

GRUPO TEMÁTICO NACIONAL

DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

(GTN3)

I Seminario Equal de Igualdad de Oportunidades

(Conclusiones de los Talleres)

Cáceres, 11-12 de febrero de 2004

CONCLUSIONES DE LOS TALLERES DEL I SEMINARIO EQUAL DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

CÁCERES, 11 Y 12 DE FEBRERO, 2004.

TALLER 1: LA CONCILIACIÓN EN LO RURAL: SERVICIOS DE APOYO.

La participación en este Taller ha sido de más de 45 personas en cada sesión y, en primer lugar, agradecemos la asistencia de las mismas y la aportación de ideas procedentes de zonas muy diferentes de España; asimismo, agradecemos las ponencias del Instituto de la Mujer de Castilla La Mancha en la persona de la Sra. M^a Ángeles Calvo y del Proyecto Deloa-Equal (AD 188), realizada por los Sres. Guillermo Vergara y Héctor Pérez.

En el Taller se ha debatido sobre la problemática específica de la conciliación de la vida laboral y familiar en el ámbito rural, como se ha mencionado.

Los problemas más significativos que se han detectado en los territorios, tanto de Objetivo 1 como Fuera de Objetivo 1, son básicamente de tipo estructural en cuanto a servicios, acceso a nuevas tecnologías, comunicaciones y, especialmente, se ha hecho mucho hincapié en la problemática del transporte para la inserción profesional de la mujer.

Un problema estructural típico de las zonas rurales consiste en la carencia de medios de transporte públicos que comuniquen las distintas poblaciones, ya que sólo se comunican de manera radial a partir de una población más grande, y por otra parte, se destaca la absoluta ineficacia de la red existente debido a la precariedad de los horarios. Este problema perjudica directamente la capacidad de empleabilidad de las personas ya que en muchas ocasiones deben rechazar trabajos por imposibilidad de acceder a otras poblaciones que ofertan empleo.

Dentro de este marco general, el problema específico que afecta directamente a las mujeres surge directamente de la mentalidad tradicional que se conserva en la sociedad y tiene como resultado que la mayoría de las mujeres en el ámbito rural no tienen permiso de conducir y tienen más miedo a conducir por la falta de costumbre; incluso en los casos en que la mujer consigue pasar la primera barrera y decide sacar su permiso, entonces nos encontramos que cuando hay un coche en la familia, es el hombre quien lo utiliza, quedando la mujer relegada a un segundo puesto.

En este tema concreto se han aportado dos soluciones:

- La sufragación parcial del permiso de conducir y;
- La creación de servicios de transporte autogestionados alternativos a los existentes y más adecuados para las necesidades de las personas beneficiarias.

Otro problema a destacar es la asunción por parte de la mujer del trabajo doméstico y la explotación agraria / ganadera sin remuneración, situación conocida también como "trabajo invisible". Normalmente, las explotaciones familiares están a nombre del hombre y la mujer se carga con el trabajo en el negocio familiar y con el trabajo doméstico, sin remuneración alguna. Es difícil encontrar personas que quieran realizar este trabajo en la explotación ganadera porque está muy desprestigiado y la población prefiere trabajar en otro tipo de actividad. También se comenta que existe una cierta desmotivación por parte de las mujeres rurales para buscar trabajo cuando ya se cuenta en el hogar con los ingresos procedentes del marido y especialmente a partir de una determinada edad (más de 40 años).

En este epígrafe se han aportado como soluciones posibles la formación específica para dignificar la profesión ganadera y agrícola y, la contratación de personas "sustitutivas" para realizar dichos trabajos; esta solución conlleva un cambio muy importante de mentalidad ya que se paga un trabajo que antes se hacía de un modo "gratuito".

En relación con los problemas debatidos en los párrafos anteriores y como complemento en algunos casos, se apunta por parte de una de las personas asistentes una solución puesta en práctica con mucho éxito por parte de un proyecto Equal de Francia y que se basa en el "Banco del Tiempo". Este "Banco" consiste en que las personas beneficiarias son a su vez beneficiadas, es decir, una persona entrega parte de su tiempo en servicios de conciliación a otras personas que lo necesitan (ej. para el cuidado de niños o de personas de tercera edad), y tiene en su "haber" el tiempo que ha dedicado a dicho servicio; cuando esa persona necesita una ayuda hace uso de su "saldo" para que otra persona del "Banco" le ayude durante un tiempo igual al utilizado para sus necesidades de conciliación.

Otro problema tratado es que, en las zonas rurales, no suele haber una demanda expresa por parte de la población para incorporar la perspectiva de género en las actuaciones y, en otros casos, cuando la hay, las Instituciones son muy reacias a aceptarla. Para solucionar este problema es imprescindible llevar a cabo una labor de sensibilización constante dirigida a la población y personas con capacidad de decisión.

En relación a la legislación, se han hecho dos críticas fundamentales:

1. Por una parte, las leyes tienen una óptica urbana en su redacción que choca con la problemática rural específica y que;
2. Estas leyes, además, no recogen la perspectiva de género.

En este último punto, en algunas CCAA, ya se están dando pasos para incorporar esta perspectiva.

Como últimas consideraciones se ha hecho constar, que en toda esta problemática es imprescindible el trabajo en red con la implicación de la población, instituciones, interlocutores sociales y empresariado y que, la "Solución" a cada problema no existe como tal sino como mezcla o combinación de una serie de medidas como tratamiento para cada problema concreto, en cada área concreta y con una población concreta. También es importante no caer en la trampa de realizar acciones puntuales en el tema de la conciliación sino tener en cuenta una estrategia general a largo plazo, tendiendo a un equilibrio sostenible. Hay que recordar que la conciliación no es un problema que deban solucionar las mujeres sino que la solución es responsabilidad de la sociedad en su conjunto y, particularmente, de las instituciones cada una en su ámbito de actuación.

TALLER 2: LA CORRESPONSABILIDAD EN LA CONCILIACIÓN.

La conciliación se plantea como una cuestión estructural y social que demanda una corresponsabilidad e implicación de hombres y mujeres.

Como tal cuestión social que trasciende lo familiar, los problemas derivados deben abordarse de forma integral a todos los niveles, y siguiendo un enfoque de arriba a abajo que de prioridad al nivel político-institucional.

Distinguimos, pues, tres ámbitos o niveles en los que se hace necesario actuar y en torno a los cuales se ha centrado el debate en este Taller:

- Ámbito político-institucional
- Ámbito laboral
- Ámbito personal y familiar

En el ámbito político-institucional, resaltamos la necesidad, incluso la urgencia, de un cambio en las estructuras de poder que promueva y haga posible alcanzar una democracia paritaria. Entre las aportaciones concretas debatidas en el taller, destacamos las siguientes:

- Es necesario cubrir las lagunas legislativas existentes en materia de conciliación.
- Deben establecerse mecanismos de seguimiento y control que velen por la aplicabilidad de la legislación en materia de Igualdad de oportunidades y faciliten su adaptación a las demandas sociales: creación de Observatorios, creación de nuevos perfiles profesionales y refuerzo de los ya existentes, etc...
- Debe reforzarse la sensibilización y formación de quienes tienen capacidad para tomar decisiones en este ámbito, a fin de favorecer el cambio en la voluntad política y la asunción de compromiso traducidos en la dotación y asignación de recursos concretos: recursos humanos, económicos, de infraestructura, etc.

En el ámbito laboral, desde el Taller se plantean una serie de necesidades y recomendaciones:

- Promover políticas de conciliación a través de la asunción de fórmulas flexibles en los espacios y tiempos del entorno laboral, y de la incorporación en la política de Recursos Humanos de personas y/o de funciones específicas en materia de Igualdad de oportunidades.
- Visibilizar aquellas empresas que han sabido asumir una responsabilidad social corporativa introduciendo en su política la perspectiva de género (Sellos de calidad, empresas socialmente responsables..).
- Integrar la problemática de la conciliación en la agenda de la negociación colectiva.
- Igualmente, urge sensibilizar y formar a quienes trabajan en el tejido empresarial, en particular quienes actúan en las estructuras de orientación, formación y asesoramiento.

En los ámbitos personal y familiar, se insiste en la necesidad de promover un cambio en el sistema de valores a favor de un reparto equilibrado de roles, fomentando, asimismo, el empoderamiento de las mujeres. Para ello se propone el desarrollo de:

- Campañas de sensibilización que fomenten el reparto equilibrado de las tareas domésticas y de las responsabilidades familiares.

- Herramientas específicas para trabajar desde la comunidad escolar.

Es precisamente en este último campo en el que se han enmarcado las presentaciones realizadas en este Taller por parte del Instituto de la Mujer y del Proyecto Accede:

- El Instituto de la Mujer ha presentado las luces y sombras (los "posibles efectos perversos") de las Campañas de sensibilización realizadas en los últimos años a favor del reparto de las tareas domésticas y de las responsabilidades familiares.
- El Proyecto Accede, promovido por el Consorcio Red Local de Madrid, presentó como Buena Práctica del mismo el "*Programa de Intervención Coeducativa en Centros Escolares*", un ejemplo de cómo actuar en ese entorno desde edades muy tempranas (diferenciando dos tramos de edad: 3-6 años y 6-10 años) y desde un enfoque integral, trabajando conjuntamente con el profesorado, las familias y los propios niños y niñas.

En definitiva, las conclusiones obtenidas de las distintas aportaciones y del debate surgido en el Taller no vienen sino a reforzar la idea ya apuntada al principio de esta presentación: la conciliación es una cuestión de todos y todas que debe ser abordada desde la corresponsabilidad en todos sus campos: político, laboral y familiar.

TALLER 3: ESTRATEGIAS PARA LA RUPTURA DE ESTEREOTIPOS DE GÉNERO EN EL ÁMBITO LABORAL.

El objetivo general del taller fue el trabajo conjunto para la identificación de los estereotipos de género utilizados para justificar las situaciones de discriminación que se producen en el ámbito laboral. Una vez identificadas las barreras en el acceso al mercado laboral y los estereotipos de género, tratamos de definir elementos clave para conseguir una ruptura de estereotipos.

La primera tarea consiste en reconocer el estereotipo y cuál es su origen y efectos, así podremos reflexionar acerca de la forma de romperlos, pues los estereotipos se incorporan de una manera tan sutil que no se ven. Para conseguir reconocer los estereotipos se deben plantear, al menos, las siguientes cuestiones:

- ¿Cómo se generan los estereotipos en el orden patriarcal?.
- ¿Qué son? ¿Qué representan?.
- ¿Qué contenido tienen?
- ¿Cómo incorporamos los estereotipos?.
- ¿Cómo se pueden desmontar?.
- ¿Cómo se rompen?.
- ¿Qué efectos producen?.

Una primera reflexión nos lleva a identificar algunos de los problemas que subyacen en nuestras políticas y en los ámbitos laboral y social, proponiendo soluciones de carácter general, para más adelante concretar en posibles elementos claves que nos llevarán a la ruptura de estereotipos de género.

El orden patriarcal se sustenta en la existencia de estereotipos, beneficiándose de ellos. Así se mantiene la relación de poder/ dominación del hombre sobre la mujer. En el mercado laboral, los estereotipos son rentables, se utilizan según conviene, limitando los derechos de las mujeres y provocando discriminaciones injustas y situaciones de desigualdad. Cuando se analizan los estereotipos en relación con el mercado laboral, estos se traducen en una limitación de los derechos de la mujer y sus posibilidades de empleo.

La existencia de los estereotipos en nuestra sociedad responde a la necesidad de crear un modelo de aprendizaje basado en la simplificación de la realidad con el fin de controlarla. Esta es la función de los estereotipos. El planteamiento de "dudas de aprendizaje" es la vía para conseguir la ruptura de estereotipos, que en ningún caso implica que se sea más o menos masculino o femenino. Algunas experiencias de trabajo, muestran la creación de "grupos de masculinidad" que trabajan en qué es ser hombre, llegando a la conclusión de que su definición va más allá de lo que dice un estereotipo.

La identificación de estereotipos para conseguir su posterior ruptura, nos lleva a conocer dos tipos de estereotipos, aquellos con un contenido positivo (masculinos) y los que tienen un contenido negativo (femeninos). Ambos estereotipos son utilizados para justificar las situaciones de discriminación.

Otro elemento a tener en cuenta en el análisis del contenido de los estereotipos, es que no son estáticos, sino que surgen permanentemente, lo que dificulta su ruptura o determina la necesidad de una ruptura continua de estereotipos.

Claves para la ruptura de estereotipos de género:

Existen estudios que identifican estereotipos pero hay una carencia de elementos prácticos para su ruptura. Una primera reflexión indica que, para la ruptura de estereotipos deben crearse nuevos estereotipos. Esta primera teoría se fundamenta

en la necesidad de simplificar toda la información existente y que hace que ésta no sea comprensible. Sin embargo, la creación de nuevos estereotipos como elemento para la ruptura de los anteriores puede llevar a la aparición de nuevas discriminaciones.

Existe el peligro de "estereotipar el estereotipo". La conclusión, en la identificación de las causas que justifican la existencia de estereotipos, de que el orden patriarcal no es estático, sino que evoluciona (se destruyen unos estereotipos y se crean otros), plantea la necesidad de una ruptura continua de estereotipos.

Es necesario introducir la diversidad de género como factor enriquecedor (hacer ver que los intereses de "unas" no van contra los de "otros"). Crear masa crítica y fomentar el empoderamiento de las mujeres. Trabajar con grupos de hombres y mujeres para experimentar nuevos modelos de relaciones.

Son muy importantes los mecanismos de intermediación que generalmente son informales. Para llegar a determinadas personas hay que diseñar una estrategia de marketing social además de usar técnicas eficientes.

Sintetizando, podemos resumir algunos elementos claves que se recogieron en el taller, agrupándolos de la manera siguiente:

Con respecto a las políticas:

- Es necesario romper los "mapas mentales" desde el sistema educativo, de lo contrario observamos un avance en las políticas de igualdad pero, en la práctica, siguen existiendo los estereotipos. Se necesita "otra generación" de políticas de igualdad que incorpore la ruptura de estereotipos.
- Además de realizar un diagnóstico, es necesario incidir en las políticas para que estas no sean neutras.

Con respecto a la información y el lenguaje:

- La información es importante, pues la sociedad no sabe de dónde sacamos los estereotipos.
- Hay que facilitar la comprensión de la información para que llegue a todos y a todas, sin caer en la simplificación de los mensajes.
- Deberíamos utilizar la comunicación de forma transgresora, ridiculizando situaciones y desmitificando los estereotipos profesionales.
- Para la ruptura de estereotipos es necesaria la desagregación de los datos por sexo que nos permite conocer la realidad.
- La utilización del lenguaje sexista refuerza los estereotipos, la no sexista los desmonta. Hay que trabajar con el lenguaje, pues en él hay muchos estereotipos, generalizando la utilización no sexista del lenguaje, visibilizando así a quienes no aparecen en él (las mujeres).

Con respecto al mercado laboral:

- Es necesario eliminar los estereotipos de los procesos de selección, mediante la supresión de elementos identificativos basados en el sexo.
- Hay que proporcionar una información real a las empresas que utilizan una información que no se corresponde con la realidad.
- Muy importante es la implicación de actores del mercado de trabajo y su incidencia en las empresas para que conozcan la realidad (acabando con estereotipos que no son ciertos).
- Se debería revelar la identidad de las mujeres y hablar de la igualdad como elemento de calidad en las empresas.

Con respecto al entorno:

- Hay que trabajar con nuevas generaciones en las que se está detectando determinado conservadurismo y una marcha atrás importante. No hay que marcar la diferencia desde la infancia como aún hacen muchos padres, madres y educadores/as. Para ello son necesarias las campañas de sensibilización en el entorno educativo, familiar, empresarial, etc.
- Son importantes las intervenciones de orientación profesional con perspectiva de género para los y las jóvenes de manera diferenciada.
- Hay que incidir en los orígenes del estereotipo.
- El objetivo es la transformación de la sociedad, no hay que quedarse en lo particular.

Con respecto a los referentes:

- La demostración o conocimiento de experiencias positivas lleva a la ruptura de estereotipos. Por eso hay que buscar referentes positivos.
- La comparación de resultados del pasado con el presente también es útil a la hora de desmontar estereotipos de género.

Con respecto a la investigación:

- La forma de investigar invisibiliza por eso es necesaria la innovación metodológica.
- La estrategia está en buscar fórmulas que recuerden continuamente que la diversidad enriquece, innovando en los mecanismos.
- Hay que investigar nuevas estrategias y metodologías, hacer una sistematización metodológica y apoyar aquellas acciones de investigación que planteen una ruptura.
- También es importante la formación de profesionales y que existan personas especializadas...

En definitiva, no sólo es importante diseñar un mecanismo que permita la ruptura de estereotipos, sino que será necesario que estos mecanismos tengan una aplicación práctica. Sería interesante constituir un Foro Estable de Debate sobre la eliminación de estereotipos implicando a los Organismos de Igualdad.

TALLER 4: MEDIDAS ESPECÍFICAS PARA ELIMINAR LA SEGREGACIÓN EN EL MERCADO LABORAL.

El Taller 4 sobre la aplicación de “Medidas específicas para eliminar la segregación en el mercado laboral”, comenzó con la ponencia de Ana González, Jefa de Servicio del Instituto Asturiano de la Mujer, en la que expuso las distintas actuaciones de este Organismo de Igualdad. Tras una presentación de la situación del empleo en Asturias, mencionó los 2 grandes Planes desarrollados por el Instituto Asturiano de la Mujer: IV Plan de Acción Positiva para las Mujeres del Principado de Asturias (2001-2005) y el Plan para la Erradicación de la Violencia.

Enumeró las principales propuestas del Instituto y sus Programas de Intervención sobre Mujeres empresarias, Diversificación, Empleo de los colectivos con mayores dificultades e Inserción de mujeres en oficios en las que están subrepresentadas, que se concretan en 2 proyectos EQUAL (“La Igualdad crea Empleo” y “Promociona”, en Acciones complementarias y en el Programa PIMMA).

La segunda ponente fue Pilar Irigoyen, Directora de un Área del CEIN, un Centro de Empresas de Navarra cuyos objetivos son el fomento de la presencia femenina en profesiones en la que es escasa, especialmente en sectores técnicos, así como la promoción de actitudes igualitarias en agentes clave: empresariado, familia, responsables educativos etc. Habló de la existencia de un “miedo escénico” a la reconversión de las mujeres hacia los sectores técnicos.

En el taller 4 comenzó aplicándose la metodología común acordada para todos los talleres del Seminario, por la cual, en teoría, se determinarían los aspectos clave para erradicar la segregación ocupacional, se pasaría posteriormente a detectar las barreras u obstáculos encontrados y sus posibles soluciones y, finalmente, se procedería a ofrecer una serie de recomendaciones.

Tras un comienzo en el que se siguió este esquema común, el taller dio un giro copernicano con una intervención de Mercedes Reyna en la que expuso que las barreras están perfectamente identificadas desde hace mucho años, tanto en el ámbito de la coeducación como en el de la formación y el empleo, considerando este debate estéril ya que todos los obstáculos partían de una enorme barrera: la socialización diferencial. Vivimos en un modelo social androcéntrico en el que los roles de género están tan sumamente interiorizados que cualquier acción positiva en materia de género no deja de ser un remedio local o un parche, perviviendo las situaciones discriminatorias “per secula seculorum”, en tanto en cuanto no quede superado este modelo social.

Existiría, por tanto, una sola gran barrera de la que todos los demás obstáculos colgarían en cascada.

También surgieron una serie de temas interesantes, a destacar aquellos que fueron críticos hacia las propias entidades que los planteaban. Así, en este ejercicio de autocrítica, se constató que el enfoque integrado de género no se aplica en la mayor parte de las entidades, como ocurre con la Administración, que debiera emplear en su seno las medidas de igualdad que exige a terceros o en el caso de los agentes sociales, cuya sensibilización en igualdad de oportunidades es claramente mejorable. En ocasiones, ni siquiera es aplicado correctamente por entidades especializadas en IO.

Otras cuestiones recurrentes fueron las de que la IO debe planificarse, siendo fundamental la existencia de Planes de Igualdad en las organizaciones, o que el acceso al empleo no debe defenderse a cualquier precio, sino que este debe tener unas garantías mínimas de calidad. También quedó constancia de la doble discriminación que sufren determinados colectivos, por la suma de la pertenencia a un grupo desfavorecido y de la condición de mujer (ej. Mujeres gitanas o mujeres con discapacidad).

Asimismo se dijo que, a la hora de trabajar la inserción, no se puede acudir a las empresas enarbolando de entrada la bandera de la IO ya que el empresariado tiende a adoptar una actitud defensiva. Hay que convencer tanto al empresariado como a los trabajadores de los beneficios de la diversidad y de las ventajas que supone la contratación de mujeres. Se matiza que este discurso del coste-beneficio, en ocasiones, no es suficiente porque, aunque el empresariado perciba sus ventajas, la losa de la visión androcéntrica sigue teniendo demasiado peso. Debe adoptarse una postura práctica, hablando el mismo lenguaje del empresariado, aunque la finalidad última de la IO sea la obtención y el disfrute pleno de derechos.

Parecía, por tanto, evidente que el segundo día del taller debía dedicarse a detectar aquellas medidas específicas que combatan esta visión androcéntrica y que ayuden a erradicar la socialización diferencial y sus consecuencias. Se apuntó hacia la sensibilización generalizada en IO como la clave para luchar contra este tema. Este debe ser abordado en el ámbito doméstico, educativo y en los medios de comunicación de masas, donde hay una enorme carga sexista.

Trabajar en género es hacerlo a la vez para hombres y mujeres, por lo que es importante marcar nuevos referentes en cuanto a "feminidad" y "masculinidad".

En este sentido se han lanzado una serie de recomendaciones para evitar la segregación del mercado laboral, con el fin último de contribuir a eliminar la socialización diferencial:

Debe recogerse la exigencia de realización de diagnósticos previos de la situación de las mujeres y la aplicación del enfoque de género en todos los proyectos de formación y empleo.

Debería desaparecer el concepto de "neutro": se puede ser más o menos positivo, pero nunca "neutro" ya que, con esta calificación, se evita relacionar las políticas con la realidad de las mujeres.

Debe combatirse la falsa información que se produce en el mundo empresarial, por ejemplo, el argumento de que las mujeres son caras para el empresariado cuando, en realidad, no le suponen coste alguno. Hay menos absentismo laboral, menos bajas y mayor productividad en las empresas de mujeres. Por otro lado, una economía que obvia la realidad de la mitad de la población está, evidentemente, mal gestionada.

Promoción de la cultura "ético empresarial" femenina y apoyo a las mujeres emprendedoras, con formación específica.

Introducción de medidas correctoras en las ayudas a la contratación por cuenta ajena.

Discriminación positiva en la selección. Sistema de cuotas preferenciales para mujeres, de las que se comenta su buen funcionamiento en los casos de cuotas de acceso a la formación, mientras que las cuotas de inserción son más complejas en su aplicación. Esta acción debe ir acompañada de sensibilización al empresariado y a los agentes sociales.

Abordar la orientación profesional no sexista desde el sistema educativo. Materiales adaptados desde una perspectiva de género, utilización de referentes femeninos en profesiones y sectores en las que las mujeres se encuentran subrepresentadas...

Necesidad de un lenguaje común para designar con las mismas palabras los mismos conceptos.

Presencia de personal especializado en materia de género en todos los ámbitos. Formación adecuada de este personal.

Coeducación debe estar presente en todos los terrenos y no sólo en la educación. Deberían integrarse módulos de género en determinados ámbitos (ej. Para los integradores profesionales, en las universidades y en los puestos directivos).

Supresión de las barreras que suponen las cargas familiares pidiendo a decisores/as políticos que se implanten infraestructuras de apoyo a personas dependientes y flexibilidad de horarios.

Valorización de "lo femenino" y "la feminidad" en dos aspectos: cuidando la vida privada y mejorando la calidad de vida, y visibilizando las cualidades que tienen las mujeres por socialización de género (empatía, comunicación, capacidad de negociación, diplomacia...).

Se habla de que el propio discurso de la conciliación es reduccionista, ya que no se trata sólo de conciliar la vida profesional y familiar, sino que hay que incluir la vida personal. Deben prevalecer los derechos individuales, como ciudadanos y ciudadanas.

Elaboración de un diagnóstico específico para cada situación. Debe trabajarse de manera distinta con cada entidad, ya que los estereotipos están más marcados en unos sitios que en otros.

Participación en los distintos foros sobre IO de personas con responsabilidad en distintos ámbitos (empleo, educación etc.), además de organismos de igualdad.

Por último, se constata la necesidad de aplicar la perspectiva de género de manera integral, a todos los niveles así como una falta de voluntad política clara de combatir seria y transversalmente las desigualdades y discriminaciones por motivos de género.

TALLER 5: MODELOS DE TRANSFERIBILIDAD A LAS POLÍTICAS GENERALES.

El objetivo del taller sobre “Modelos de Transferibilidad a las Políticas Generales” era compartir y debatir experiencias prácticas de implementación del mainstreaming de género en diferentes contextos y niveles de actuación, para encontrar en el seno del grupo elementos claves de aplicación, barreras o dificultades, soluciones propuestas y recomendaciones.

La apertura del taller corrió a cargo de Magdalena Márquez Martín, Directora de Área del Instituto Andaluz de la Mujer y de Alicia Gil Gómez, de la Universitat Jaume I que trabaja en el proyecto EQUAL Mass Mediación (AD 296). Magdalena Márquez Martín presentó la Unidad de Género creada desde el Instituto como estructura estable para iniciar y consolidar el proceso de Mainstreaming de Género en Andalucía. Por su parte, Alicia Gil Gómez presentó las agencias de mediación social cuya función es complementar la función de los organismos de igualdad llegando a pequeños municipios.

Del debate generado en el taller, se identificaron los siguientes elementos clave en la integración del mainstreaming de género:

La integración del mainstreaming de género en todas las políticas es un proceso que debe ser vertebrado desde los organismos de igualdad.

Se hace necesaria una clara diferenciación del papel de las distintas entidades y agentes implicados, públicos y privados, en el proceso de implantación del mainstreaming de género, lo que requiere una redefinición de papeles.

Este proceso de reorganización y redefinición debe estar vertebrado desde los organismos de igualdad, especializados y con el conocimiento y los datos para impulsar y asesorar la aplicación del mainstreaming de género. Para esto es necesario que estos organismos tengan legitimación y capacitación técnica.

Es fundamental la voluntad y compromiso político para llevar a cabo una:

Planificación estratégica que requiere la:

Capacitación técnica de las personas que lleven a cabo la implementación del mainstreaming de género.

La dotación de recursos humanos y económicos que faciliten la estabilidad en las estructuras y equipos creados para llevar a cabo una estrategia de medio y largo plazo. Es, por tanto, imprescindible la continuidad.

Es fundamental una colaboración y coordinación interinstitucional e intrainstitucional, tanto en el ámbito político como técnico.

El papel de la sociedad civil para influenciar en la agenda política es también importante. Es necesario informar/formar a la ciudadanía sobre la necesidad de actuaciones transversales en materia de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres. Esto supone planificar actuaciones de intervención sobre la ciudadanía, sobre el tejido asociativo, para que exijan y presionen a sus políticos y políticas sobre la agenda política para que incorporen en sus programas estrategias de mainstreaming de género para la consecución de la igualdad real entre hombres y mujeres.

También se identificaron las siguientes barreras o dificultades para la aplicación de la estrategia de mainstreaming de género:

La falta o pérdida de referentes teóricos, de marcos conceptuales que sostengan una estrategia de mainstreaming de género. En ocasiones se están realizando multitud de actividades que no responden a una estrategia clara de igualdad y no están sustentadas por un marco conceptual de mainstreaming.

La falta de información, en general, sobre lo que significa la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres, y en concreto, desconocimiento del concepto de mainstreaming de género y su relación de complementariedad, no de reemplazo, con las políticas específicas de igualdad.

Confusión entre las dos estrategias, políticas específicas de igualdad y mainstreaming de género.

Existe el peligro de hablar sobre mainstreaming de género porque está de moda, pero sin llevarlo a la práctica; una "supuesta" voluntad política que no se traduce en un compromiso real. Un ejemplo es la planificación de actuaciones y medidas políticas que después no se presupuestan. En otras ocasiones, no se llega a planificar actuaciones.

Falta de diferenciación del papel de los organismos de igualdad en la planificación y desarrollo de medidas específicas de igualdad, de su papel en el impulso, apoyo y asesoramiento en la implantación de una estrategia de mainstreaming de género.

Se necesitan estructuras o unidades específicas para la implantación del mainstreaming de género, con una ubicación propia y una dotación de recursos humanos y económicos propios.

Falta de estabilidad en la dotación de recursos humanos y económicos. El mainstreaming de género es una estrategia a medio/largo plazo que precisa continuidad en sus estructuras y recursos.

Ausencia de una dotación económica, fuera de los organismos de igualdad, para desarrollar estrategias de mainstreaming de género. La dotación de presupuestos debe diferenciar también la asignación a políticas específicas de igualdad y la asignación presupuestaria para la aplicación de una estrategia de mainstreaming de género.

Respecto a las sugerencias o propuestas sobre estrategias o mecanismos para el desarrollo y aplicación del mainstreaming de género cabe destacar las siguientes:

Desde el ámbito público se propone el avance hacia la creación de estructuras estables (como las Unidades de Género) gestionadas por los organismos de igualdad, para el impulso y asesoramiento, seguimiento y evaluación de la implantación del mainstreaming de género en todas las políticas y programas de actuación.

La puesta en marcha de instrumentos o mecanismos de mediación que detecten las necesidades reales sobre el terreno y las hagan llegar hacia los organismos y personas con capacidad de decisión, y que influyan así en la agenda política. Por ejemplo, las Agencias de Mediación, que surgen de la iniciativa social en un contexto local muy concreto, donde no llegan las políticas de igualdad.

Se proponen las siguientes estrategias:

Trabajar la transversalidad desde arriba, informando, asesorando y especialmente formando a personas con distintos niveles de capacidad de decisión y con responsabilidades técnicas.

Mediante un enfoque abajo-arriba: a través del trabajo con asociaciones y colectivos de mujeres, detectando las necesidades reales y facilitando la interlocución de estos grupos con los niveles de decisión.

A través de un enfoque participativo: facilitando el encuentro y la interrelación entre decisores/as políticos/as, partidos políticos, sindicatos, plataformas de participación de la sociedad civil, con el objetivo de dar respuestas consensuadas a las necesidades previamente detectadas.

Estrategia complementaria: participando en la generación de opinión, para lo que se hace imprescindible "captar" y sensibilizar a los medios de comunicación por su capacidad de difusión y de influencia sobre el entorno político, contribuyendo así a la transferibilidad.

Es necesario, como estrategia básica que aporte legitimidad formal al proceso de implantación del mainstreaming de género, impulsar la creación de un cuerpo legislativo que obligue y sancione en aspectos relacionados con la aplicación del mainstreaming de género.

Por último, del taller se recogen las siguientes recomendaciones para la aplicación del mainstreaming de género:

La implementación del mainstreaming de género tiene que partir del contexto en el que se quiere llevar a cabo. Existe gran diferencia, por ejemplo, entre el ámbito rural y el urbano, entre grandes y pequeñas ciudades, etc... No todas las soluciones sirven por igual para todos los contextos. No existen recetas mágicas ni soluciones únicas.

Fomentar la colaboración y la coordinación interinstitucional e intrainstitucional (entre departamentos).

Recordar que el mainstreaming de género es una estrategia a medio/largo plazo que tiene que producir cambios en las organizaciones, lo cual lleva tiempo. No se trata de medidas específicas de igualdad cuyos resultados pueden ser más inmediatos. Es conveniente recordar que es algo en proceso, que se está empezando y necesita un tiempo antes de empezar a ver resultados.

Es importante capitalizar y aprender sobre experiencias previas. Esto implica una labor de recopilación, elaboración de protocolos de actuación y una amplia difusión de materiales y herramientas, de manera que se aprovechen esas experiencias para no partir siempre de cero.

En este sentido es importante fomentar la constitución de redes y foros de intercambio de experiencias, metodologías, protocolos de actuación, herramientas..., y exigir formación y reciclaje en materia de género e igualdad.

Recalcar que se trata de un proceso que necesita de una continua reflexión y análisis y de un seguimiento y una evaluación permanentes del impacto de las actuaciones que se van poniendo en marcha, así como del propio proceso.