



**CURSO DE COMUNICACIÓN CON  
PERSPECTIVA DE GÉNERO Y PARA LA  
IGUALDAD EFECTIVA ENTRE MUJERES Y  
HOMBRES (45 HORAS)**



**Guía didáctica**

COMUNICACIÓN CON PERSPECTIVA DE GÉNERO Y PARA LA IGUALDAD EFECTIVA  
ENTRE MUJERES Y HOMBRES

(45 horas)

Autora: Armonía Naranjo Pera

Concilia2

Guía didáctica

## DENOMINACIÓN DEL CURSO

Comunicación con perspectiva de género y para la igualdad efectiva entre mujeres y hombres.

## JUSTIFICACIÓN

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.

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.

## OBJETIVO GENERAL

Desarrollar la capacidad de transversalizar la comunicación con perspectiva de género en todos los ámbitos comunicativos de empresas y organizaciones.

## DESTINATARIOS

Personal laboral y funcionariado de Administraciones Públicas, Directivos y mandos, Responsables de comunicación y marketing, Responsables de RR.HH y Relaciones Laborales, Comisiones de Igualdad, Representantes Legales de la Plantilla o cualquier otra persona que, en el ámbito laboral, tenga la responsabilidad y/o interés en aprender a hacer un uso inclusivo del lenguaje.

## CALENDARIO

El alumnado dispone de dos meses empezando a contar el mismo día que se les dé de alta en la plataforma.

## METODOLOGÍA


Este curso está diseñado para desarrollarse de forma totalmente online y de ésta forma adaptarse a los ritmos y tiempos de cada persona teniendo en cuenta que, por lo general, este curso se dirige a trabajadores/as por cuenta ajena. La plataforma de Concilia2 donde se desarrollarán los cursos tiene diversas funcionalidades. Todas ellas van dirigidas a facilitar el aprendizaje. Se puede acceder a la plataforma on-line las 24 horas del día a través del siguiente enlace <https://formacion.concilia2.es/>. Para poder entrar a los contenidos y al curso matriculado se les enviará un correo electrónico con su contraseña y usuario.

La metodología se basa en visionar los contenidos expuestos en el Moodle y la realización de cada una de las autoevaluaciones, así como el examen final. Durante el desarrollo habrá una serie de actividades complementarias y temas de debate a través de los foros que se realizarán de forma optativa pero que su realización supondrá un enriquecimiento extra con respecto a la temática elegida.

Los elementos con los que se desarrolla nuestra actividad formativa son:

- **Material didáctico:** La documentación que se facilitará para el estudio del curso está elaborada por expertos profesionales en la materia y se pondrá a disposición del

alumnado on-line las unidades didácticas que deben estudiar. Su cuidada elaboración y permanente actualización convierten el material de estudio en una buena herramienta durante el desarrollo de la acción formativa y su posterior actividad profesional. Las unidades llevan un cuestionario de autoevaluación, cuyas respuestas pueden verse tras la finalización de dicho cuestionario.

- **Pruebas de evaluación.** Cada tema está conformado por una autoevaluación. Tras la finalización de todos los temas habrá una prueba final. Aparte algunos tendrán una serie de ejercicios para desarrollar por el alumnado.
- **Tutorías** en las que el alumnado podrá consultar todas aquellas cuestiones relacionadas con el contenido de las unidades didácticas. El proceso de aprendizaje está tutorizado permanentemente por especialistas en igualdad en la empresa, que ofrecen al alumnado una asistencia personalizada a través del servicio de tutorización telemática vía **chat**.   
Para cualquier duda o consulta, se puede contactar con el/la responsable de formación a través [formacion@concilia2.es](mailto:formacion@concilia2.es) o el 967 24 00 56.
- Para dar cierto dinamismo y evitar la monotonía de la formación on-line se proponen **foros interactivos voluntarios y apoyos con materiales didácticos multimedia** como videos, noticias o enlaces a sitios web, siendo menos áridas que los temas tratados más académicamente. Disponemos de un chat privado, donde pueden comunicarse entre el alumnado y el profesorado.
- **Evaluación.** El curso estará conformado por autoevaluaciones tras la finalización de las distintas unidades y una prueba final. Por otro lado, también habrá una serie de actividades y foros donde el alumnado podrá participar para obtener el Diploma de Excelencia.

#### ACLARACIONES:

Los apartados de *Lecturas* forman parte de los contenidos formativos y deben ser leídos por participantes en el curso como parte del proceso de aprendizaje. Para ello, en cada apartado de *Lectura* se facilita el acceso online al documento de interés.

La finalidad de las *Lecturas* consiste en mostrar cómo el contenido teórico refleja situaciones reales, para que el alumnado pueda comprobar la aplicación de la teoría en la práctica.

Estos textos, tomados de diversas fuentes, facilitarán al alumnado el desarrollo de una perspectiva crítica ante las situaciones de desigualdad que se presentan en el mercado laboral.

Los apartados de *Video* complementan los contenidos teóricos, ilustrando las situaciones que se muestran a lo largo del curso y las medidas en materia de igualdad que se promocionan desde las instituciones públicas. Los *Videos* son una parte fundamental de los contenidos teóricos, pues con ellos el alumnado puede comprobar el efecto de las desigualdades que se muestran en el curso, la perspectiva que se muestra en los medios de comunicación y el papel de las instituciones a través de sus campañas de difusión y sensibilización.

Los apartados de *Recursos* ofrecen al alumnado la posibilidad de profundizar en los contenidos teóricos, accediendo a documentos y portales web en los que se encuentra información más detallada sobre un contenido.

El acceso a los *Recursos* es opcional para el alumnado, pues son una forma de ampliar la información que se aborda en el curso, sin formar parte de sus contenidos teóricos.

En la plataforma se puede acceder a un *Glosario* en el que se describen los principales conceptos tratados en el curso.

Así mismo, se puede acceder a la *Bibliografía* para el alumnado que pretenda profundizar en los documentos y conocimientos propuestos a lo largo del curso.

La plataforma ofrece al alumnado la posibilidad de descargarse los contenidos en formato de texto para que pueda acceder a ellos de forma offline.

## EVALUACIÓN

Las autoevaluaciones y la prueba final serán las actividades que se evaluarán para la superación del curso y la obtención del Diploma de Aprovechamiento. Las pruebas de autoevaluación de cada tema estarán compuestas por 10 preguntas y la evaluación final estará compuesta por 25 preguntas.

Las actividades complementarias no obligatorias (foros, casos prácticos de los temas, etc.) serán evaluadas para la obtención del Diploma de Excelencia.

Para aprobar el curso será necesario:

- **Estar al menos el 75% de las horas del curso conectados al campus.**
- **Completar el 100% de las autoevaluaciones y la evaluación final.**
- **Superar al menos con un 5 las autoevaluaciones y la evaluación final.** Para ello, habrá que contestar correctamente al 50% de las preguntas. Las incorrectas no restan y hay un total de tres intentos.

El alumnado puede conseguir 2 tipos de diploma:

- Si el alumnado supera el curso, aprobado con un mínimo de un 5 y un 75% de las horas del curso conectados al campus, obtendrá el **Diploma de Aprovechamiento**.
- Si el alumnado, además de superar el curso realiza la entrega de las actividades complementarias, obtendrán un con su **Diploma de Excelencia**.

## PROFESORADO

- **Sonia Jaén González.** *Responsable del área de Consultoría de Igualdad en empresas en Concilia2.*
- **Loreto Gallego Carboneras** *Técnico de Igualdad y Responsable del área de Formación en Concilia2.*
- **Patricia Colón Sala:** *Educadora Social con formación en Violencia de Género.*

## CONTENIDOS

### UNIDAD 1. ROLES Y ESTEREOTIPOS DE GÉNERO

#### Objetivo general:

- Conocer la forma en la que se configuran los roles y estereotipos de género

#### Objetivos específicos:

- 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

**Duración:** 3 horas

#### Contenidos:

- División sexual del trabajo
- Roles de género
- Estereotipos de género
- Socialización diferenciada
- Educación diferenciada
- La influencia de los estereotipos de género
- Los medios de comunicación
- Estereotipos femeninos positivos
  - Crítica a los estereotipos femeninos positivos
- Estereotipos femeninos negativos



- Crítica a los estereotipos femeninos negativos

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

### Objetivo general:

Identificar los efectos del uso sexista del lenguaje

### Objetivos específicos:

- 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

**Duración:** 9 horas

### Contenidos:

- El cambio hacia patrones de pensamiento no sexista
- La comunicación en empresas y organizaciones
- El uso sexista del lenguaje
- Principales usos sexistas del lenguaje
- El efecto del masculino genérico en la comunicación
  - Estrategias para evitar el masculino genérico
  - Denominaciones de
- Efectos del lenguaje en la discriminación laboral
- El lenguaje visual
- Efectos del plan estratégico de comunicación con perspectiva de género

- El masculino genérico en la comunicación
  - Estrategias para evitar el masculino genérico
  - Denominaciones de profesiones, ocupaciones, cargos y oficios
  - Normas para la denominación de profesiones, ocupaciones, cargos y oficios
  - Efectos del lenguaje en la discriminación laboral

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

#### Objetivo general:

Adquirir la capacidad de analizar imágenes, en distintos soportes y formatos, con perspectiva de género

#### Objetivos específicos:

- 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

**Duración: 9 horas**

### Contenidos:

- El lenguaje visual
- Modelos estereotipados presentes en la publicidad
- Características de la publicidad sexista
- Análisis de imágenes desde una perspectiva de género
  - Análisis de los personajes
  - Análisis del argumento
  - Análisis del discurso
  - Análisis de la comunicación
  - Análisis de los ángulos de las imágenes
  - Análisis de los códigos cromáticos
- Ejemplos de publicidad sexista
- Denuncia de imágenes y publicidad sexistas
- Las imágenes inclusivas en empresas y organizaciones
  - Características de las imágenes inclusivas
  - Estrategias para el uso de imágenes inclusivas

## UNIDAD 4. EL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

### Objetivo general:

Conocer las estrategias necesarias para incluir la perspectiva de género en los ámbitos comunicativos de la empresa, a través de un Plan estratégico de comunicación con perspectiva de género

### Objetivos específicos:

- Conocer los elementos básicos de la comunicación
- Caracterizar los distintos ámbitos comunicativos de la empresa
- Identificar la estructura de un Plan estratégico de comunicación con perspectiva de género

**Duración:** 7 horas

**Contenidos:**

- La comunicación
- Ámbitos de la comunicación en empresas y organizaciones
- El plan estratégico de comunicación con perspectiva de género
  - Análisis comunicativo de la organización desde una perspectiva de género
    - Análisis del lenguaje escrito, oral y visual
      - Análisis de la comunicación interna
        - La comunicación informal
      - Análisis de la comunicación externa
        - La comunicación en internet
        - Páginas web con perspectiva de género
        - Alternativas comunicativas para los espacios web
      - Análisis de la responsabilidad social corporativa
      - Análisis de la comunicación en las relaciones públicas
      - Análisis de la comunicación de crisis
    - Análisis de las guías y manuales
    - Análisis de las acciones formativas, de difusión y de sensibilización
    - Análisis de los flujos comunicativos

- Evaluación del plan estratégico de comunicación con perspectiva de género

## UNIDAD 5. COMUNICACIÓN PARA LA IGUALDAD EFECTIVA EN EMPRESAS Y ORGANIZACIONES

### Objetivo general:

Identificar las principales formas de difusión de las políticas de igualdad en la empresa

### Objetivos específicos:

- Identificar la estructura del Plan de comunicación del Plan de Igualdad
- Conocer los principales documentos en materia de igualdad de oportunidades utilizados en las empresas.
- Valorar la importancia del lenguaje en la Negociación Colectiva
- Aprender las estrategias necesarias para incorporar la perspectiva de género en las reuniones
- Distinguir las características de la información útil desde una perspectiva de género

**Duración:** 7 horas

### Contenidos:

- El plan de comunicación del plan de igualdad
  - Estructura del plan de comunicación del plan de igualdad
  - Las acciones de comunicación
  - Los canales del plan de comunicación del plan de igualdad

- Las fases del plan de comunicación del plan de igualdad
  - Fase 1. El compromiso de la empresa
  - Fase 2. Diagnóstico de la empresa en materia de igualdad
  - Fase 3. Elaboración del plan de igualdad
  - Fase 4. Evaluación del plan de igualdad
- El registro del plan de igualdad
- Documentos en materia de igualdad en la empresa
  - Compromiso de la empresa/organización con la igualdad
  - Carta de la dirección dirigida a la plantilla
  - Cláusula para la inclusión del plan de igualdad en el convenio colectivo
  - Documento del diagnóstico de igualdad en la empresa
  - Cuestionario para la plantilla, realizado en la fase de diagnóstico
  - Documento del plan de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres
  - Documento de constitución de la comisión permanente de igualdad de la empresa
  - Reglamento de la comisión de igualdad
  - Documento del protocolo de actuación ante situaciones de acoso sexual y acoso por razón de sexo
  - Ficha para medidas en materia de igualdad en la organización/empresa
  - Informes de impacto de género
- El uso no sexista del lenguaje en la negociación colectiva
- Reuniones con perspectiva de género
- Información útil desde una perspectiva de género

## UNIDAD 6. LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD DESDE UNA PERSPECTIVA DE GÉNERO

### Objetivo general:

Aprender a transversalizar la perspectiva de género en la campaña publicitaria

### Objetivos específicos:

- Identificar los elementos que forman la comunicación publicitaria
- Conocer las estrategias para transversalizar la perspectiva de género en las etapas de la campaña publicitaria
- Desarrollar una visión crítica con la que seleccionar una agencia publicitaria con perspectiva de género
- Aprender las fórmulas para incluir la perspectiva de género en el documento brief

**Duración:** 7 horas

### Contenidos:

- La comunicación publicitaria
- La publicidad y la igualdad de oportunidades
- La publicidad institucional
- La campaña publicitaria con perspectiva de género
  - Fase de análisis del contexto y definición de objetivos
  - Fase de identificación
  - Fase de diseño y formulación
    - El público objetivo
      - El mensaje
      - El código

- El plan de medios
  - Clasificación de los medios de comunicación
  - Las formas publicitarias
  - Los medios de comunicación desde una perspectiva de género
  - La comunicación alternativa
- Fase de evaluación
  - El pre-test y el post-test
  - Indicadores de evaluación
  - Evaluación de los productos publicitarios desde una perspectiva de género
  - Evaluación del resultado de la campaña publicitaria
- La campaña a través de la agencia publicitaria
  - Mandatorios ejecucionales con perspectiva de género
- La sensibilización sobre la violencia de género