

RECOMENDACIONES PARA **INTEGRAR LA**

IGUALDAD DE GÉNERO EN ACTOS Y EVENTOS

RECOMENDACIONES PARA INTEGRAR LA

IGUALDAD DE GÉNERO EN ACTOS Y EVENTOS

1. INTRODUCCIÓN	7
2. OBJETIVOS DEL DOCUMENTO	9
3. RECOMENDACIONES Y BUENAS PRÁCTICAS	11
ANTES	12
El programa, la piedra angular	12
Las invitaciones	14
Los anuncios en redes sociales	14
Apoyos y servicios técnicos	15
Otros materiales (vídeos, infografías, etc.)	15
DURANTE	16
“La puesta en escena”	16
La participación de ponentes, intervinientes y el público	16
Las fotografías	17
La difusión en redes sociales	19
Los detalles institucionales	19
DESPUÉS	20
Los resúmenes, notas de prensa y entrevistas posteriores	20
La evaluación final	21



INTRODUCCIÓN

El presente documento se vincula al **“Marco de compromiso con la igualdad de género”** aprobado por el Comité Directivo de la Fundación ONCE de 10 de diciembre de 2021 y de aplicación al conjunto del Área Ejecutiva de la Fundación ONCE (la Fundación, Inserta Empleo, Inserta Innovación y Servimedia).

Una de las líneas de acción señaladas en dicho Marco es la “Asunción de las mejores prácticas en materia de comunicación, reconociendo la importancia del lenguaje inclusivo y no sexista, así como la representación equilibrada de mujeres y hombres en todos los espacios comunicacionales”.

Sobre la base de otros instrumentos ya desarrollados como **“La Guía para un uso no sexista del lenguaje”** de la Fundación ONCE, el fin de este documento es desarrollar esta línea de acción a través del reflejo de una serie de recomendaciones, entendidas como buenas prácticas, para incorporar la igualdad de género en la rea-

lización de actos y eventos, tanto presenciales, como híbridos o virtuales, asumiendo la relevancia de la proyección pública de la organización a través de este tipo de acciones, y la necesidad, debido a razones multifactoriales, de actuar positivamente para que la igualdad de participación entre mujeres y hombres en los espacios públicos sea efectiva.

Todo ello, complementando nuestra obligación y ejemplaridad, en línea con nuestra misión, de **dar la máxima proyección pública y visibilidad a las personas con discapacidad**, hombres y mujeres, incluyendo la realización de actos y eventos totalmente accesibles.

Las recomendaciones que se incluyen son aplicables de manera transversal a las diferentes áreas de la organización que impulsan actos y eventos, así como a los departamentos o equipos de Comunicación que apoyan y gestionan elementos fundamentales de su realización.



OBJETIVOS DEL DOCUMENTO

Considerando el contexto descrito en el apartado anterior, el presente documento tiene como objetivo facilitar la organización y celebración de actos y eventos incorporando la perspectiva de género, concretamente:

- Promoviendo la presencia y visibilidad equilibrada de mujeres y hombres.
- Fomentando contenidos con un enfoque de género.
- Evitando el sexismo y los estereotipos.



RECOMENDACIONES Y BUENAS PRÁCTICAS

La realización de actos y eventos incluye diferentes tareas que pueden organizarse, de manera esquemática, en tres fases: **ANTES**, **DURANTE** y **DESPUÉS**.

Por otro lado, no todas las recomendaciones serán exactamente igual de aplicables en función del formato de acto o evento (presencial, híbrido o virtual), si bien todas ellas pueden adaptarse convenientemente al formato y contexto en cuestión.

Así, a continuación, se reflejan diversas recomendaciones y buenas prácticas que contribuyen a que los actos y eventos integren de mejor manera el principio de igualdad de género, incluyendo algunas reflexiones, así como preguntas para facilitar la toma de decisiones.

ANTES

Gran parte del éxito de un acto o evento reside en su preparación. Igualmente, en términos de garantizar la igualdad de género, la fase preparatoria de actos y eventos será crucial, y determinará en buena medida el impacto positivo o negativo a estos efectos.

En diferentes hitos de esta fase podemos incorporar la perspectiva de género, en base al trabajo sobre diferentes elementos importantes, que se listan a continuación.

El programa, la piedra angular

Cuando preparamos un evento, el programa opera como si fuera el “guion de una película”: a través de él determinamos el tema del que se va a hablar, así como **los personajes**, es decir, quién va a poner presencia y voz a nuestra historia.

De aquí la importancia de, por un lado, en cuanto al contenido, no olvidar que **cualquier temática puede ser enriquecida mediante un análisis de género** (es decir, cómo impacta lo que estamos

tratando a hombres y mujeres). Y, por otro lado, de conseguir una **representación equilibrada** en términos de género de las personas que elijamos.

De cómo cerremos el guion de nuestra película –programa de nuestro evento– dependerá el tratamiento de la igualdad de género en una serie de elementos de las fases posteriores, como pueden ser las fotografías, notas de prensa, publicaciones en redes sociales, etc. que, de no tenerse en cuenta desde el principio (en el programa), luego difícilmente podrán modificarse.

Suele ser habitual que los eventos tengan diferentes “actos”, utilizando ahora la metáfora teatral, como pueden ser las sesiones de apertura y clausura, mesas plenarias y talleres, ponencias centrales (“keynote speakers”), mesas redondas, etc. En este sentido, es importante no solo guardar un equilibrio cuantitativo a lo largo del desarrollo del evento (en el conjunto), sino también en el seno de cada una de las sesiones o “actos” (teniendo en cuenta, en el ám-

bito cualitativo, qué papel desempeñan hombres y mujeres¹). Ello nos ayudará, por ejemplo, a evitar fotografías o capturas de pantalla de sesiones desequilibradas en términos de género².

Por otro lado, la posibilidad de realizar eventos virtuales o híbridos multiplica las posibilidades de localización de las personas que pueden intervenir, siendo un factor que puede resultar beneficioso para la presencia equilibrada de hombres y mujeres.

Algunas claves para velar por la igualdad de género a la hora de elaborar nuestros programas pueden tenerse en cuenta si nos planteamos las siguientes preguntas:

¿Hay una representación equilibrada en términos de género en el conjunto del programa?

¿Existe alguna sesión o mesa especialmente “masculinizada” cuya composición debería revisar?³

¿Puedo aprovechar la oportunidad para visibilizar la existencia y aportación de mujeres expertas, especialmente en temáticas en las que predominan los hombres?

¿Ocupan las mujeres lugares relevantes en el programa?, incluyendo... ¿están presentes en la apertura y clausura?

¿Puedo incluir la participación de mujeres con discapacidad?, ¿y de mujeres de distintos grupos de edad? (mujeres visiblemente jóvenes, o mujeres mayores...).

¹Distribuyendo, equilibradamente, la función de moderación, evitando, por ejemplo, que la misma sirva como único mecanismo para garantizar la presencia de mujeres.

²El devenir de nuestra sociedad y el avance en el terreno de la igualdad de género ha traído situaciones, inéditas hasta ahora, donde representantes públicos, del ámbito institucional, demandan in situ, en eventos, el respeto a la igualdad de participación de mujeres y hombres, con posibles incidencias derivadas.

³Puede ocurrir también que un programa o una sesión esté por el contrario “feminizado”, es decir, conformado mayoritariamente o completamente por mujeres (sucede especialmente en relación con determinados temas, ámbitos o disciplinas). Es interesante asimismo en estos casos velar por la participación de los hombres, si bien esta guía está orientada de modo general a reforzar la visibilidad de las mujeres debido al déficit que experimentan en la participación en espacios públicos y en posiciones de liderazgo.

En las indicaciones que doy a los y las ponentes, ¿he planteado el interés de que aporten un enfoque que incluya la dimensión de género en el tema que van a tratar?

Las invitaciones

Las invitaciones pueden tener diversos formatos pero, de manera habitual, suelen componerse de un **texto**, algunas **imágenes**, un formulario de **registro** y el programa, abordado en el apartado anterior.

Las invitaciones, o en su caso las “reservas de agenda” (“save the date”, muy utilizados en entornos internacionales), constituyen la primera toma de contacto con la audiencia o el público participante. En este sentido, para incluir la perspectiva de género de manera más efectiva, podemos plantearnos las siguientes preguntas:

¿El texto y el formulario de registro se basan en un uso no sexista e inclusivo del lenguaje?

¿Las imágenes son neutras en términos de igualdad de género?

¿Es posible incluir imágenes que envíen mensajes positivos sobre la participación de las mujeres en actividades que suelen estar “masculinizadas”? ¿y viceversa? Todo ello con el fin de contribuir a eliminar estereotipos.

¿Cuento con un listado de personas participantes a las que hacer llegar las invitaciones que incluye de manera equilibrada tanto a hombres como a mujeres?

Los anuncios en redes sociales

Las redes sociales se han configurado como un canal de gran relevancia para la difusión de eventos, y un modo de ampliar la participación y la audiencia. Para garantizar una adecuada incorporación de la perspectiva de género, podemos aplicar preguntas similares a las del apartado anterior, en lo que se refiere tanto a textos como a imágenes.

Además, en este apartado podemos hacer uso del poder de segmentación de los anuncios en redes sociales para equilibrar la participación por géne-

ro. Por ejemplo, si promocionamos un evento de un ámbito más “masculinizado” podemos incentivar la participación femenina creando campañas dirigidas exclusivamente a público femenino con una mayor inversión.

Apoyos y servicios técnicos

En la celebración de eventos es habitual contar con servicios técnicos de apoyo, como pueden ser el personal técnico de audiovisuales, el apoyo o asistencia a la entrada y en sala, la interpretación en lengua de signos y subtítulo, así como –eventualmente- servicios de catering.

Al igual que ocurre en cualquier otro contexto social, siguen existiendo en este ámbito tareas marcadamente “feminizadas” (como la asistencia en sala, la limpieza...), y otras marcadamente “masculinizadas” (como los servicios audiovisuales, técnicos...).

En este sentido, a través de la contratación de servicios, actuamos sobre una cadena de proveedores, que pueden contribuir también a la incorporación de la perspectiva de género. Así, podemos operar trasladando el compromiso de nuestra organización en este ámbito y

valorando el respectivo por parte de los proveedores con los que contamos.

La misma idea podemos aplicar cuando contamos con personal y equipos propios, contribuyendo a “**desandar**” **estereotipos de género** mediante los “mensajes” que trasladamos, a través de las tareas o labores que realizan hombres y mujeres.

Otros materiales (vídeos, infografías, etc.)

Muchos eventos tienen como foco, o incluyen en su desarrollo, la presentación de otros materiales como vídeos, infografías, informes, estudios, trípticos, folletos, etc.

Igualmente, estos constituyen canales a través de los cuales podemos reforzar nuestro compromiso con la igualdad de género, mediante una representación diversa, no sexista y equilibrada en elementos como:

- **Textos**
- **Iconos (muy utilizados en infografías, publicaciones...)**
- **Imágenes y locuciones**
- **Voces**
- **Contenidos**

DURANTE

Una vez esté por comenzar o haya comenzado el evento, y aunque la fase preparatoria vaya a determinar gran parte de nuestro éxito (ver apartado “ANTES”), durante la fase de desarrollo también existen diferentes elementos que considerar desde la perspectiva de género. A continuación, se abordan algunos.

La “puesta en escena”

Volviendo a utilizar el símil teatral, podemos prestar atención a la “puesta en escena” de los actos y eventos, algo que suele simplificarse en los eventos virtuales, aunque es cierto que están proliferando plataformas que permiten una variedad de juegos de imágenes, participantes y desarrollos.

En los eventos presenciales, es habitual plantear formatos en los que las y los intervinientes no participan desde detrás de una mesa, si no desde sillones, sillas, o taburetes, a modo de “coloquio”. Aunque pueda contribuir a la idea de generar un ambiente más relajado, no siempre el mobiliario escogido resulta cómodo a todas las personas, dependiendo de

factores como su estatura, o vestimenta (por ejemplo, si se utilizan faldas o vestidos), lo que puede ocurrir por ejemplo al utilizarse taburetes altos. A ello se suma el hecho de que puede generarse una diferencia de posición considerable en relación con personas con discapacidad usuarias de sillas de ruedas.

En este sentido, a la hora de diseñar la puesta en escena, será importante **tener en cuenta las diferentes opciones y ponernos en el lugar de la mayor o menor comodidad que puedan generar a las personas** que intervienen, incluyendo la perspectiva de género.

La participación de ponentes, intervinientes y el público

El “guion” de nuestra “película” –el programa de nuestro evento- habrá definido ya quiénes son los “personajes” –las personas intervinientes o ponentes-, por lo que la mayor parte de la presencia equilibrada o no en términos de género dependerá de lo que hayamos fijado previamente.

No obstante, podemos tener en cuenta algunas sencillas pautas en el desarrollo, en las que quien ejerce la labor de moderación o dinamización de los debates tendrá un papel especialmente relevante:

Asegurar, a través de la moderación, que el uso de los tiempos sea equilibrado entre intervinientes hombres y mujeres.

Garantizar que las posibles preguntas que realice la audiencia (cuando no estén dirigidas a alguien en concreto) puedan ser contestadas por participantes tanto hombres como mujeres.

A la hora de dar la palabra a la audiencia, o recoger preguntas (de un chat, por ejemplo), velar por dar una cabida equilibrada a mujeres y hombres.

Las fotografías

En los actos y eventos es habitual tomar fotografías que sirven como **testi-**

monio gráfico de lo ocurrido y constituyen un elemento importante para la posterior difusión (redes sociales, notas de prensa, etc.). Nuevamente, aparece el programa que hayamos elaborado como piedra angular del evento, determinando en buena medida quienes serán los y las protagonistas de las fotografías y en qué medida el testimonio gráfico quedará más o menos equilibrado en términos de igualdad de género.

Una práctica muy extendida en actos institucionales es realizar una **foto de “familia”**. En ocasiones, se trata de una instantánea de quienes participan en las sesiones inaugurales, desde sus posiciones para intervenir (lo cual queda condicionado por quienes compongan esa mesa).

En otros casos, un grupo de personas se agrupan ad-hoc para la fotografía, reflejando la colaboración entre las partes y la implicación y protagonismo de las entidades o instituciones a las que representan. Sobre la idea de que las organizaciones funcionan en base al trabajo en equipo -más allá de quienes ostenten el primer liderazgo o responsabilidad- justamente este principio del



trabajo conjunto, del **trabajo en “equipo”** (en los que hay mujeres y hombres), puede aportar una perspectiva que enriquezca la decisión sobre qué queremos reflejar en una fotografía, y a qué personas decidimos incluir.

Hoy en día, desde una cultura de la diversidad, la inclusión y la igualdad, y ante una ciudadanía con una sensibilidad cada vez mayor, las imágenes donde solamente se incluyen a hombres, pueden llegar a tener un impacto negativo y estar poco alineadas con los principios igualitarios.

En definitiva, a la hora de diseñar y escoger el testimonio gráfico que queremos, sobre todo como resumen o carta de presentación de nuestro evento, podemos plantearnos las siguientes preguntas:

¿Qué mensaje estoy trasladando sobre la diversidad de mi organización y de los equipos que la componen?

¿Los mensajes visuales y de representación que quedan en las fotografías responden a los principios de igualdad?

La difusión en redes sociales

En esta fase del “Durante” el desarrollo del evento, las redes sociales constituyen un potente altavoz desde el cual difundir imágenes, testimonios, citas, y comentarios sobre lo que acontece. Las redes sociales pueden ser utilizadas por el propio público, así como por las entidades que lideran la organización del evento.

En este caso, es habitual captar imágenes y citas, a modo de “retransmisión” de lo que va ocurriendo, haciendo eco de las intervenciones de quienes protagonizan el evento. Nuevamente, el margen de actuación vendrá muy condicionado por el programa que hayamos diseñado y por los “personajes” que hayamos decidido que tomen parte en nuestra “película”.

No obstante, desde la gestión de redes sociales, podemos asegurarnos que **hacemos eco de las intervenciones tanto de mujeres como de hombres de una manera cuidadosa y equilibrada.**

Por último, desde la difusión de redes sociales tendremos en cuenta el contexto del evento que se está comunicando. No debemos de tener miedo de hablar exclusivamente en femenino plural si el evento tiene un público mayoritaria-

mente femenino. Además, hay colectivos profesionales con mayor presencia femenina que reclaman que cuando se realice comunicación en torno a su profesión se realice en femenino plural, como el colectivo de enfermeras.

Los detalles institucionales

Es posible que en determinados actos o eventos se obsequie a las personas intervinientes con detalles institucionales a modo de reconocimiento y agradecimiento por la participación. En ocasiones, se trata de obsequios más estandarizados, como publicaciones o merchandising. En otros casos, puede recurrirse a un presente algo más personalizado (como obras artísticas, elementos de decoración, o de adorno personal), no siendo extraño que puedan estar catalogados y entregados como regalos “masculinos” o “femeninos”.

Aplicando la perspectiva de género, es interesante transcender esta categorización, recurriendo a detalles, **regalos u obsequios que no presupongan preferencias o gustos diferentes según el género**, que trasladen valores que nos distinguen y que puedan ser apreciados por todas las personas.

DESPUÉS

Después de un evento, tras el trabajo que probablemente venimos desarrollando desde hace días o semanas, aún continúa su impacto, a través elementos como las publicaciones de resúmenes, notas de prensa institucionales o entrevistas posteriores.

Además, tenemos la oportunidad de recapitular sobre todo lo acontecido, valorar el éxito, extraer aprendizajes y, también, sacar nuestras conclusiones en cuanto a la aplicación de la perspectiva de género.

A continuación, podemos mirar más de cerca algunos de estos elementos.

Los resúmenes, notas de prensa y entrevistas posteriores

Los resúmenes y, en su caso, las notas de prensa, cumplen el papel de trasladar la relevancia del evento, los mensajes principales así como la participación de las personas protagonistas, pudiendo tener un importante impacto exterior en medios de diferente tipo. Pasado un tiempo, incluso actúan como el “**testimonio**” o “**legado**”.

En algunos casos, lo ocurrido en los actos y eventos puede complementarse con la realización de entrevistas a sus protagonistas.

Nuevamente, encontramos que el programa que hayamos diseñado y ejecutado, marcará en buena medida lo que podamos relatar, difundir en imágenes, y dar a conocer posteriormente.

No obstante, en la elaboración de resúmenes, notas de prensa o entrevistas posteriores podemos plantearnos las siguientes cuestiones desde la perspectiva de género:

¿El resumen o nota de prensa utiliza un lenguaje no sexista e inclusivo?

¿Se refleja un protagonismo equilibrado entre mujeres y hombres, tanto en el texto como en las imágenes utilizadas?

¿En los materiales gráficos, de audio o video posteriores (como entrevistas), se traslada la participación tanto de hombres como de mujeres?

Por último, a la hora de elaborar el bosquejo (mucho menos reforzar) en las propias preguntas estereotipos de género.

La evaluación final

Una vez concluido el evento, es posible utilizar algunos indicadores para poder hacer una valoración general acerca de la participación equilibrada de mujeres y hombres. Algunos de ellos son los siguientes:

% de ponentes mujeres sobre el total de ponentes.

Objetivo: no menos del 40% de mujeres, según el principio de paridad.

Nº de mujeres en mesas inaugurales, sobre el total de participantes en dichas mesas.

Objetivo: ninguna mesa con ausencia de mujeres.

Participación de mujeres como intervinientes (y no exclusivamente como moderadoras)

SI/NO

Objetivo: SI

% de participantes (audiencia), por sexo.

Objetivo: paridad 40/60 (es decir, manteniendo esta proporción de máximos y mínimos por sexo).

Identificar intervenciones en las que se ha integrado explícitamente la dimensión de género.

Objetivo cualitativo: que al menos 1 de las ponencias/intervenciones haya podido abordar el tema a tratar en el evento incorporando una perspectiva de género.

Asimismo, puede ser útil sacar conclusiones y **aprendizajes cualitativos** sobre qué elementos han funcionado y cuáles podemos mejorar para una próxima ocasión, a fin de garantizar una presencia equilibrada de mujeres y hombres en nuestro próximo evento.



Este documento ha sido promovido por Fundación ONCE

Impulso y Coordinación:

Virginia Carcedo, Secretaria General y Directora de Transformación y Excelencia de Fundación ONCE; Secretaria General de Inserta Empleo

Elaboración:

Carla Bonino, Jefa del Dpto. de Sostenibilidad de Fundación ONCE

Colaboración:

Fundación ONCE: **José Alías**, Coordinador de Comunicación
Carmen Martínez, Responsable de protocolo y organización de eventos
Juan Carlos Martínez, Social Media Manager y Coordinador de Atención Externa

Inserta Empleo: **Montserrat Balas**, Directora de Márketing y Comunicación

Servimedia: **José Manuel González Huesa**, Director General

Julio 2022



Este documento constituye una contribución de la Fundación ONCE a la Agenda 2030 y a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, concretamente el ODS 5, sobre “Igualdad de Género”.

RECOMENDACIONES PARA INTEGRAR LA

IGUALDAD DE GÉNERO EN ACTOS Y EVENTOS

