

ACTA DEL PROCEDIMIENTO ESCRITO PARA LA APROBACIÓN POR EL COMITÉ DE SEGUIMIENTO DE LA ESTRATEGIA DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD DEL PROGRAMA DE DESARROLLO RURAL DE CASTILLA-LA MANCHA PARA EL PERIODO DE PROGRAMACIÓN 2014-2020

Con fecha 27 de abril de 2016 se remitió a los miembros titulares del Comité de Seguimiento del Programa de Desarrollo Rural de Castilla-La Mancha para el periodo de programación 2014-2020 designados por los órganos y organizaciones en él representadas, mediante correo electrónico, el segundo borrador de la Estrategia de Información y Publicidad para su examen y aprobación, tal como dispone el artículo 13, apartado 1, del Reglamento de Ejecución (UE) nº 808/2014, de la Comisión, de 17 de julio, por el que se establecen disposiciones de aplicación del Reglamento (UE) nº 1305/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, relativo a la ayuda al desarrollo Rural a través del Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (FEADER), concediéndose un plazo de 10 días hábiles, contados desde la fecha de dicha notificación, para la remisión de alegaciones y la manifestación del sentido del voto.

Cumplido el plazo para presentar observaciones o alegaciones a los documentos remitidos se han recibido las siguientes observaciones:

- **Instituto de la Mujer:** En correo remitido el día 27 de abril de 2016 y con la finalidad de garantizar el cumplimiento de los preceptos recogidos por las distintas regulaciones tanto comunitaria como nacional y regional en cuanto a la utilización de un lenguaje no sexista e inclusivo así como como de una imagen no sexista ni estereotipada de las mujeres en las comunicaciones y documentos, proponen una revisión de la terminología empleada en la elaboración del documento así como la inclusión del siguiente texto:
 - 11.3.- Contenido de las medidas de información y publicidad: “ En todas las actuaciones de publicidad, información, comunicación o difusión, desarrolladas tanto por organismos gestores como por personas físicas o jurídicas beneficiarias, o por cualquier otra entidad o agente que participe o colabore en la implantación del PDR, se promoverá la utilización de un lenguaje no sexista e inclusivo, así como la transmisión de una imagen igualitaria entre mujeres y hombres, evitando en todo caso la utilización de estereotipos de género”.Asimismo, proponen la inclusión de indicadores desagregados por sexo en aquellos casos en que puedan ser cuantificables.
- **Comisiones Obreras de Castilla-La Mancha:** En correo remitido el día 28 de abril de 2016 proponen la inclusión de líneas horizontales de actuación de forma similar a las recogidas

por el FEDER y el FSE en el sentido que se recoge a continuación (página 12 del documento) :

- Se hará uso de las tecnologías de la información y la comunicación. En este sentido, el portal único de los Fondos Estructurales será el canal que centralice la información de los PO y su difusión, así como el principal medio para interactuar con la ciudadanía.
- Se fomentará el uso responsable y sostenible de materiales para colaborar en la conservación del Medio Ambiente. Al objeto de cooperar con el cuidado y respeto al Medio Ambiente, se evitará, en la medida de lo posible, el uso de papeles y tintas, sustituyéndolos por la edición de los documentos en formato electrónico y difundiéndolo a través de internet o por medios electrónicos.
- Velar por la igualdad entre hombres y mujeres en todas las medidas de comunicación que se emprendan en el marco de esta Estrategia de Comunicación, atendiendo al uso inclusivo del lenguaje y a una presentación de la imagen de la mujer en igualdad y sin estereotipos de género.

Ante estas observaciones se procederá a revisar el documento en cuestión con el fin de plasmar, en la medida de lo posible, las distintas propuestas.

De este modo, no habiendo recibido ninguna notificación de oposición expresa sobre el contenido de la Estrategia de Información y Publicidad, se cumple la mayoría favorable necesaria para la adopción de acuerdos, tal como establece el artículo 8 apartado 9 del Reglamento Interno del Comité de Seguimiento, por lo que la Estrategia de Información y Publicidad para el periodo de programación 2014-2020 queda aprobada por el Comité de Seguimiento.