

COMUNICACIÓN INTERNA Y FEMINISMO. UN MODELO PARTICIPATIVO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA IGUALDAD DE GÉNERO EN LA EMPRESA

AUTORAS

Emelina Galarza Fernández y Aimiris Sosa Valcarcel

Universidad del Málaga (España)

emelina.galarza@uma.es y aimirissosa@uma.es

En los últimos años se ha producido un avance en la incorporación de cuestiones relativas a la igualdad de género en el seno de las organizaciones. Las discusiones teóricas y la experiencia práctica al respecto se han centrado en la obligatoriedad de desarrollar planes de igualdad en las empresas con más de 250 personas trabajadoras, de adoptar medidas concretas relacionadas con la igualdad de género a través de la negociación colectiva, o de incluir propuestas de transversalidad de género en la estrategia empresarial. Sin embargo, se ha prestado menor atención a los procesos comunicativos que intervienen en la implementación de una estrategia de igualdad de género, los cuales tienen una incidencia directa en los procedimientos de toma de decisiones, haciéndolos más participativos y democráticos.

Esta investigación demuestra la conveniencia de aplicar una metodología, basada en un modelo de comunicación interna participativa, para la implementación de la igualdad de género en una organización empresarial. El estudio se propone como objetivos: sistematizar perspectivas teóricas relevantes en torno a la igualdad de género y la comunicación organizacional participativa; diseñar, desde una perspectiva feminista, un modelo metodológico de comunicación participativa y transparente para las empresas; así como evaluar el modelo metodológico propuesto, a partir de su implementación en la empresa Novasoft.

Para el desarrollo del modelo se opta por el método de Teoría Fundamentada, en el que las categorías conceptuales emergen de la interpretación de los datos. La recogida de información se realiza a través de técnicas como la observación participante, la entrevista en profundidad y la encuesta al personal de Novasoft, unidad de observación del presente estudio. Se trata de una empresa que ha trabajado en el sector de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, cuyas áreas de negocio se orientan a proyectos que tratan de conjugar innovación y sostenibilidad.

Como resultado del estudio se obtiene que antes de la ejecución del proceso de comunicación participativa, algo más de la mitad de la plantilla de Novasoft no tenía conocimiento del desarrollo de la Ley de Igualdad (59%), ni de la existencia de un plan de igualdad en la empresa (55%). Después del proceso, su conocimiento pasa a ser de un 65%. Al mismo tiempo, la protocolización del modelo de comunicación participativa produjo un aumento de la participación de las mujeres en los procesos de toma de decisiones.

La evaluación del modelo metodológico propuesto permite concluir que cuando las empresas desarrollan una estrategia de comunicación interna eficaz en la política de implantación de la igualdad de género, no solo se convierten en agentes socializadores desde el punto de vista organizacional, sino que además la plantilla se involucra activamente en su fomento.

Palabras Clave: Igualdad de género – Comunicación organizacional – Participación – Feminismo – Novasoft