

FORMACIÓN CON PERSPECTIVA DE GÉNERO EN LA EMPRESA

Duración: 30 horas

Metodología: Online

Financiación: Bonificable

LENGUAJE NO SEXISTA PARA LA IGUALDAD DE GÉNERO

Descripción

Este curso de Lenguaje No Sexista para la Igualdad de Género aborda el uso del lenguaje como herramienta clave para promover la igualdad entre mujeres y hombres. Se analizan los estereotipos y el sexismo lingüístico en el ámbito social, laboral y administrativo, así como pautas y recursos prácticos para incorporar un lenguaje inclusivo en la comunicación de las organizaciones.

Objetivos

- » Comprender las diferencias entre sexo y género y cómo influyen los estereotipos en la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres.
- » Conocer cómo influyen los agentes de socialización en la transmisión de un uso sexista del lenguaje.
- » Desmontar mitos que impiden un lenguaje no sexista y reflexionar sobre la responsabilidad de utilizarlo que tenemos los hombres y mujeres.
- » Profundizar en el sexismo lingüístico, los tipos y elementos con los que se muestra en la sociedad.
- » Conocer los detalles de la importancia de la igualdad de género en el ámbito laboral y cómo afecta el lenguaje para avanzar en el asunto.
- » Aprender los motivos, la normativa y las características del sexismo lingüístico en las Administraciones Públicas.
- » Conocer los problemas del lenguaje sexista y las recomendaciones para promover la igualdad de género.
- » Conocer los problemas del sexismo lingüístico en los documentos administrativos y ejemplos prácticos.
- » Aprender sugerencias para incluir un lenguaje inclusivo en los procesos de comunicación de las organizaciones.

Programa

1. EL LENGUAJE REFLEJA LA REALIDAD SOCIAL

- 1.1. El enfoque de género
 - 1.1.1. Diferencias entre sexo y género
 - 1.1.2. Estereotipos de género
 - 1.1.3. Roles de género y división sexual del trabajo
- 1.2. La socialización del género
 - 1.2.1. Qué es
 - 1.2.2. La relación del lenguaje con los agentes socializadores
 - 1.2.3. El androcentrismo y sus efectos en el lenguaje
 - 1.2.4. Desmontando mitos que impiden un lenguaje no sexista
 - 1.2.5. Un camino hacia la igualdad
- 1.3. Los agentes de socialización
 - 1.3.1. Qué son
 - 1.3.2. La familia
 - 1.3.2.1. Los primeros estereotipos de género
 - 1.3.2.2. Juegos y juguetes no sexistas
 - 1.3.2.3. Los cuentos
 - 1.3.3. La escuela
 - 1.3.4. Los medios de comunicación

2. EL SEXISMO LINGÜÍSTICO EN EL ÁMBITO LABORAL

- 2.1. Lo que no se nombra no existe
 - 2.1.1. Definición del sexismo lingüístico
 - 2.1.2. La evolución del lenguaje no sexista
 - 2.1.3. Características del uso sexista del lenguaje
 - 2.1.4. Sexismo lingüístico: léxico y sintáctico
- 2.2. Las mujeres, el lenguaje y la igualdad en el ámbito laboral
 - 2.2.1. Introducción
 - 2.2.2. El lenguaje sexista laboral
 - 2.2.3. Sexismo en el lenguaje iconográfico
 - 2.2.4. El papel del lenguaje en el cuidado de trabajadoras y directivas
 - 2.2.5. Los efectos del masculino genérico
 - 2.2.6. Beneficios de adoptar un lenguaje laboral no sexista
 - 2.2.7. La identidad femenina y los apelativos profesionales
- 2.3. Necesidad de un cambio de lenguaje en las Administraciones Públicas
 - 2.3.1. El sexismo lingüístico en las Administraciones Públicas
 - 2.3.2. Motivos de un lenguaje administrativo no sexista
 - 2.3.3. La normativa del lenguaje administrativo no sexista

Programa

3. APLICACIONES PRÁCTICAS DEL LENGUAJE NO SEXISTA EN LA EMPRESA PRIVADA Y PÚBLICA

- 3.1. Problemas y recursos para un lenguaje inclusivo
 - 3.1.1. El género gramatical español
 - 3.1.2. El masculino genérico
 - 3.1.2.1. Introducción
 - 3.1.2.2. Recursos
 - 3.1.3. Las asimetrías lingüísticas
 - 3.1.4. La concordancia
- 3.2. Recomendaciones específicas
 - 3.2.1. La arroba
 - 3.2.2. Texto redundante
 - 3.2.3. Documentos administrativos
- 3.3. Activando el interruptor de la desigualdad
 - 3.3.1. Introducción
 - 3.3.2. La negociación colectiva
 - 3.3.3. Las ofertas de empleo y la selección del personal
 - 3.3.4. La responsabilidad social corporativa como parte de la empresa
 - 3.3.5. La comunicación web y las redes sociales
 - 3.3.6. Las clientas, consumidoras y usuarias