FICHA DE BOA PRÁCTICA

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Nome da boa práctica:

Comunicación e linguaxe non sexista. Recoméndase revisar as ferramentas de comunicación interna e externa para asegurar unha linguaxe inclusiva e non sexista.

Entidade que a promove:

Europastry, S.A

Concello:

Barcelona, con presencia en varios concellos de España.

CONTEXTO. SITUACIÓN INICIAL

Europastry é unha empresa multinacional española especializada na produción e distribución de produtos de panadería conxelada. Antes da implementación desta boa práctica, a empresa carecía de directrices claras sobre o uso dunha linguaxe non sexista nas súas comunicacións internas e externas. As comunicacións a miúdo reproducían estereotipos de xénero, e non existía unha política formal que asegurase que os documentos e mensaxes fosen inclusivos para ambos sexos. A falta de sensibilización respecto ao uso da linguaxe podía perpetuar desigualdades sutís, ademais de non reflectir o compromiso da empresa coa igualdade de xénero.

DESCRIPCIÓN DA BOA PRÁCTICA

A empresa desenvolveu unha guía para o uso non sexista da linguaxe, que se difundiu a todo o persoal. Esta guía aborda como evitar rumbos de xénero nos documentos e comunicacións, tanto internas como externas. Organízanse campañas de sensibilización e formación específica para aqueles empregados/as que redactan comunicados e documentos. Este enfoque ten como obxectivo proxectar unha imaxe corporativa aliñada cos valores de igualdade e diversidade, ademais de garantir que as políticas internas non perpetúen estereotipos nin desigualdades de xénero.

RESULTADOS OBTIDOS

Logrouse un aumento na conciencia sobre a importancia da linguaxe inclusiva, xerando unha contorna de respecto e equidade. As comunicacións da empresa melloraron en canto á súa neutralidade de xénero, contribuíndo a que tanto o persoal como a clientela perciban a Europastry como unha compañía comprometida coa igualdade. Isto fortaleceu a súa imaxe corporativa e promoveu unha cultura interna máis inclusiva.