



## Comunicación con perspectiva de Género y para la Igualdad

### Introducción:

La formación es un motor de cambio sociocultural de vital importancia, no sólo es un proceso de cualificación profesional, es un mecanismo de generación de alternativas y de hacer nuestro día a día más inclusivos, equitativos y tolerantes en un contexto globalizado. La programación académica del curso expone, de forma transversal, aquellas materias precisas para adquirir conocimientos y competencias imprescindibles en una iniciación en materia de estudios sobre igualdad y comunicación inclusiva y no sexista, tratando de ubicar al alumnado en un ámbito de reflexión y crítica.

Se parte de la premisa de la existencia de la discriminación causada por la diferencia sexual. El contenido a tratar se iniciará trabajando los roles y estereotipos de género aun presentes en la sociedad actual, avanzado posteriormente en conceptos y temas de comunicación para la igualdad efectiva en empresas y organizaciones y análisis de imágenes, lenguaje y publicidad desde la perspectiva de género.

**Profesores:** *Equipo Concilia2*

### Bionota:

*El equipo de Concilia2 ofrece al alumnado e-learning una formación introductoria en materia de género, así como un acceso cómodo y conciliador como es una formación telemática, adaptándose dicha formación a la disponibilidad horaria de cada persona a través de nuestra plataforma.*

- **Fechas:** comienzo el 18 de octubre de 2021. Disponibilidad de un mes para poder realizar el curso.
- **Duración:** 20 horas.
- **Modalidad:** *Online*.
- **Lugar:** A través del siguiente enlace <https://formacion.concilia2.es/> el alumnado accede al campus virtual, que está disponible las 24 horas.
- **Número de asistentes:** 50
- **Objetivos:**
  - Reconocer los elementos que generan y reproducen los roles y estereotipos de género.
  - Identificar el efecto que causan los roles y estereotipos femeninos en la segregación ocupacional.
  - Conocer el impacto del uso sexista del lenguaje.
  - Establecer una relación entre el uso sexista del lenguaje y otras discriminaciones.

- Valorar la importancia del uso no sexista del lenguaje en la empresa.
  - Conocer fórmulas comunicativas para el uso de un lenguaje inclusivo.
  - Reconocer la relación entre del lenguaje visual y la reproducción de roles y estereotipos de género.
  - Distinguir lo elementos de las imágenes susceptibles de ser analizados desde una perspectiva de género.
  - Conocer las estrategias para el análisis de las imágenes desde una perspectiva de género.
  - Detectar los elementos sexistas presentes en la publicidad.
  - Conocer los medios para la denuncia de la publicidad sexista.
  - Distinguir las características de las imágenes inclusivas.
  - Desarrollar estrategias para el uso de imágenes inclusivas.
- **Contenidos:**

### **UNIDAD 1. ROLES Y ESTEREOTIPOS DE GÉNERO.**

1. División sexual del trabajo.
2. Roles de género.
3. Estereotipos de género.
4. Socialización diferenciada.
5. Educación diferenciada.
6. La influencia de los estereotipos de género.
7. Los medios de comunicación.
8. Estereotipos femeninos positivos. o Crítica a los estereotipos femeninos positivos.
9. Estereotipos femeninos negativos. o Crítica a los estereotipos femeninos negativos.

### **UNIDAD 2. USO SEXISTA DEL LENGUAJE Y EL LENGUAJE INCLUSIVO.**

1. El cambio hacia patrones de pensamiento no sexista.
2. La comunicación en empresas y organizaciones.
3. El uso sexista del lenguaje.
4. Principales usos sexistas del lenguaje.
5. El efecto del masculino genérico en la comunicación. o Estrategias para evitar el masculino genérico.
  - o Denominaciones de profesiones y ocupaciones.
6. Efectos del lenguaje en la discriminación laboral.
7. El lenguaje visual.
8. Efectos del plan estratégico de comunicación con perspectiva de género.
9. El masculino genérico en la comunicación.
  - o Estrategias para evitar el masculino genérico.
  - o Denominaciones de profesiones, ocupaciones, cargos y oficios.
  - o Normas para la denominación de profesiones, ocupaciones, cargos y oficios.

### **UNIDAD 3. ANÁLISIS DE LAS IMÁGENES DESDE UNA PERSPECTIVA DE GÉNERO.**

1. El lenguaje visual.
2. Modelos estereotipados presentes en la publicidad.
3. Características de la publicidad sexista.

4. Análisis de imágenes desde una perspectiva de género. o Análisis de los personajes.
  - o Análisis del argumento.
  - o Análisis del discurso.
  - o Análisis de la comunicación.
  - o Análisis de los ángulos de las imágenes.
  - o Análisis de los códigos cromáticos.
5. Ejemplos de publicidad sexista.
6. Denuncia de imágenes y publicidad sexistas.
7. Las imágenes inclusivas en empresas y organizaciones. o Características de las imágenes inclusivas.
  - o Estrategias para el uso de imágenes inclusivas.

#### UNIDAD 4. PLANES ESTRATÉGICOS DE COMUNICACIÓN CON PERSPECTIVA DE GÉNERO.

1. La comunicación.
2. Ámbitos de la comunicación en empresas y organizaciones.
3. El plan estratégico de comunicación con perspectiva de género.
  - o Análisis comunicativo de la organización desde una perspectiva de género.
  - o Análisis del lenguaje escrito, oral y visual.
  - o Análisis de las guías y manuales.
  - o Análisis de las acciones formativas, de difusión y de sensibilización
  - o Análisis de los flujos comunicativos.
  - o Evaluación del plan estratégico de comunicación con perspectiva de género.

#### UNIDAD 5. COMPROMISO DE LA UVA CON LA IGUALDAD

1. Presentación de la Delegación del Rector para la Responsabilidad Social Universitaria.
2. Organismos de la UVa en materia de igualdad. Especial referencia a la Unidad de Igualdad.
3. Documentación. Protocolo Contra el Acoso Sexual.

- **Metodología:**

Este curso está diseñado para desarrollarse de forma telemática o “e-learning” utilizando las tecnologías de la información, lo cual facilita la construcción de conocimientos adaptándonos a los ritmos y tiempos de cada persona y permitiendo la compatibilización de la formación con las responsabilidades de trabajo y de cuidados.

El entorno de aprendizaje será un campus virtual, un programa informático interactivo de carácter pedagógico con capacidad de comunicación integrada, que permitirá la colaboración, intercambio de información y experiencias entre los/as participantes del curso.

A través del siguiente enlace <https://formacion.concilia2.es/> el alumnado accede al campus virtual, que está disponible las 24 horas.

Una vez inscrito/a al curso, a través de la ficha de matrícula el/la alumno/a recibirá un correo electrónico con su usuario y contraseña para acceder a la plataforma y poder visualizar los contenidos y, en definitiva, realizar el curso.

La metodología se basa en estudiar los contenidos expuestos en el campus virtual y la realización de cada una de las autoevaluaciones al finalizar cada unidad, así como un examen final que engloba conceptos aprendidos a lo largo de todo el curso. Durante el desarrollo de la formación también el/la alumno/a encontrará actividades complementarias o casos prácticos, con videos, noticias, etc. y temas de debate a través de los foros interactivos en los que el/a alumno/a también podrá participar.

• **Requisitos:**

- **Lectura** de la totalidad de las unidades del curso.
- Contabilizar, al menos, el **75% de las horas del curso** conectados al campus.
- Completar el **100% de las autoevaluaciones** y la evaluación final.
- **Obtener una nota media mínima de 5 en los cuestionarios de autoevaluación y la evaluación final.** Para ello, habrá que contestar correctamente al 50% de las preguntas. Las respuestas incorrectas no restan puntuación y se dispone de un total de tres intentos para su realización.

El alumnado conseguirá su **diploma de aprovechamiento** una vez que haya superado el curso; para ello, deberá obtener una calificación de 5 puntos como nota mínima, haber estudiado la totalidad de los contenidos y sumar un mínimo del 75% de conexión en relación a la duración lectiva total del curso.