

**Sello de Igualdad de Género**

**en el Sector Público**

**Herramientas para la Implementación**

Herramienta11: Lineamientos de Estrategia de comunicación



© Copyright 2018

**Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo**

Eugenia Piza Lopez – Coordinadora del Areade Género

Centro Regional para América Latina y el Caribe

Guillermina Martin – Especialista de Políticas de Género

delArea de Género Centro Regional

para América Latina y el Caribe

Ivonne Urriola-Autora y Consultora Internacional

Sello de Igualdad de Género en el Sector Público

**Mayo 2018**

**Contenido**

[*Herramientas para la implementación del Sello de Igualdad de Género en el Sector Público* 4](#_Toc515106078)

[Herramienta 11. Lineamientos de Estrategia de Comunicación 5](#_Toc515106079)

# *Herramientas para la implementación del Sello de Igualdad de Género en el Sector Público*

En este documento se presenta un conjunto de herramientas e instrumentos prácticos y útiles para cada una de las etapas de la implementación del Sello de Igualdad de Género en el Sector Público. Se trata de instrumentos que pueden adaptarse a los diferentes contextos institucionales y nacionales.

Los instrumentos desarrollados para aplicar el auto-diagnóstico son especialmente importantes porque permitirán construir una base de datos confidencial con la información de las instituciones participantes que hará posible generar información comparable para la propia institución a lo largo del tiempo y entre instituciones similares de diferentes países.

|  |  |
| --- | --- |
| * **Etapas de implementación** | **Herramientas** |
| * 1. Establecer arreglos institucionales para poner en marcha el proceso | * H1. Modelo de carta de compromiso o acuerdo interinstitucional y aspectos que debe incluir * H2. Formulario de caracterización básica de la institución * H3. Lineamientos para el funcionamiento del Comité de Igualdad de Género |
| * 2. Efectuar auto-diagnóstico para identificar brechas de género en el trabajo institucional | * H4. Ficha indicadores de género en ODS * H5. Mapa mental de género * H6. Auto-diagnóstico de competencias en género * H7. Autodiagnóstico de la gestión de personas en la institución * H8. Encuesta de personal sobre percepción de clima laboral y no discriminación |
| * 3. Elaborar un Plan de Acción para la Mejora | * H9. Matriz del Plan de Acción o Plan de Mejora |
| * 4. Implementar el Plan de Acción | * H10. Lineamientos para la elaboración de la Política de Igualdad de Género * H11. Lineamientos de Estrategia de Comunicación * H12. Protocolos de no discriminación y tolerancia cero al acoso sexual y la violencia contra las mujeres * H13. Batería de respuestas y argumentos a las resistencias de implementación |
| * 5. Evaluación final realizada por expertas/os externas/os | * H14. Criterios metodológicos para la evaluación externa * H15. Lineamientos para el informe de la evaluación |

# Herramienta 11. Lineamientos de Estrategia de Comunicación

Adoptar una estrategia de comunicación con enfoque de género desde el inicio en todas las fases del desarrollo de las comunicaciones siguiendo los siguientes lineamientos:

* Incluir mujeres y hombres, de manera equilibrada, en el proceso de diseño, planificación y desarrollo de las comunicaciones.
* Tener en cuenta las condiciones particulares de mujeres y hombres en las situaciones a comunicar.
* Proponer contenidos, mensajes y modelos para que tanto mujeres como hombres, en sus diversas identidades, se sientan identificados.
* Utilizar un lenguaje inclusivo y no sexista.
* Seleccionar con cuidado contenidos e imágenes que permitan visibilizar a hombres y mujeres como personas igualmente activas en la institución y la sociedad, que reflejen la diversidad de mujeres, hombres y personas con distintas identidades sexuales.
* Prestar atención de no caer en nuevos estereotipos sociales.
* Procurar que haya voces masculinas y femeninas en los contenidos y, en el caso de comunicaciones audiovisuales o radiofónicas, también en las locuciones. Evitar las asociaciones estereotipadas de ciertas voces con determinados temas.
* Prestar atención al lenguaje corporal y gestual en las imágenes que integran las comunicaciones: gestos, signos corporales y expresiones no verbales. Es importante reparar en las expresiones que refuerzan estereotipos de género y el sexismo.
* Hacer un uso no estereotipado de los colores. Abrir las paletas cromáticas y sus expresiones a los temas y no a los sexos.
* Identificar cuáles son los canales, formatos y medios de difusión más adecuados para propiciar que la comunicación llegue por igual a mujeres y hombres. Diversificar los canales de difusión de la información.
* Emplear la propuesta del uso de comunicación y lenguaje inclusivo en los contenidos y en el diseño de los medios digitales: pagina web, redes sociales, materiales de difusión de soporte no físico.
* En las comunicaciones internas, cuando se presentan o hacen notas sobre el personal identificar si se utilizan atributos diferentes y basados en estereotipos de géneros. Identificar si la presencia y la frecuencia son equilibradas para ambos géneros/ sexos.
* En las comunicaciones externas tener especial cuidado de utilizar lenguaje e imágenes inclusivas, en los que todas las personas puedan reconocerse y sentirse identificadas.
* Volcar el principio de igualdad a acciones de capacitación y formación, tanto en relación a los temas, al equipo docentes como al enfoque de género transversal en los contenidos.