

Comunicação Reconhecimento & Igualdade

Finalidade: Promover e facilitar a formação no domínio da igualdade de género no trabalho e no emprego, de modo a contribuir para a diminuição e resolução dos preconceitos de género nos locais de trabalho e para a integração de valores de igualdade e de diversidade de género que espelham os princípios da cultura coletiva de homens e mulheres no trabalho e no emprego.

Objetivos:

- Criar um conjunto de instrumentos de formação para serem utilizados de forma alargada e adaptável a diferentes públicos e contextos de formação/aprendizagem.
- Traduzir em conteúdos de formação acessíveis a um número elevado de utilizadores conteúdos dos estudos produzidos recentemente no âmbito de projetos financiados pelo EEA Grants, com a participação da CITE, considerando a relevância e a atualidade dos mesmos.
- Disponibilizar recursos estruturados, reunidos em torno de uma marca, para apoio à formação inicial e contínua, facilitando o contacto com as temáticas da IG no trabalho e no emprego antes do início e ao longo dos percursos profissionais, sedimentando a adoção de atitudes e comportamentos não discriminatórios com base no sexo.

Resultados/ Produtos: Produção de 5 *packages* formativos para abordar os seguintes temas:

- Igualdade de género - sua promoção
- Assédio sexual e moral no local de trabalho
- Usos do tempo por homens e mulheres
- Papel/papéis do homem
- Estereótipos de género nas profissões

Metodologia A metodologia de desenvolvimento dos instrumentos supramencionados assenta num conjunto de “lições”, inspiradas no Programa *MediaSmart*, que utilizará, sempre que for considerado adequado, situações de publicidade para ilustrar como por esta via se influenciam e sedimentam comportamentos favoráveis ou desfavoráveis à discriminação e aos estereótipos de género.

Pretende-se que os materiais sejam adaptáveis aos universos empresarial e formativo e permitam o desenvolvimento de sessões ativas, participadas e criativas, contribuindo, também por esta via, para alterar a perceção frequente da falta de interesse, relevância ou atratividade destes temas por parte dos públicos-alvo.

Destinatários: Trabalhadores/as das organizações membros do IGEN e de outras organizações
Formandos/as
Formadores/as

Parceiros: -APAN
-Fórum IGEN



DAR-LHE-EMOS MAIS NOVIDADES EM BREVE!