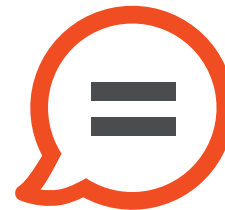


Guía para realizar
convocatorias y comunicaciones
desde una perspectiva de género



GUÍA PARA REALIZAR CONVOCATORIAS Y COMUNICACIONES DESDE UNA PERSPECTIVA DE GÉNERO



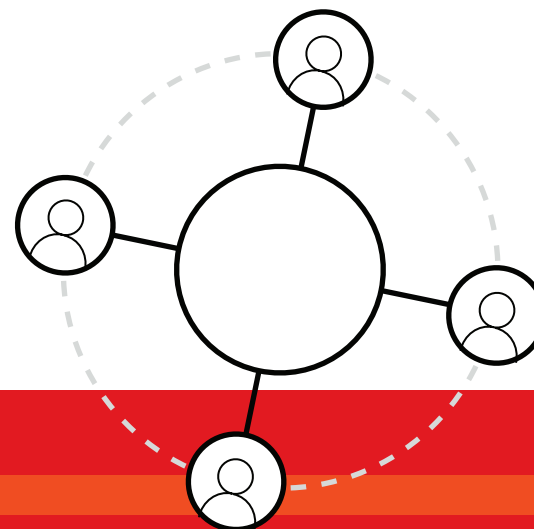
Introducción

La guía que se presenta a continuación está dirigida a los equipos técnicos territoriales que trabajan con programas y proyectos de infraestructura y desarrollo rural y productivo. Su objetivo es lograr que todas las actividades y acciones (capacitaciones, talleres de trabajo, consultas con la comunidad) tengan un efectivo enfoque sobre igualdad de género, y para eso es necesario centrarnos en un aspecto clave que es la comunicación y difusión de las mismas.

Sabemos que el rol productivo y económico de las mujeres en el sector agropecuario suele ser invisibilizado, tanto en sus comunidades como por los órganos públicos y privados que intervienen en los territorios. Por eso debemos emplear criterios de acercamiento y un lenguaje adecuado que interpele a las mujeres que viven y producen en el sector rural y que, al igual que los varones, son destinatarias de las políticas públicas agropecuarias.

El uso de las herramientas específicas que presenta esta guía apunta a lograr una participación equitativa en los espacios de toma de decisión que se generan para gestionar los proyectos de infraestructura y desarrollo rural (consorcios camineros, de riego, cooperativas de administración de energía eléctrica, organizaciones económicas, etc.), no sólo por principios igualitarios y de derechos humanos, sino también por la importancia de incorporar esos conocimientos y saberes que muchas veces no son valorados cuando nos suponemos “neutrales”. De hecho, en el corto y mediano plazo, si las prácticas se repiten sin perspectiva de género, el riesgo es conseguir magros resultados.

La puesta en práctica de los criterios y consejos que se proponen a continuación estimulará a que todas las personas involucradas o potencialmente alcanzadas por las acciones de los programas y proyectos se sientan respetadas y consultadas, condición fundamental para que participen de forma efectiva en las actividades propuestas.



Participación

Las convocatorias a actividades de consulta y talleres de capacitación hay que hacerlas en diferentes niveles para que **todos los actores que tengan interés estén presentes**

es decir, **varones y mujeres de diferentes edades, clases sociales y etnias**, en representación de las comunidades, las organizaciones no gubernamentales, los organismos gubernamentales y el sector privado.

Para que la participación en los espacios de decisión de nuestros proyectos **sea equitativa**

conviene conocer

las siguientes recomendaciones

[a continuación en la página siguiente]

1 MEDIOS DE COMUNICACIÓN

El equipo coordinador **debe plantear diferentes tipos de convocatorias,** y realizarlas mediante **diferentes medios de comunicación**



Por ejemplo, es **relevante evaluar** quiénes leen una convocatoria publicada en un diario local y quiénes se enteran de otro modo, como puede ser a través de redes sociales o radios comunitarias.

2 ESPACIOS DE DIFUSIÓN

Los **espacios para difundir información o convocar reuniones** deben disponerse **sabiendo que las mujeres y los varones,** y los diferentes grupos, no tienen acceso a los mismos lugares, fuentes o medios de información. Por ejemplo, **para convocar a las mujeres,** se pueden usar



medios como los cuadernos de sus hijos en las escuelas; en el caso de los jóvenes, los espacios de esparcimiento como bailes o clubes.

3 PARTICIPACIÓN IGUALITARIA

Es necesario promover la **participación de todos los informantes clave,** evitar que solo los varones tomen la palabra e incentivar a que **las mujeres expresen sus puntos de vista.**



4 PROMOCIÓN DE LA EQUIDAD

En algunas comunidades, por factores socioculturales **se limita la participación de las mujeres;** por ello es necesario

crear mecanismos que, respetando las tradiciones, **promuevan una mayor equidad en la participación.**



5 CLARIDAD EN LA INFORMACIÓN

Las personas convocadas a los talleres deben ser **informadas con claridad sobre sus objetivos,** así como el propósito y el alcance de su participación.

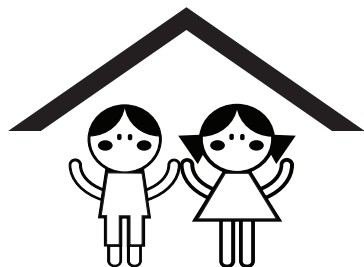




Tiempo

El uso del tiempo es fundamental, sobre todo en el caso de las mujeres, ya que por las tareas que ellas desempeñan, muchas veces no pueden participar en el mismo horario que los varones.

Por eso, resulta conveniente:



Manejar diferentes horarios
para cada grupo de trabajo ✓

Contemplar espacios para el cuidado de niños y niñas en
reuniones y capacitaciones ✓



Asistencia técnica y capacitación

Durante la ejecución de un proyecto productivo y en la preparación de las visitas a terreno, será necesario que **los técnicos y técnicas acuerden, con el productor y la productora, el día y la hora de la recorrida, favoreciendo y promoviendo la participación de ambos.**

No convocar a las productoras a una recorrida técnica puede significar una pérdida de información clave para el proyecto.

Si ellas están involucradas en la producción y no lo detectamos, el proyecto va a tener errores y dificultades de ejecución.



Aa

Lenguaje

La comunicación y el lenguaje deberán ser inclusivos, y enfatizar la importancia de que tanto las productoras como los productores participen de las actividades propuestas.

El lenguaje no es neutral y lo que no se nombra no resulta obvio.
Hablar de “productoras y productores” es un hecho inclusivo y necesario para visibilizar y reconocer a las mujeres rurales como parte de la población objetivo.

**Por eso, es importante
tener presente algunos consejos**

[a continuación en la página siguiente]

• NOMBRAR A LAS MUJERES

Evitar **hablar en masculino** como si fuera genérico y

nombrar a las mujeres

cuando sabemos que están presentes en nuestras actividades, ya que no se van a sentir naturalmente aludidas **si no las nombramos explícitamente.**

• USAR FORMAS GENÉRICAS

Usar **formas genéricas** que hacen **referencia global** a mujeres y hombres: Por ejemplo, “personas que viven en el campo”, “quienes se dedican a la producción agropecuaria...”

“el personal afectado a la obra”

• USAR BARRAS

Usar **barras para el lenguaje escrito**, aunque **sin abusar** porque pueden **dificultar la lectura**. Por ejemplo,

“usuario/a”, “productor/a”

• USAR FORMAS DOBLES

Usar **formas dobles de los artículos, en su forma masculina y femenina:**

“los y las productoras”

Uso del lenguaje

• USAR LA ARROBA

Usar **la arroba** puede funcionar **cuando nuestro mensaje o comunicación es informal** o cuando usamos las redes sociales, aunque **no es la mejor opción** a la hora de redactar un proyecto o de hacer un comunicado ante alguna autoridad.

Por ejemplo, **“productor@s”, “destinatari@s”**

• EVITAR LA REDUNDANCIA

No usar **apositiones redundantes** que destacan la condición de mujer por encima de otros rasgos pertinentes al asunto. Por ejemplo,

“el productor y la mujer productora”

● SUPRIMIR PRONOMBRES

Suprimir pronombres (“lo”, “los”, “la”, “las”) es recomendable para **aquellos sustantivos que mantienen la forma en ambos géneros**, ya que omitirlos no cambia el sentido a la frase. Por ejemplo, si la frase original dice “Sin otro particular, lo saluda atentamente...”, podemos reescribirla:

“Sin otro particular, saludamos atentamente”

● USAR PRONOMBRES SIN MARCA DE GÉNERO

Usar pronombres **sin marca de género**.

En vez de escribir “Los interesados deberán acceder al formulario de inscripción...”, **podemos usar:** “Aquellas personas interesadas...” o

“Quienes se interesen por la actividad...”

Uso del lenguaje

● DISTINGUIR ENTRE DOCUMENTOS ABIERTOS Y DOCUMENTOS CERRADOS

Cuando redactamos **documentos abiertos** no conocemos la identidad de la persona destinataria, y es imposible conocer su género. En estos casos, **hay que referirse explícitamente en forma masculina y femenina**, para visibilizar a quienes integran el público destinatario, **sin exclusiones basadas en la economía del lenguaje:**

“Convocamos a todas las productoras y productores a participar...”

En cambio, cuando se trata **documentos cerrados** se conoce la identidad de las personas destinatarias, entonces es preciso explicitarlo y

omitir toda forma genérica

para la redacción.



Imágenes

Dicen que “una imagen vale más que mil palabras”...

Las representaciones gráficas también son una forma de comunicación; las usamos todo el tiempo en afiches, despleables, páginas web, presentaciones y otros materiales de promoción interna y de formación. Por ello **es importante incorporar la perspectiva de género en las imágenes que seleccionamos** para nuestros materiales y evitar reproducir estereotipos.

Tenemos que buscar aquellas que sitúen a las mujeres en espacios laborales y de toma de decisión y no siempre insertas en el espacio doméstico.

algunos consejos en el uso de la imagen

[a continuación en la página siguiente]



La **Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer** (CEDAW, aprobada por Naciones Unidas en 1979 y ratificada por 187 países) enfatiza el papel activo del Estado, el enfoque de derechos recomendado para la elaboración de las políticas públicas y la necesidad de generar cambios culturales para conseguir y afianzar la igualdad en todos los ámbitos de la vida social. Entre muchas otras disposiciones, la CEDAW exige a sus Estados firmantes que tomen medidas de acción positiva para modificar los patrones socioculturales de varones y mujeres, para alcanzar la eliminación de los prejuicios y las prácticas consuetudinarias y de cualquier otra índole que estén basadas en la idea de la inferioridad o superioridad de cualquiera de los sexos o en funciones estereotipadas de hombres y mujeres (Artículo 5º).

El desarrollo rural desde el enfoque de género. Guía práctica para técnicos y técnicas rurales, Buenos Aires, Unidad para el Cambio Rural - Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación, 2014. Disponible en www.ucar.gov.ar/index.php/biblioteca-multimedia/buscar-publicaciones/24-documentos/933-guia-practica-para-tecnicos-y-tecnicas-rurales-el-desarrollo-rural-desde-el-enfoque-de-genero

Guía práctica para la integración de la perspectiva de género en los programas de prevención del VIH, Madrid, Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad (España), 2012. Disponible en www.msssi.gob.es/ciudadanos/enfLesiones/enfTransmisibles/sida/docs/guiaPrevencionVIH_Accesible.pdf

Guía para el uso de un lenguaje no sexista e igualitario en la HCDN, Buenos Aires, Honorable Cámara de Diputados de la Nación (Argentina), 2015. Disponible en www4.hcdn.gob.ar/dependencias/dprensa/guia_lenguaje_igualitario.pdf

Guía metodológica para integrar la perspectiva de género en proyectos y programas de desarrollo, Vitoria-Gasteiz, Instituto Vasco de la Mujer, 1998. Disponible en www.emakunde.euskadi.eus/u72-publicac/es/contenidos/informacion/pub_guias/es_emakunde/adjuntos/guia_genero_es.pdf

La fuerza de la corriente. Gestión de cuencas hidrográficas con equidad de género, San José (Costa Rica), Unión Mundial para la Naturaleza – Editorial Absoluto, 2003. Disponible en portals.iucn.org/library/node/8289

Cerrando brecha: Manual para orientar a organizaciones rurales hacia la equidad de género, Guatemala, FIDA-PROGENERO, 2013. Disponible en www.usaid-cncg.org/wp-content/uploads/2014/10/Cerrando-Brecha-final1.pdf

¿Cómo dices? Guía para una comunicación con equidad de género, País Vasco (España), Mugarik Gabe, 2010. Disponible en www.ehu.eus/documents/2007376/0/guia_mugarik_gabe

Guía de lenguaje inclusivo de género, Santiago (Chile), Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2016. Disponible en www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2017/01/guia-lenguaje-inclusivo-genero.pdf

Secretaría
de Agroindustria



Ministerio de Producción y Trabajo
Presidencia de la Nación

