

# ¿CÓMO **PROMOVER** **LA IGUALDAD DE** **GÉNERO** EN LA **COMUNICACIÓN** **EMPRESARIAL?**

Según el estudio *When Women Thrive 2020*, [1] el 81% de las compañías que operan en el país dicen que la inclusión y la diversidad son fundamentales para el negocio, pero solo el 42% tiene un plan real para lograr la equidad de género.

Conseguir los resultados esperados en materia de inclusión y género necesita de la formulación de políticas de comunicación corporativa, tanto interna como externa, y a su vez, verse reflejadas en su publicidad, porque las empresas son un agente de transformación social y, por lo tanto, deben sumarse a la responsabilidad de contribuir con iniciativas que promuevan la causa. No se puede soslayar que las empresas son un espacio de socialización y dentro de sus distintas audiencias hay hombres y mujeres.

Desde la perspectiva de género, el uso del lenguaje y la presentación oral e iconográfica en las organizaciones se torna importante, debido a que el emisor puede erradicar patrones culturales sobre los roles del hombre y la mujer, aunque también puede agravarlos, elegir expresarse de una forma no discriminatoria e inclusiva es la diferencia entre continuar engrosando y normalizando la brecha de género o disminuirla.

Sobre el uso del lenguaje inclusivo, te compartimos un artículo de PProacción con Inclusión [leer más] donde se aborda cómo construir una comunicación incluyente y no sexista en las empresas.

A continuación se abordarán dos aspectos que las organizaciones pueden considerar para la elaboración de un plan de comunicación de manera iconográfica y oral; es necesario comentar que, si bien estos puntos pueden ser aplicados de forma transversal, debe ir de la mano de otras medidas que competen áreas como recursos humanos o procesos, para garantizar mayor efectividad.

## RECOMENDACIONES PARA PROMOVER LA IGUALDAD EN LA COMUNICACIÓN ICONOGRÁFICA:

La comunicación que promueven las empresas de forma gráfica debe romper con los clichés mediante la representación equilibrada, diversa y plural de los géneros, así como en la frecuencia de aparición. Dejar de lado la representación del hombre como sujeto activo y la mujer como agente pasivo, evitar que la figura masculina represente a todos los seres humanos, colocar a mujeres y hombres en roles diferentes a los tradicionales es una forma de cambiar la narrativa y comunicar igualdad, por lo que propondremos maneras de conectar con las audiencias y propiciar dinamismo en materia de género.

Entre hacer y decir, hay una brecha. Sin embargo, algunas de las recomendaciones que las organizaciones pueden considerar para incentivar la igualdad en la comunicación empresarial gráfica (y pueden utilizarse de forma interna y externa) [2] son:

- Procurar representar a las personas del sexo femenino fuera de espacios domésticos, y ubicarlas en espacios de trabajo y ocio, así como incorporar varones en espacios de vida familiar.
- Representar a mujeres trabajando fuera del hogar, especialmente y si es posible, en ocupaciones tradicionalmente masculinas.
- Presentar equilibrio numérico de ambos sexos.
- Reforzar el concepto de responsabilidad compartida entre hombres y mujeres en imágenes y textos.
- Reproducir situaciones de trabajo en las que haya mujeres dirigiendo personal de ambos sexos y/o en puestos de responsabilidad y prestigio.
- Representar a hombres, si es posible, en ocupaciones tradicionalmente femeninas.
- Dirigir por igual los mensajes a mujeres y hombres, especialmente aquellos relacionados con productos o servicios enfocados tradicionalmente a uno u otro sexo.
- Evitar estereotipos.

## OTRAS FORMAS DE IMPULSAR LA IGUALDAD DE GÉNERO CON LA COMUNICACIÓN ORAL:

Para atender las áreas de oportunidad dentro de la empresa en materia de inclusión con el personal, se recomienda promover [3] las siguientes medidas:

- Sensibilizar a todas y todos los miembros de la compañía para acercarse a la problemática de género de acuerdo con el giro.
- Capacitar (particularmente a gerentes o a líderes) e informar lo vital del equilibrio para alcanzar éxito organizacional.
- Compartir datos de igualdad y avances en materia de género.
- Discutir oportunidades de mejora.
- Informar continuamente los protocolos de acción contra el acoso y la intimidación.

Acelerar el cambio cultural mediante estrategias de comunicación va acompañado de todos: hombres y mujeres, que trabajan en el marco de una empresa y a su vez, en la búsqueda por cumplir objetivos muy particulares acorde a sus responsabilidades, sin embargo, los valores que promueven dentro y fuera de la organización deben estar orientados hacia un país más justo.

**La lucha no es sólo de las mujeres, es de todos.** La reflexión, el reconocimiento de una problemática mundial que además, se agudizó con la pandemia, es un proceso colectivo y hay una corresponsabilidad para atenderlo, por lo que invitamos a realizar un análisis tanto personal, como a nivel corporativo de qué forma estamos comunicando para disminuir la brecha de género.



### Referencias Bibliográficas:

- [1] Mercer (2020) When Women Thrive 2020. Disponible en: <https://www.mercer.com/our-thinking/next-generation-global-research-when-women-thrive-2020.html> Recuperado 15/02/2021.
- [2] The Chemical Company (2012) Guía práctica de comunicación con perspectiva de género. Disponible en: [https://www.igualdadenaempresa.es/redEmpresas/distintivo/-docs/basf\\_guia\\_comun.pdf](https://www.igualdadenaempresa.es/redEmpresas/distintivo/-docs/basf_guia_comun.pdf) Recuperado 16/02/2021.
- [3] Papí-Gálvez, N., Hernández-Ruiz, A., & López-Berna, S. (2020). Transformación digital en la industria publicitaria con enfoque de género: análisis de las empresas líderes. Profesional de la Información, 29(3). Disponible en: <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/74690/50431> Recuperado 16/02/2021.

**PROacción con inclusión** es una iniciativa de integrantes de la agencia PROa para difundir conocimiento y pedagogía sobre igualdad de género, y sensibilizar a las empresas para su adopción, con el uso de las mejores prácticas de comunicación.