuenta la realidad tal cual es, sexuada. Posibilita que mujeres y hombres nombren el mundo desde su género y sean nombradas y nombrados teniendo en cuenta el sexo al cual pertenecen, sin subordinación ni invisibilización de ninguno de los sexos. O, en lo que afecta a las imágenes, que reflejen una presencia equilibrada de mujeres y hombres alejada de estereotipos de género.

En muchas ocasiones, la utilización (o el abuso) del masculino genérico tiene más que ver con la tradición y la inercia que con una clara voluntad de ocultar e infravalorar a las mujeres. Por ello, el cambio necesita de la decisión consciente de querer comunicar de otra forma y para ello es necesario conocer instrumentos y alternativas que sustituyan esa inercia sin provocar una sensación de artificialidad o duplicidades que hagan perder el sentido de lo que finalmente se quiere comunicar.

A continuación se detallan los problemas más habituales y posibles soluciones a los mismos, de forma que el lenguaje incluyente pueda incorporarse con facilidad a la gestión y comunicación diaria de la empresa.

1. Evitar el abuso del masculino genérico.

En lugar de...	podemos utilizar...	y decir...
Los trabajadores de...	Genérico	La plantilla / El personal de...
Los empleados en situación de excedencia		El personal en situación de excedencia
Los jefes	Abstractos o perífrasis	La jefatura / Quienes tienen responsabilidad en la toma de decisiones / Quienes toman decisiones
Los profesores		El personal docente / El profesorado
Los coordinadores	Construcciones metonímicas	La coordinación
El Director de la empresa		La Dirección de la empresa
Todos los trabajadores pueden solicitar	Aposiciones explicativas	Todos los trabajadores, tanto mujeres como hombres , pueden solicitar
El objetivo es proporcionar a los responsables una formación adecuada a su puesto		El objetivo es proporcionar a los responsables, de un y otro sexo , una formación adecuada a su puesto
Podrán optar al puesto los profesionales con experiencia	Omisión de determinantes	Podrán optar al puesto, profesionales con experiencia
Encuestas a los asistentes		Encuestas a asistentes
Todos los miembros del Grupo de Igualdad	Utilizar determinantes sin género	Cada miembro del Grupo de Igualdad
Aquellos responsables de proyecto...		Cada responsable de proyecto...
El juez decidirá	Utilizar 'se'	Se decidirá judicialmente
Para continuar el proceso el implicado enviará la solicitud		Para continuar el proceso se enviará la solicitud

En lugar de...	podemos utilizar...	y decir...
Los trabajadores pueden participar en la elaboración del plan estratégico	Formas personales de los verbos	Podemos participar... Puedes participar en la elaboración del plan estratégico. Usted puede participar...
El empleado velará por su propia seguridad		Tendremos que... Tendrás que velar por tu propia seguridad. Usted tendrá que... Tendrán que
A la celebración acudieron los trabajadores y familiares de los mismos	Evitar masculinos falsamente genéricos	A la celebración acudieron el personal y sus familiares
Es responsabilidad de ambos		Es responsabilidad de una y otro Es responsabilidad de ambas partes
Si el operario trabaja adecuadamente, conseguirá mayor rentabilidad	Formas no personales de los verbos	Trabajando adecuadamente, se conseguirá mayor rentabilidad
Para conseguir una gestión de equipos más efectiva el coordinador utilizará herramientas como la asertividad		Utilizando herramientas como la asertividad, se podrá conseguir una gestión de equipos más efectiva
Las subvenciones concedidas al que cree una empresa	Pronombres relativos sin género	Las subvenciones concedidas a quien cree una empresa
El que llegue antes que apague la alarma		Quién llegue antes

2. Desdoblamientos y soluciones a problemas de estilo

□ Desdoblamientos

Cada vez es más frecuente el recurso a los **desdoblamientos** y comienza a no resultar tan ajeno al uso cotidiano del lenguaje. Sin embargo se debe limitar su uso para no ralentizar excesivamente el discurso y es más aconsejable utilizar alguno de los recursos que se han enumerado en la tabla anterior.

En todo caso, en su utilización se debe procurar alternar el uso de la forma femenina y masculina, para evitar comenzar siempre por esta última.

Los trabajadores de la empresa deseen participar comedor	* Las trabajadoras y trabajadores de la empresa * Los socios y las socias que deseen participar * Las y los usuarios del comedor	Los socios que Los usuarios del
--	--	------------------------------------

También se generaliza el uso de barras (/) y arrobas (@) pero también en estos casos deben utilizarse sólo en determinados casos y no de forma indiscriminada.

□ Barras (/)

El uso de las barras puede ser un recurso válido en el caso de documentos administrativos (formularios, fichas, impresos de solicitud...).

Licenciados/as
Desempleadas/os
Jubilados/as

Se debe recordar que todos los elementos que concuerden con el sustantivo deben llevar barras: doscientos/as asociados/as.

Como inconveniente, su utilización puede dificultar la lectura de los textos, crear confusión para concordar gramaticalmente o provocar rechazo estilístico.

□ Arroba (@)

Soluciona aparentemente el problema en el lenguaje escrito, pero no en el oral. Al igual que las barras este recurso ha de ser utilizado cuando no existen otras fórmulas más adecuadas.

La estrategia de aplicar la @ puede ser válida para el lenguaje informal, especialmente cuando está dirigido a la juventud, pero en general la alternativa tiene que pasar por el uso de otros recursos.

Operairi@s
Técnic@s

3. Fórmulas de tratamiento

La designación asimétrica de mujeres y hombres en el campo político, social y cultural constituye una constante debido a la tradicional vinculación de las mujeres al ámbito privado y doméstico.

La utilización de formas de tratamiento igualitario contribuye de forma directa a la sensibilización y promoción de la igualdad y el lenguaje incluyente, tanto en las comunicaciones dirigidas al personal como hacia el exterior en las relaciones de la empresa con su clientela, empresas proveedoras u otras entidades del sector.

Estas son algunas de las situaciones más frecuentes:

Nombre y apellido: Ocurre con frecuencia que cuando se trata de un hombre se emplea solo el apellido, mientras que, cuando se trata de una mujer, se suele usar o bien el nombre de pila precedido de alguna forma de tratamiento (señora o señorita) o bien el nombre y apellido. En estas situaciones lo más aconsejable es:

- Trato simétrico a ambos sexos, utilizando D/D^a- D^a/D., atendiendo al grado de formalidad del texto
- No utilizar el tratamiento de *señorita*, ya que con él se alude, implícitamente, a la edad y, sobre todo, al estado civil de las mujeres, sin que exista paralelismo ni en el uso ni el significado con el tratamiento de *señorito*.

Fórmulas de tratamiento en masculino: En el lenguaje administrativo es habitual encontrar documentos o formularios redactados en masculino, en la idea de ser abiertos y que puedan referirse a mujeres y hombres. En estos casos se puede evitar:

- Estableciendo epígrafes como “nombre y apellidos” o “firmado” o
- Presenciando la doble forma (D. / D^{ña}. y viceversa, D^{ña}. /D).

4. Oficios, profesiones y cargos de responsabilidad

Las ocupaciones de la esfera pública han estado durante siglos reservadas a los hombres. En consecuencia, el léxico que las designa se ha acuñado tradicionalmente en masculino.

La incorporación progresiva de las mujeres al mercado laboral ha provocado la creación de los femeninos de muchos oficios o profesiones para los que sólo existía el masculino.

A este respecto conviene mencionar la Orden de 22 de marzo de 1995 (BOE 28/03/95) del Ministerio de Educación que insta a **reflejar en los títulos académicos oficiales el sexo de quienes los obtienen.**

Como norma general se debe seguir el siguiente criterio: emplear el género femenino cuando un cargo, una profesión o una actividad estén desempeñados por una mujer, siempre que sea posible siguiendo los mecanismos

morfológicos para su formación y empleo. En aquellos casos en los que no sea indicado formar directamente el femenino o se estén refiriendo a mujeres y hombres se debe emplear los recursos mencionados con anterioridad: desdoblamientos, utilizar barras, palabras genéricas o indeterminadas.

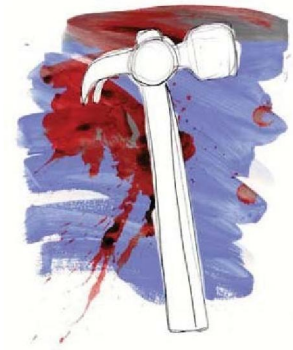
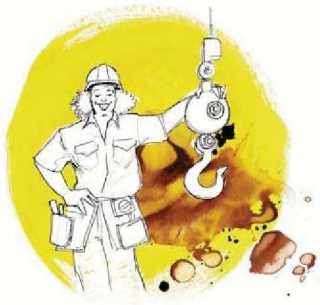
Designación masculina	Alternativas recomendadas
Administrador	Administrador Administración Personal/Responsable de Administración
Conserje	La conserje Conserjería Personal/Responsable de Conserjería
Ingeniero	Ingeniera

Imágenes¹

El lenguaje no es, en absoluto, la única, ni siquiera siempre, la más importante forma de comunicación. Más aún, en el ámbito de la empresa y la actividad económica en general, la imagen corporativa desempeña un papel fundamental. A través de las imágenes, los colores, el diseño de la página web o la presencia en las redes sociales una entidad está comunicando constantemente y transmitiendo mensajes y valores concretos. La combinación de ambos elementos (comunicación escrita y soportes de imágenes) debe ser coherente con el objetivo final de aportar mensajes basados en la igualdad de mujeres y hombres.

En este sentido las imágenes que se utilicen deben:

- Visibilizar a las mujeres, **evitando** el uso de la **figura masculina** como **genérica** que pretende representar a toda la plantilla o el uso de iconos, símbolos o logotipos, androcéntricos o sexistas.



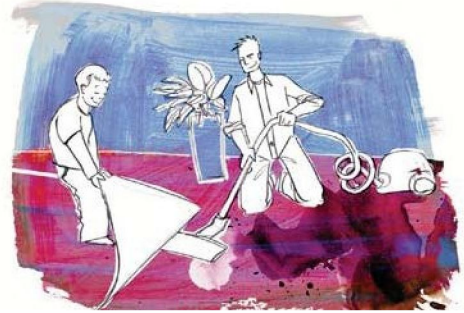
- **Evitar** el uso de **imágenes estereotipadas** de mujeres y hombres



¹ Guía sobre estrategias de comunicación incluyente. Gobierno de Navarra, 2009. Ilustraciones: Alberto Labad.

<http://www.navarra.es/NR/rdonlyres/8346E44F-1C60-4850-AAC8-7934034AB5C6/118955/GUIADECOMUNICACION1213.pdf>

- **Visibilizar** adecuadamente a las **mujeres** y a los **hombres** sin caer en estereotipos de roles familiares, sociales, uso de **espacios públicos y privados**, tipo de actividades o acciones llevadas a cabo...



Comunicación Web

El avance tecnológico y el desarrollo de la actividad empresarial en mundo globalizado, hace que la presencia de las entidades en Internet y las redes sociales sea una exigencia ineludible y una forma de comunicación amplia que no podría obtenerse por medios tradicionales. Por todo ello, el lenguaje, simbólico y escrito, que se emplee es determinante para fijar la imagen de empresa: lo que se quiere transmitir y lo que efectivamente se transmite. Por todo ello, en el diseño de la web corporativa se deben tener en cuenta los siguientes elementos:

- ✓ Representación equilibrada de mujeres y hombres
- ✓ Representación de mujeres y hombres en roles distintos a los tradicionales
- ✓ Visibilización de las mujeres
- ✓ Uso de voces masculinas y femeninas en proporción equilibrada para las locuciones
- ✓ Inclusión de enlaces a contenidos de igualdad de forma visible, preferiblemente en la portada del sitio web. De esta forma, se logra visibilizar las cuestiones de género y se manifiesta el interés de la entidad por la promoción de la Igualdad de Oportunidades
- ✓ Minimizar el número de *clícs* necesarios para llegar a los contenidos relacionados con la Igualdad de Oportunidades entre mujeres y hombres, estableciendo rutas de acceso sencilla.

CLAVES PARA LA UTILIZACIÓN DE UNA COMUNICACIÓN INCLUYENTE

- 1 Evitar el uso del masculino genérico.
- 2 Personalizar el mensaje cuando se sabe a quién va dirigido.
- 3 Nombrar el cargo o profesión en vez de la persona.
- 4 Limitar el uso de desdoblamiento y barras (a/o).
- 5 Nombrar de forma alternativa a mujeres y hombres y cambiar el orden de precedencia.
- 6 Hablar de la empresa, del sitio... en lugar de hablar de nosotros, todos...
- 7 Modificar la síntesis de la oración cuando el sujeto es un masculino genérico. Tú, usted... en lugar de vosotros.
- 8 Hacer referencia a “las mujeres” no a “la mujer”. Hay que tener en cuenta que no hay una sola mujer, ni un solo modelo de mujer.
- 9 Representar de forma equilibrada a mujeres y hombres en las imágenes.
- 10 Incluir imágenes que contribuyan a romper los estereotipos de género.
- 11 Nombrar a mujeres y hombres en acciones formativas y presentaciones desde la preparación de las mismas.
- 12 Ser consciente del valor y la capacidad transformadora del lenguaje.