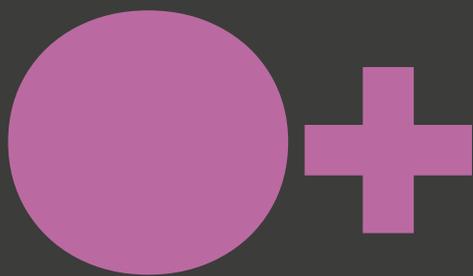


CO MER CIO JUST



ORIENTACIONES PARA INCORPORAR LA PERSPECTIVA DE GÉNERO

Setem

Edición 2018.

Edición: **SETEM Hego Haizea.**

Diseño y maquetación: **LaBox Marketing y Comunicación.**

Este trabajo se encuentra bajo la licencia **Creative Commons:**



CC BY-NC-SA (Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual)

Esta licencia permite a otros entremezclar, ajustar y construir a partir de su obra con fines no comerciales, siempre y cuando le reconozcan la autoría y sus nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

Patrocinan:



INTRO DUCCIÓN

El documento que tienes entre manos es el resultado de un proceso de trabajo para introducir la perspectiva de género en el Comercio Justo, que tuvo lugar desde marzo hasta septiembre de 2017. En él participaron representantes de las siguientes organizaciones: SETEM, Equipare, Medicus Mundi y Kidenda (en seis sesiones presenciales), y Maqita, Grupo Social FEPP y K'inál Antsetik, (a través de un curso online). En este proceso se generaron numerosos materiales, reflexiones y herramientas de los que este documento es un resumen.

El documento consta de los siguientes apartados:

- + Una propuesta de **indicadores para evaluar si se incorpora la perspectiva de género en el Comercio Justo**. Los indicadores están divididos en cuatro apartados, que abarcan diferentes ámbitos de trabajo del Comercio Justo: lenguaje e imagen, organización interna, agenda feminista y metodología y didáctica. Estos indicadores nos permitirán evaluar en qué medida estamos incorporando de manera transversal la perspectiva de género, y nos dan pistas sobre qué elementos tener en cuenta para hacerlo.
- + Un **análisis de las desigualdades de género en el Comercio Justo**. Este análisis parte de desglosar las diferentes fases que recorren diversos productos de Comercio Justo, desde su producción a su comercialización, y qué desigualdades o alertas desde el punto de vista de género podemos detectar en cada una de ellas. A partir de ahí, señalamos una serie de factores que van acompañados de sus causas, consecuencias y propuestas para abordarlos.
- + Unas **fichas que nos ayudan a introducir la perspectiva de género** en los diferentes ámbitos de trabajo del Comercio Justo: contenidos, formación, trabajo con otras organizaciones y cultura organizacional. Estas fichas se conciben como una herramienta de trabajo que contiene preguntas que animan a la reflexión y ayudan a detectar si se está incorporando la perspectiva de género, junto con una serie de anotaciones que explican el porqué de esas preguntas.
- + Un **decálogo con diez principios básicos para tener en cuenta la perspectiva de género en Comercio Justo**, que resume los mensajes clave y el horizonte hacia el que se debería tender para incorporar la perspectiva feminista en nuestros análisis.

En definitiva, este texto recopila y ordena una metodología para la incorporación de la mirada feminista en el quehacer del Comercio Justo. Es importante señalar que se trata de una propuesta realizada desde la humildad y el conocimiento situado de las personas que han participado en el proceso. Se trata de un documento abierto a comentarios y sugerencias, que se concibe como el inicio de una reflexión que permitirá profundizar sobre estas cuestiones y abrir nuevos debates.

01

INDI CADO RES

PARA EVALUAR SI SE IN-
CORPORA LA PERSPEC-
TIVA DE GÉNERO EN EL
COMERCIO JUSTO

NOTA: Se recomienda tener en cuenta no solo los valores numéricos sino también la progresividad. Es decir, se trataría por ejemplo no solo de medir el número de imágenes que cumplen con criterios determinados, sino de cuántas más imágenes ajustadas a criterio se han utilizado entre una primera medición y otra (expresado numéricamente o en términos de porcentaje). De esta manera se visibiliza la evolución hacia la incorporación de la perspectiva de género.

LENGUAJE E IMAGEN

QUÉ

Imágenes que visibilicen a mujeres productoras trabajando, reivindicando, participando, aportando a su institución.

CÓMO

Mostrar a las mujeres en diferentes ámbitos, más allá del trabajo.

Reconocer el aporte de las mujeres en el quehacer institucional.

Evitar imágenes exóticas o que victimicen a las mujeres.

Punto de vista de la cámara: las personas tienen que estar a la altura de los ojos, no por debajo (plano picado).

Representar la diversidad de: edades, cuerpos, etnias, situaciones (trabajo, asambleas, manifestaciones...).

Representar mujeres realizando diversidad de tareas laborales: no solo cultivo o producción, sino también trabajos cualificados.

INDICADOR

Nº de imágenes que visibilicen a mujeres productoras que den cuenta de la diversidad, de las aportaciones de las mujeres y no reproduzcan estereotipos de género.

QUÉ

Imágenes que relacionen situaciones de desigualdad de género tanto en el norte como en el sur.

CÓMO

Mostrar situaciones de desigualdad compartidas, como la división sexual del trabajo o la falta de reparto del trabajo de cuidados.

INDICADOR

Nº de imágenes que visibilicen situaciones de desigualdad de género tanto en el norte como en el sur.

QUÉ

Imágenes del Comercio Justo que vayan más allá del aspecto productivo.

CÓMO

Mostrar situaciones o tareas que también son fundamentales para poder llevar a cabo el Comercio Justo: tareas reproductivas y de cuidados.

Mostrar a hombres y no solo mujeres realizando estas tareas.

Mostrar a mujeres lideresas.

INDICADOR

Nº de imágenes del Comercio Justo que vayan más allá del aspecto productivo.

Nº de imágenes de mujeres lideresas

QUÉ

Imágenes que visibilicen a hombres en situaciones que vayan más allá del rol productivo.

CÓMO

Representar la diversidad de: edades, cuerpos, etnias, situaciones (trabajo, asambleas, manifestaciones...).

INDICADOR

Nº de imágenes que muestren a hombres en roles de cuidados.

LENGUAJE E IMAGEN

QUÉ

Imágenes que visibilicen identidades no normativas (homosexuales, queer, trans, andróginas, mujeres masculinas / hombres femeninos,...).

CÓMO

Representar la diversidad de: edades, cuerpos, etnias, situaciones (trabajo, asambleas, manifestaciones...) de las personas que participan en el Comercio Justo.

INDICADOR

Nº de imágenes y testimonios que representen a personas de identidades no normativas.

QUÉ

Imágenes que visibilicen la prima social del Comercio Justo, especialmente aquellas que se destinen a las demandas de las mujeres.

CÓMO

Hacerlo tratando de no reproducir la división sexual del trabajo (hombres: trabajo productivo / mujeres: trabajo de cuidados).

INDICADOR

Nº de imágenes que visibilicen la prima social que den cuenta de la diversidad y no reproduzcan estereotipos de género.

QUÉ

Romper con el lenguaje oficial, aburrido.

CÓMO

Formatos creativos.
Uso del humor, de la emoción, del juego.

INDICADOR

Nº de imágenes y documentos que rompen con el lenguaje oficial.

QUÉ

Lenguaje inclusivo.

CÓMO

Incluir en el léxico de la institución el género masculino y femenino para referirse a niñas, niños, adolescentes, jóvenes, adultos.

Utilizar un lenguaje en las comunidades que incluya a niñas y mujeres.

Utilizarlo evitando que resulte farragoso, buscando fórmulas sencillas.

Usar genéricos no marcados.

Evitar el uso de arrobas y 'x' salvo en redes sociales.

Hablar en femenino en las reuniones.

INDICADOR

Uso / no uso de lenguaje inclusivo.

Uso / no uso de genéricos no marcados.

Existencia o no de un libro de estilo de lenguaje inclusivo.

QUÉ

Uso de un lenguaje positivo y propositivo.

CÓMO

Huir de la negación, mostrar lo que se propone desde el Comercio Justo.

INDICADOR

Uso / no uso de un lenguaje positivo y propositivo.

LENGUAJE E IMAGEN

QUÉ

Lenguaje que interiorice en hombres y mujeres distribución de roles.

CÓMO

Utilización de imágenes para sensibilizar a todo tipo de personas.

INDICADOR

Uso de lenguaje para la distribución de tareas de acuerdo a los roles.

QUÉ

Dar voz a las protagonistas.

CÓMO

No hablar en nombre de las mujeres.

Aprender de la realidad de las mujeres.

Descentralizar el conocimiento (no todo proviene de Occidente).

INDICADOR

Nº de testimonios, historias de vida o relatos en primera persona que visibilicen la diversidad y no reproduzcan estereotipos de género.

Nº de voces expertas provenientes de países empobrecidos.

Nº de procesos, protocolos, etc., contruidos y contrastados conjuntamente o en colaboración con organizaciones y personas de países empobrecidos.

QUÉ

Encarnar datos y estadísticas.

CÓMO

Tener en cuenta la interseccionalidad: cómo variables como la clase, la etnia, la procedencia, etc., se cruzan con el género.

Usar historias de vida, hablar en primera persona.

INDICADOR

Nº de testimonios, historias de vida o relatos en primera persona que visibilicen la diversidad y no reproduzcan estereotipos de género.

QUÉ

Terminología que vaya más allá de la dicotomía países del Norte / países del Sur.

CÓMO

Pensar un léxico que vaya más allá de los países y piense más bien en regiones.

No colocar a Occidente en el centro.

INDICADOR

Existencia o no de un libro de estilo que defina el uso de este tipo de terminología.

LENGUAJE E IMAGEN

QUÉ

Datos y estadísticas que den cuenta de los impactos diferenciados por sexo.

CÓMO

Utilizar y proporcionar datos desagregados por sexo.

INDICADOR

Uso / no uso de datos y estadísticas desagregados por sexo.

QUÉ

Visibilizar otras facetas del Comercio Justo, como la labor de incidencia política, políticas públicas, análisis económicos.

CÓMO

Utilización de datos y estadísticas.

Visibilizar ponencias y charlas.

Visibilizar a las trabajadoras de las organizaciones.

INDICADOR

Nº de imágenes y documentos que visibilicen otras facetas del Comercio Justo.

ORGANIZACIÓN INTERNA¹

QUÉ

Existencia de medidas para favorecer el cuidado, que tengan en cuenta: horarios, trabajo desde el domicilio particular, viajes, reparto de cargas de trabajo.

CÓMO

Flexibilidad de horarios.

Jornada semanal inferior a 40 horas.

Horas extra: llevar una contabilidad de las mismas y poner en marcha mecanismos para recuperarlas.

Replantear el horario de la entidad (ej.: horarios comerciales hacen difícil la conciliación).

Elaborar turnos para que el personal se turne los horarios de tarde.

Elaborar un listado de tareas básicas para el mantenimiento de la entidad y repartirlas.

Elaborar un listado de tareas por cada puesto de trabajo.

Compartir el conocimiento para que determinadas tareas no dependan de una sola persona.

Establecer mecanismos para regular de forma equitativa el trabajo desde el domicilio particular, así como la presencia en la oficina.

Establecer mecanismos para repartir "marrones" o picos de trabajo de forma equitativa, teniendo en cuenta las diferentes situaciones de cada persona.

Elaborar un manual de gestión de imprevistos con criterios consensuados de reparto de trabajo.

Establecer espacios para hacer puestas en común sobre cómo está yendo el funcionamiento interno de la entidad y cómo se está viviendo por parte del personal.

INDICADOR

Existencia o no de un documento de regulación laboral con una política salarial clara y pública, en el que se definan claramente los horarios, los turnos, el teletrabajo, etc.

Existencia o no de un documento de personal con procedimientos de reparto de trabajo, prevención de conflictos, etc.

Nº de reuniones periódicas de equipo.

QUÉ

Existencia de un organigrama claro y definido.

CÓMO

Definir quién hace qué.

Definir cómo se toman las decisiones, quién las toma y sobre qué se decide.

INDICADOR

Existencia o no de un organigrama detallado.

QUÉ

Evitar la división sexual del trabajo en el voluntariado.

CÓMO

Formación al voluntariado en diversas habilidades (contabilidad, informática, portavocía, empoderamiento...).

Fomentar el debate feminista.

Análisis estadísticos y encuestas sobre voluntariado, desagregados por sexo.

Explicitar qué responsabilidades y compromisos supone ser voluntaria o socia, teniendo en cuenta los diferentes niveles de participación.

INDICADOR

Existencia o no de un plan de acogida y acompañamiento del voluntariado con perspectiva de género.

Nº de talleres de formación del voluntariado.

Nº de datos, encuestas, etc., sobre voluntariado.

¹ Estas propuestas se hacen desde y para un contexto cultural y laboral determinado. A la hora de ponerlas en marcha se deberá tener en cuenta el contexto particular, y aplicar en cada caso las medidas que se ajusten al mismo.

ORGANIZACIÓN INTERNA

QUÉ

Existencia de paridad en la Junta Directiva.

CÓMO

Establecer cuotas para garantizar la presencia de mujeres.

Implementar medidas que favorezcan su participación.

INDICADOR

Nº de mujeres en la Junta Directiva.

QUÉ

Paridad en los órganos de dirección.

CÓMO

Elaborar perfiles para cada puesto que no sean excluyentes y den cabida a la diversidad de edad, origen, capacidad y formación.

Elaborar perfiles para cada puesto que expliciten y definan horarios, reuniones, carga de trabajo, listado de requisitos, etc.

Establecer mecanismos de mentorazgo que favorezcan el desarrollo de liderazgos femeninos.

Establecer cuotas para garantizar la presencia de mujeres.

Fijar reuniones en horario de oficina y no de tarde.

INDICADOR

Nº de mujeres en órganos directivos.

Existencia o no de cuotas en la organización.

Existencia o no de un manual para la selección de personal y promoción interna.

Existencia o no de un listado de tareas productivas y reproductivas para cada perfil.

Existencia o no de límites a los horarios de reuniones.

QUÉ

Existencia de medidas para favorecer la participación.

CÓMO

Fijar reuniones en horario de oficina y no por las tardes.

Existencia (y uso) de espacios formales para la toma de decisiones, en los que se puedan abordar los conflictos.

INDICADOR

Existencia o no de límites a los horarios de reuniones.

Existencia o no de espacios formales para la toma de decisiones.

Existencia o no de mecanismos de recogida y transmisión de información.

Nº de reuniones periódicas de equipo.

QUÉ

Listado de tareas reproductivas.

CÓMO

Hacer un reparto y rotación de estas tareas.

INDICADOR

Existencia o no de un listado de tareas reproductivas.

ORGANIZACIÓN INTERNA

QUÉ

Realizar una distribución del espacio equitativa.

CÓMO

Realizar un análisis del espacio de trabajo.

Establecer mecanismos para realizar una distribución justa del espacio, teniendo en cuenta diferentes necesidades.

INDICADOR

Existencia o no de un análisis del espacio de trabajo.

Existencia o no de mecanismos para mejorar la distribución del espacio de trabajo.

QUÉ

Existencia de una política salarial clara y pública.

CÓMO

Definir claramente la política laboral, y difundirla entre todas las personas trabajadoras.

INDICADOR

Existencia o no de un documento de regulación laboral con una política salarial clara y pública., en el que se definan claramente los horarios, los turnos, el teletrabajo, etc.

QUÉ

Existencia de mecanismos de resolución de conflictos.

CÓMO

Existencia (y uso) de espacios formales para la toma de decisiones, en los que se puedan abordar los conflictos.

Establecer espacios para hacer puestas en común sobre cómo está yendo el funcionamiento interno de la entidad y cómo lo está viviendo el personal.

INDICADOR

Existencia o no de un documento de personal con procedimientos de reparto de trabajo, prevención de conflictos, etc.

AGENDA FEMINISTA

QUÉ

Incorporar las agendas feministas en la agenda propia del Comercio Justo.

CÓMO

Incluir hitos y eventos (ej. sumarse al 8 de marzo, 25N...).

Realizar debates feministas: sobre el conflicto entre capital y vida, sobre consumo, sobre violencia...

INDICADOR

Nº de convocatorias a las que nos sumamos.

Nº de debates feministas organizados.

QUÉ

Incluir formas de evaluar que se cumple el criterio de equidad en Comercio Justo.

CÓMO

Realizar incidencia política.

Elaborar propuestas de indicadores.

INDICADOR

Existencia o no de indicadores de género.

Nº de indicadores existentes.

QUÉ

Reflejar los impactos (del comercio, de la economía...) diferenciados por sexo.

CÓMO

Desagregar y recopilar datos en diferentes ámbitos (consumo, producción, voluntariado...).

INDICADOR

Existencia o no de herramientas estadísticas.

Existencia o no de estudios e informes.

QUÉ

Romper la lógica productivista.

CÓMO

Dar valor a cosas como: procesos con el voluntariado, sensibilización, generación de movimiento social, participación en redes.

Visibilizar otras formas de economía (ej.: trueque).

Contabilizar la aportación del trabajo voluntario para visibilizar su importancia (teniendo en cuenta que el voluntariado no debe sustituir el trabajo asalariado).

Hacer un balance del bien común, auditorías sociales, etc.

INDICADOR

Existencia o no de un balance alternativo.

Existencia o no de datos que contabilicen la aportación del voluntariado y de otros agentes (ej.: trabajadoras).

Nº de materiales que visibilicen procesos no productivos y otras formas de economía.

QUÉ

Incluir formas de evaluar la división sexual del trabajo.

CÓMO

Visibilizar este tema y ponerlo sobre la mesa.

Realizar formación y sensibilización.

INDICADOR

Existencia o no de debates sobre la división sexual del trabajo.

Existencia o no de acciones formativas.

AGENDA FEMINISTA

QUÉ

Tener en cuenta los cuidados.

CÓMO

Incluir los cuidados en los planes estratégicos.

Explicitar nuestros límites materiales y personales (asumir que no podemos con todo y cuidarnos. Decrecer).

INDICADOR

Existencia o no de un plan estratégico que incluya los cuidados.

Nº de horas extra o fuera del horario normal que se han realizado al año.

Nº de horas extra no recuperadas por persona al año.

Existencia o no de una encuesta de satisfacción de personal.

QUÉ

Incorporar la pedagogía feminista.

CÓMO

Definir en qué consiste esta pedagogía e incluir metodologías feministas.

Trabajar con la creatividad y el cuerpo.

INDICADOR

Nº de metodologías incorporadas.

Nº de acciones realizadas con metodologías feministas.

METODOLOGÍA Y DIDÁCTICA

QUÉ

Atención a la diversidad y accesibilidad.

CÓMO

¿La metodología tiene en cuenta cómo favorecer la participación de niñas y niños, hombres y mujeres? ¿Cómo?

Poner en valor y tener en cuenta los conocimientos de partida de las personas participantes.

Abrir espacios de participación donde todas las personas puedan sentirse cómodas.

Espacios amables que permitan moverse.

INDICADOR

Existencia o no de espacios de participación.

Existencia o no de dinámicas para favorecer la participación del alumnado.

QUÉ

Metodología divulgativa.

CÓMO

¿Favorece la divulgación de contenidos abstractos?
¿Son accesibles a todos los públicos?

INDICADOR

Existencia o no de diversidad de formatos didácticos.

Cuestionario de evaluación.

QUÉ

Apropiación.

Aprendizaje significativo.

Empoderamiento del grupo.

CÓMO

¿Se favorece un aprendizaje significativo? ¿Se implica y compromete a la comunidad y el entorno?

Grado de apropiación de la comunidad educativa.

Continuidad del proyecto.

Promover la autonomía y capacidad de elección del alumnado.

Partir del conocimiento del grupo (conocimiento situado).

Construcción conjunta del conocimiento.

Que formadoras puedan abrir la coparticipación a otros agentes educativos.

INDICADOR

Cuestionario de evaluación.

QUÉ

Relación educativa.

CÓMO

¿Favorece una transmisión de aprendizajes de forma intercooperativa?

¿Cómo es la mediación educativa y el papel de las personas formadoras?

Evitar en nuestra relación educativa el poder y la violencia.

Reconocer la autoridad de las mujeres.

Posición de persona formadora de compartir.

Relación multidireccional.

Crear clima y espacio de confianza para que puedan expresarse sin ser desautorizados.

INDICADOR

Cuestionario de evaluación.

METODOLOGÍA Y DIDÁCTICA

QUÉ

Creatividad y originalidad.

CÓMO

¿Cómo motiva el aprendizaje?

¿Estimula la imaginación, la reflexión y el deseo?

Ofrecer algo distinto.

Tiempos largos.

INDICADOR

Cuestionario de evaluación.

QUÉ

Utilidad.

CÓMO

¿Cómo podemos aplicarlo a nuestro día a día?

INDICADOR

Cuestionario de evaluación.

QUÉ

Interrelación de aprendizajes.

CÓMO

¿Combina contenidos emocionales, actitudinales y racionales?

Tiempos largos.

Herramientas para comunicar lo simbólico.

INDICADOR

Existencia o no de una combinación de contenidos emocionales, actitudinales y racionales.

02

ANÁ

LI

SIS

DE DESIGUALDADES DE
GÉNERO EN EL COMER-
CIO JUSTO

ALERTA: "LA PROPIEDAD DE LA TIERRA ES DE LOS HOMBRES"

CAUSAS

El cabeza de familia es el hombre.
La propiedad de la tierra es por unidad familiar (estructura familista).
Titularidad masculina de la tierra (padres, hijos).

RESPONSABLES

Tradición.
Apropiación desde la política, que ha fomentado la titularidad masculina.

CÓMO AFECTA

Las mujeres tienen menos recursos y menos acceso a crédito.
Las mujeres tienen menos capacidad de decisión y menor capacidad para participar en las cooperativas.
Dependencia e inseguridad.

SOLUCIONES

Incidencia política para provocar cambios legislativos, como una reforma agraria.
Sensibilización en las comunidades.
Fomento de otros modelos de propiedad de la tierra.

ALERTA: "DIVISIÓN SEXUAL DEL TRABAJO: LAS MUJERES SON RESPONSABLES EN EXCLUSIVA DEL TRABAJO REPRODUCTIVO"

CAUSAS

Roles de género.
No se valora ni se reparte el trabajo reproductivo.

CÓMO AFECTA

Doble jornada para las mujeres, sobrecarga que afecta a su salud.
No se reconoce el trabajo productivo de las mujeres.
Las mujeres participan menos en la comunidad y en la cooperativa.
Normalización de este reparto de tareas, que se ve como algo 'natural'.

SOLUCIONES

Sensibilización en las comunidades.
Empoderamiento y toma de conciencia de las mujeres.
Desarrollo de proyectos específicos sobre estas cuestiones, que también trabajen con hombres.
Monetizar el trabajo reproductivo para cuantificar su aportación.
Colectivizar y repartir el trabajo reproductivo.

ALERTA: "EXISTENCIA DE PREJUICIOS SOBRE LAS CAPACIDADES DE LAS MUJERES"

CAUSAS

Concepto equivocado que descalifica y limita el trabajo de las mujeres, discriminando su real capacidad física y se desvaloriza castigando en el pago jornal.

RESPONSABLES

Prejuicios y estereotipos arraigados en la sociedad.

CÓMO AFECTA

Las mujeres no pueden participar en la realización de determinadas tareas, se limita su participación en la producción y en la toma de decisiones sobre el proceso.

Las mujeres reciben menos ingresos.

SOLUCIONES

Sensibilización sobre prejuicios sociales.

Promoción del trabajo de las mujeres.

Medidas para facilitar la participación de las mujeres (mejorar el transporte, maquinaria, etc.).

Capacitación de las mujeres.

ALERTA: "MUJERES NO PARTICIPAN EN LAS DECISIONES SOBRE EN QUÉ SE GASTAN LOS INGRESOS"

CAUSAS

Las mujeres no llegan a los espacios de participación.

Cuando consiguen llegar, su voz no es tenida en cuenta por igual.

CÓMO AFECTA

Las necesidades de las mujeres no son tenidas en cuenta.

Las mujeres no tienen autonomía, baja autoestima.

Vulnerabilidad de las mujeres.

SOLUCIONES

Fomento de espacios propios de mujeres para su empoderamiento.

Desarrollo de cooperativas de mujeres.

La certificación debe contar con indicadores de género para hacer seguimiento y evaluar. Posible indicador: número de socias en una cooperativa.

ALERTA: "LAS MUJERES APENAS ACCEDEN A PUESTOS DE GESTIÓN CUALIFICADOS"

CAUSAS

Falta de acceso a la educación en igualdad y al conocimiento técnico.
Roles de género en acceso a formación profesional y liderazgos.
Violencia sexual y falta de seguridad.

RESPONSABLES

Instituciones y gobiernos que no garantizan el derecho a la educación a las mujeres.
Roles de género tradicionales, que fomentan que las mujeres se queden en casa.

CÓMO AFECTA

Techo de cristal.
Mujeres perciben salarios más bajos, tienen menos recursos y oportunidades.
Vulnerabilidad de las mujeres.
Falta de equidad en las empresas y organizaciones.

SOLUCIONES

Creación de escuelas con la prima de Comercio Justo.
Capacitación profesional sin sesgos de género.
Fomento de liderazgos femeninos.
Cuotas o acción positiva.
Sensibilización en entidades para favorecer una mayor participación de las mujeres.
Políticas públicas que favorezcan la participación de las mujeres en las empresas.
Capacitación específica para mujeres.

ALERTA: "BRECHA SALARIAL: LAS MUJERES COBRAN MENOS QUE LOS HOMBRES"

CAUSAS

Prejuicios sociales desvalorizan el trabajo de las mujeres e impiden su participación en tareas mejor remuneradas.
División sexual del trabajo.
Desconocimiento de los derechos.

RESPONSABLES

Entidades que no garantizan un pago igualitario.

CÓMO AFECTA

Las mujeres perciben menos ingresos.
Falta de equidad en las empresas y organizaciones.
Se normaliza la discriminación.

SOLUCIONES

Sensibilización en entidades para que realicen un pago equitativo.
Políticas públicas que garanticen la igualdad salarial.
Sensibilización sobre derechos laborales entre trabajadoras y trabajadores.

ALERTA: "EL ESPACIO DOMÉSTICO Y EL CONSUMO SIGUEN SIENDO, EN SU MAYORÍA, RESPONSABILIDAD DE LAS MUJERES"

CAUSAS

División sexual del trabajo.
Consumos de género.

RESPONSABLES

Los hombres no asumen estas tareas, a veces a las mujeres les cuesta soltar.
La comercialización y la publicidad de los productos reproduce modelos sexistas.

CÓMO AFECTA

Las mujeres acaban siendo las responsables de la gestión doméstica.
Mujeres sufren estrés y cansancio, además de sensación de culpa por no poder hacer una compra más justa o sostenible.

SOLUCIONES

Sensibilización para consumidoras/es y para entidades.

ALERTA: "LA ARTESANÍA ES UNA ACTIVIDAD SECUNDARIA PARA LAS MUJERES, NO SU FUENTE PRINCIPAL DE INGRESOS"

CAUSAS

Pueden dedicar sólo una parte de su tiempo.
La artesanía es una actividad que está siendo arrinconada por la producción industrial.

CÓMO AFECTA

PROS:

Las mujeres obtienen reconocimiento de la comunidad y la familia porque aportan ingresos.
Las mujeres disponen de ingresos propios, que les dan autonomía para hacer sus gastos, para salir de casa, etc.
La artesanía es una actividad que no requiere disponer de grandes medios de producción y se puede hacer en el hogar.

CONTRAS:

Se trata de una actividad que no proporciona independencia económica 100%.
No permite ir más allá, salir de la "zona de confort".
Al hacerse en el hogar puede incrementar el aislamiento y la carga de trabajo doméstica, además de redundar en la invisibilización del trabajo de las mujeres.

SOLUCIONES

Creación de espacios colectivos en los que las mujeres puedan producir juntas, poner en común su situación, etc.
Fomentar el reparto del trabajo de cuidados con los hombres para que ellas puedan dedicarse a otras cosas.

ALERTA: "DIFICULTAD PARA SOBREVIVIR EN UN MERCADO GLOBAL PARA PRODUCTOS COMO LA ARTESANÍA"

CAUSAS

Pocos o nulos nichos de mercado propios. Competencia de grandes empresas.
Piratería de los símbolos y tejidos tradicionales.
Ser un grupo minoritario y discriminado de la sociedad.

RESPONSABLES

Las instancias de salvaguarda del patrimonio artesanal.
Los coyotes, las y los diseñadores que ven a las artesanas como mano de obra barata y no fortalecen los procesos organizativos sino mas bien promueven maquilas.
La idea colectiva de que la artesanía es un bien muy barato.

CÓMO AFECTA

Afecta a la capacidad adquisitiva y a su calidad de vida de las personas artesanas, pues su ingreso es muy bajo o nulo, carecen de servicios y de prestaciones y no son contemplados como un grupo mayoritario o un gremio.

SOLUCIONES

Promover el crecimiento, liderazgo y empoderamiento de artesanas a nivel individual, dentro de sus cooperativas y como un gremio sector.
Dentro de estructura del Comercio Justo, contemplar a las artesanías de manera más específica y con una perspectiva feminista.

03

FI

CHAS

PARA INTRODUCIR LA PERSPECTIVA
DE GÉNERO EN EL TRABAJO DE CO-
MERCIO JUSTO

FICHA: CONTENIDOS 1/2

1

¿**APARECEN** mujeres?

- + ¿Aparecen por sí mismas o en relación a alguien?
 - + ¿Las mujeres hacen cosas o les pasan cosas?
 - + ¿Son protagonistas de la información o solo aparecen para adornar o ilustrar la información?
-

2

¿Qué tipo de **ACTIVIDADES** realizan las mujeres?

- + Además de aparecer como productoras o agricultoras, ¿aparecen desempeñando tareas cualificadas o técnicas?
 - + ¿De qué tareas habla la información: productivas o reproductivas? ¿Hay tareas que son importantes pero que no se muestran?
-

3

Las mujeres ¿**HABLAN EN PRIMERA PERSONA** o se habla por ellas? Cuando hablan, ¿lo hacen en calidad de voces expertas o como testimonios vivenciales?

4

Además de mujeres, ¿aparecen / hablan **SUJETOS NO NORMATIVOS**?

1

Según el Proyecto de Monitoreo Global de los Medios (2015), las mujeres aparecen como sujeto de las noticias en menos de un 30% de los casos. Esto provoca una falta de representación y una invisibilización de las mujeres, que se reproduce también en otros ámbitos. Además, en numerosas ocasiones, cuando aparecen mujeres lo hacen en relación a un varón (como esposas de, hijas de...), o en situaciones en las que les pasan cosas, en vez de hacer cosas. Por tanto, es necesario que en los contenidos las mujeres sean protagonistas y aparezcan por derecho propio, no como objeto decorativo para ilustrar una información.

2

Como ha evidenciado el feminismo, las tareas históricamente asignadas a las mujeres (lo que llamamos trabajo reproductivo o de cuidados) son fundamentales para sostener la vida pero no están valoradas ni visibilizadas. En el ámbito del Comercio Justo esto se traduce en que, por un lado, debemos visibilizar el trabajo reproductivo necesario para que el productivo salga adelante. Por ejemplo, en el caso de las mujeres campesinas: la producción de alimentos en la huerta, cocina, limpieza del hogar, cuidado de menores y personas enfermas, abastecimiento de agua, leña y la cocina... Por otro lado, para romper estereotipos, es recomendable mostrar a hombres realizando tareas de cuidados y a mujeres en tareas productivas. En este último caso, debemos tener en cuenta que, cuando en Comercio Justo se muestra a mujeres productoras, hay una sobre representación de campesinas y agricultoras, mientras que apenas vemos mujeres desempeñando trabajos cualificados, lo que redundaría en el estereotipo de que las mujeres no están preparadas para este tipo de trabajos.

3

Según el Proyecto de Monitoreo Global de los Medios (2015), las mujeres como fuentes de información tan solo figuran como expertas en un 9% de los casos, un campo que está copado por varones. Su mayor presencia es como fuentes de opinión popular (43%), seguida de fuentes de experiencia personal (37%). Por tanto, es necesario revertir esta infrarepresentación y hacer el esfuerzo de encontrar y dar voz a expertas.

4

La representación de las mujeres está sujeta a una reducida muestra de estereotipos, pero ¿qué pasa cuando no se encaja en las categorías binarias de hombre y mujer? Por ejemplo: personas homosexuales o bisexuales, transexuales, mujeres masculinas u hombres femeninos, etc. Toda aquella persona que encarna y desempeña un rol que rompe con su lugar asignado está sometida al castigo social, y a veces será señalada con una persona patológica y criminalizada. Es necesario visibilizar a estos sujetos sin estereotipos y de manera no discriminatoria, desde el respeto y la defensa de la diversidad.

FICHA: CONTENIDOS 2/2

5

IMÁGENES: ¿las personas representadas son diversas?
(Mayores, jóvenes, delgadas, gordas...)

6

¿Se utiliza **LENGUAJE INCLUSIVO**?

7

En la información, ¿se da cuenta de la **SITUACIÓN ESPECÍFICA DE LAS MUJERES**, de cómo los fenómenos tienen un impacto diferenciado en ellas?

5

Las personas son representadas en los medios de comunicación mediante roles e imágenes predeterminadas que permiten reducir la inmensa complejidad humana en imágenes comprensibles y generan sensación de pertenencia. El problema surge cuando se homogeneiza de manera sistemática a colectivos enteros de personas por su sexo, raza, religión, cultura, orientación sexual, país de procedencia, etc.; cuando se producen estereotipos reduccionistas y negativos que estigmatizan a las personas de un determinado colectivo. Por tanto, es necesario representar la diversidad humana, la variedad de cuerpos, edades, rasgos, vestimentas, etc.

6

El lenguaje no es neutral, sino que está atravesado por el sexismo. Existen diversos manuales de lenguaje inclusivo que se pueden consultar en la red; aquí os proponemos algunas sugerencias:

- + Nombra a las mujeres, haz visible su presencia: puedes desdoblar el masculino y el femenino, feminizar los cargos (la arquitecta, la médica, la abogada, la ingeniera...), mencionarlas con nombre y apellidos y no solo por su nombre de pila.
- + Opta por el uso de genéricos no marcados. Algunos ejemplos: 'la ciudadanía' en vez de 'los ciudadanos'; 'el campesinado' en vez de 'los campesinos', "el equipo" en vez de 'los trabajadores', 'el personal administrativo' en vez de 'los administrativos'...
- + Evita nombrar a las mujeres en función de un hombre (como esposa de, por ejemplo). Ten en cuenta que cuando se habla de mujeres con relevancia pública, siempre se hace referencia a su estado civil y a su aspecto, algo que no se suele hacer en el caso de los hombres.
- + Evita mencionar a las mujeres como grupo subalterno. Un ejemplo de lo que no hay que hacer: "Unos cien manifestantes, incluidas algunas esposas e hijos..."
- + Trata de no uniformizar el género femenino: habla de 'las mujeres', no de 'la mujer' como si fuese un ente homogéneo.
- + Evita la presunción de que el público lector está formado sólo por hombres (Cosas como: "Cuando alguien se deprime, pierde interés por su esposa e hijos").
- + Nombra a las mujeres como sujeto activo de la frase: en vez de "Juana Pérez ha sido nombrada vocal de la cooperativa", puedes decir: "Juana Pérez ocupará el cargo de vocal de la cooperativa".

7

Los grandes acontecimientos y dinámicas globales no afectan de la misma forma a todas las personas. Si tenemos en cuenta cuestiones como el género, la sexualidad, la etnia, la procedencia o la clase social podremos dar cuenta de su impacto diferenciado en las personas y hacer análisis más complejos y aterrizados.

FICHA: FORMACIÓN 1/2

METODOLOGÍAS

1

¿El aprendizaje favorece la participación de todas las personas?
¿Se favorece la **PARTICIPACIÓN EQUITATIVA Y EQUILIBRADA** de mujeres y hombres?

2

¿El aprendizaje parte de la **EXPERIENCIA Y CONOCIMIENTOS PREVIOS DE LAS PERSONAS PARTICIPANTES?**

3

¿La metodología **ESTIMULA LA ACCIÓN Y LA CREATIVIDAD?**
Aparte del uso de PPT y de exposiciones, ¿se incorporan otro tipo de dinámicas?

METODOLOGÍAS

1

En el espacio público, las personas que tienen menos poder suelen sentirse menos cómodas o autorizadas para expresar su opinión. Como advierte la filósofa feminista Iris Marion Young, poner entre paréntesis el poder (en un curso, en un debate, en una asamblea...) no es suficiente para situar a los participantes en una situación de igualdad. Para evitar que se reproduzcan jerarquías de poder debemos habilitar mecanismos que permitan la participación de todas las personas, tanto de aquellas que están acostumbradas a expresarse en público como de las que no. Entre estos mecanismos destacan, por un lado, el uso de metodologías participativas y, por otro, el papel de la persona formadora, que debe facilitar la participación y la inclusión de todas las personas.

2

Teorías como la educación popular y pedagogías como la de Paulo Freire defienden la necesidad de que el aprendizaje se base en la experiencia. Esto supone que el punto de partida, en lugar de ser abstracto, sea la relación de la persona con los contenidos, y se base en su experiencia práctica. Se trata de partir de lo concreto y lo particular para llegar a lo general y lo abstracto, permitiendo a la persona ejercer un rol activo, ayudándole a desarrollar las estrategias, habilidades y técnicas necesarias para que pueda llevar a cabo una participación orientada a la transformación de la realidad.

3

En relación con el punto anterior, se trata de pensar en el alumnado, o en las personas participantes en una formación, no como receptoras pasivas de información, sino como sujetas activas que toman parte en el proceso de aprendizaje. Para ello es recomendable innovar en las metodologías educativas y formativas, de forma que impliquen a las personas participantes y les permitan aplicar los conocimientos generados en el aula.

FICHA: FORMACIÓN 2/2

FORMADORA / FORMADOR

1
¿ROMPE CON EL ROL DE LA PERSONA EXPERTA O SABIA, para facilitar la participación y el aprendizaje?

2
¿DA PIE E INTERPELA a las personas participantes?

3
¿Utiliza un LENGUAJE ACCESIBLE? ¿Adapta su lenguaje y su discurso a la audiencia?

4
¿Tiene CAPACIDAD DE ESCUCHA Y UNA ACTITUD ABIERTA a compartir conocimiento?

FORMADORA / FORMADOR

1 y 4

En la educación tradicional, se concibe a las personas docentes como expertas que poseen toda la información y el conocimiento; su función debe ser transmitir y volcar esta información en los cerebros del alumnado. Por el contrario, en la educación popular y transformadora se parte de que todas las personas tienen algo que enseñar y que aprender, y se concibe al alumnado o a las personas participantes como seres activos que pueden aportar y crear conocimiento. La labor de la persona docente se concibe más bien como una tarea de facilitación del aprendizaje, que tome en cuenta el valor de cada cual y promueva el enriquecimiento de las personas participantes, estimulando la valoración y el respeto a las demás personas.

2

La facilitación debe utilizar métodos y técnicas que estimulen la implicación e interacción de las personas participantes, creando un entorno favorable y agradable que sea propicio para el aprendizaje. Algunas recomendaciones son: estimular el diálogo, promover la inclusión de todas las personas, tener capacidad para escuchar al grupo, tener flexibilidad para adaptar la metodología y ser capaz de gestionar las tensiones y los conflictos.

3

La mayoría de áreas de conocimiento utilizan un lenguaje especializado que resulta complejo de entender para quienes no conocen la disciplina. Son conceptos y términos que se suelen dar por sentados y de los que es difícil desprenderse, por lo que es necesario hacer un ejercicio de traducción para poder comunicarlos. La persona facilitadora debe además adaptar su lenguaje en función de las características de su audiencia, de sus conocimientos previos y de su bagaje. Por ejemplo, no emplearemos el mismo lenguaje si nos dirigimos a adolescentes que si lo hacemos a sus abuelas y abuelos.

FICHA: TRABAJO CON OTRAS ORGANIZACIONES 1/1

1

¿Se establece una **RELACIÓN IGUALITARIA** y de diálogo?

2

¿Se definen objetivos, procedimientos, tiempos y prioridades **CONJUNTOS, CONSENSUADOS Y CLAROS?**

3

¿Quiénes son las **PERSONAS INTERLOCUTORAS?** ¿Son mujeres u hombres?

4

¿Se garantiza y facilita que la persona interlocutora transmita la información para que su **ORGANIZACIÓN PARTICIPE?**

5

¿**QUÉ PAPEL** e importancia se da a esta relación o a este proceso dentro de cada entidad?

1

A la hora de trabajar junto a otras organizaciones, a veces se comete el error de ver la relación solo desde la perspectiva de la entidad a la que pertenecemos. Así, se acaban imponiendo tiempos y metodologías que resultan ajenas a otras organizaciones. Esto provoca que muchos procesos de trabajo no funcionen porque solo se tienen en cuenta las necesidades, formas de funcionamiento y protocolos de una de las partes. Para evitar estos sesgos, es necesario respetar y tener en cuenta los tiempos y procesos de las otras organizaciones, así como tener capacidad de escucha y no imposición.

2

Para que una colaboración o un proceso de trabajo fluya y funcione sin problemas es necesaria transparencia y claridad, ya que muchas veces se cae en el error de dar cuestiones por sentadas o de no formalizar los acuerdos. Para evitar estos problemas, se recomienda definir entre todas las organizaciones, de forma conjunta y consensuada, objetivos, procedimientos, tiempos y prioridades, estableciendo un protocolo claro que se pueda consultar en caso de duda.

3

Cuando se colabora con otras organizaciones, es necesario estar alerta ante posibles sesgos de género. Por un lado, muchas labores de representación y portavocía recaen en su mayoría en hombres en detrimento de las mujeres. Para evitar una infrarepresentación de estas últimas, es necesario fomentar la presencia de mujeres en perfiles públicos mediante la formación, el desarrollo de sus capacidades de liderazgo y el empoderamiento. Por otro lado, en el trabajo organizativo, debido a la división sexual del trabajo, las tareas menos visibles y prestigiosas, así como las labores de mediación, recaen en su mayoría en mujeres. Debemos fomentar un reparto justo y equitativo de estas tareas para que no las asuman siempre las mismas personas.

4

Para que haya una participación informada de todas las organizaciones en un proceso de trabajo, es necesario garantizar que haya mecanismos de transmisión de la información de la persona que actúa como delegada hacia su entidad. Algunas formas de garantizar esta transmisión de información son el uso órdenes del día de las reuniones y la toma de actas, para que quede constancia de lo acordado.

5

Cuando se plantea una colaboración entre entidades, es necesario dejar claro desde el principio qué se espera de esa colaboración, cuáles son sus objetivos y establecer claramente qué grado de implicación va a tener cada entidad.

FICHA: CULTURA ORGANIZACIONAL 1/2

1

ORGANIGRAMA: ¿cómo nos organizamos?

2

CONCILIACIÓN Y CORRESPONSABILIDAD: ¿cómo compatibilizamos el ámbito laboral con otras esferas de la vida (social, familiar, personal...)?

3

METODOLOGÍAS DE TRABAJO: ¿cómo transmitimos la información? ¿Cómo favorecemos la participación y la colaboración?

(Estos puntos se han desarrollado ampliamente en el apartado de indicadores).

1

Articular un modelo organizativo es fundamental para prevenir la consolidación de estructuras informales, para dotar a la organización de espacios de gestión eficientes, y para que las personas que participan en la misma tenga claros cuáles son los espacios, cómo se accede a ellos y las funciones de cada uno. Además, si nos fijamos en los organigramas de muchas organizaciones, veremos que los puestos de dirección suelen estar copados por hombres. Para evitar este sesgo se pueden emplear numerosas medidas: uso de cuotas para garantizar un reparto equitativo de los cargos de responsabilidad entre mujeres y hombres, empleo de una política de selección de personal con perspectiva de género, fomento de habilidades de liderazgo y empoderamiento entre las trabajadoras, etc.

2

Compatibilizar el ámbito laboral con el resto de esferas de la vida es una tarea ardua y complicada, porque el trabajo productivo ocupa un lugar central en las sociedades capitalistas y apenas deja tiempo para otras facetas de la vida. Para facilitar que las personas puedan atender a su vida personal, familiar, de ocio, etc., los centros de trabajo pueden poner en práctica numerosas medidas. Algunos ejemplos son: jornada laboral de 35 horas, jornada intensiva, limitación y libranza de horas extra, flexibilidad horaria que permita adecuar el horario a las necesidades personales, facilitar el teletrabajo, concentrar las reuniones en horario de mañana y no de tarde, etc.

3

En una organización, tener acceso a la información significa tener poder. Para garantizar que este acceso es abierto y democrático, y que permite participar en la toma de decisiones, la información debe fluir por canales formales, de manera regular y estructurada. Algunas medidas que se pueden implementar son: habilitar canales formales de flujo de información, tanto presenciales como digitales; redacción y envío de órdenes de día y de actas; tener espacios adecuados para almacenar y acceder a la información. Para favorecer la participación y colaboración del personal, se recomienda: habilitar espacios de diálogo y reunión de forma periódica; definir colectivamente protocolos de funcionamiento; generar espacios de transmisión de conocimiento o articular comisiones mixtas de trabajo entre diferentes áreas.

FICHA: CULTURA ORGANIZACIONAL 2/2

4

REPARTO DE TAREAS: ¿cómo repartimos y distribuimos el trabajo y las tareas?

5

LÍNEAS DE TRABAJO: ¿qué temas y líneas de trabajo priorizamos a la hora de hacer un proyecto y asignar recursos?

(Estos puntos se han desarrollado ampliamente en el apartado de indicadores).

4

Para realizar un reparto de tareas justo y equitativo es necesario definir claramente cuáles son las funciones, tareas y responsabilidades de cada puesto dentro de una organización. Para evitar desigualdades en el reparto de tareas existen varias medidas. Por un lado, debemos tener en cuenta que en toda organización siempre hay un número indeterminado de tareas que no tienen nombre o persona asignada, pero que hay que realizar. Es necesario explicitar y nombrar estas tareas, y repartirlas de forma equitativa. Por otro lado, también existen tareas menos agradables o más tediosas que necesario repartir. Asimismo, una organización con perspectiva de género debe evitar reproducir la división sexual del trabajo, por la cual las mujeres desempeñan trabajos reproductivos, menos visibles y peor valorados, mientras que los hombres se ocupan de las tareas más visibles y mejor valoradas. Finalmente, también ocurre que hay puestos que concentran toda la responsabilidad, lo que ocasiona a la persona trabajadora más estrés y carga de trabajo. Para evitar esta concentración, se pueden articular coordinaciones colectivas para repartir responsabilidades.

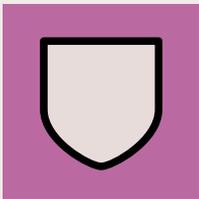
5

A la hora de definir líneas de trabajo, los discursos tienen que ser acordes con las prácticas. Si se apuesta por una línea de trabajo o una metodología, la apuesta no se puede quedar en una mera declaración de intenciones: hay que destinar tiempo y recursos adecuados para poder llevarla a cabo. Se debe definir claramente para que queden patentes las prioridades.

04

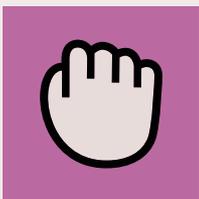
DECÁ LOGO

DIEZ PRINCIPIOS BÁSICOS PARA TENER EN CUENTA LA PERSPECTIVA DE GÉNERO EN COMERCIO JUSTO



COMPROMISO:

Uno de los principios básicos del Comercio Justo es el compromiso con la equidad de género y la no discriminación.



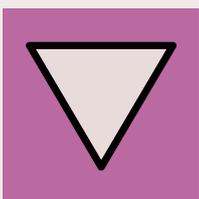
MIRADA INTEGRAL:

La desigualdad de género es global, así como la lucha para acabar con ella. Para combatirla es necesario aplicar una mirada integral, que relacione situaciones de desigualdad a lo largo y ancho del planeta, frente a una visión que diferencia entre un Norte igualitario y un Sur desigual.



REALIDADES LOCALES:

La perspectiva de género tiene que ser respetuosa con las realidades locales y con sus procesos, valorando y aprendiendo de ellos.



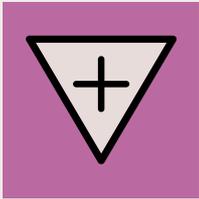
DIVERSIDADES:

Las mujeres que participan en el Comercio Justo son diversas (de diferentes edades, procedencias, etnias, cuerpos...), por lo que hay que reflejar esa diversidad y no ofrecer una visión homogénea.



TRABAJO REPRODUCTIVO:

Detrás de cada producto de Comercio Justo hay mujeres y hombres. Por tanto, hay que visibilizar las tareas fundamentales para sostener la vida, de carácter reproductivo, que realizan las mujeres y que en numerosas ocasiones no se ven ni se tienen en cuenta.

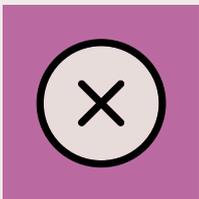


EMPODERAMIENTO:

El Comercio Justo es una herramienta de empoderamiento de las mujeres:

A. Personal: porque les permite el acceso a un salario, acceso a formación, posibilidad de trabajar fuera del hogar...

B. Colectivo: porque garantiza su participación en la toma de decisiones y en los liderazgos.



RELACIONES:

El Comercio Justo es una crítica a la economía tradicional, una forma de entender las relaciones comerciales que debería tener en cuenta la perspectiva de género y de sostenibilidad de la vida.



ROLES:

El Comercio Justo es una red de relaciones de entidades y personas de producción, distribución, comercialización y consumo. En todas sus fases y actividades se debería romper con la división sexual del trabajo y con los roles de género.



ESTEREOTIPOS:

El Comercio Justo produce y comercializa productos. En su diseño y comercialización debería evitar reproducir modelos de belleza y roles patriarcales que redundan en estereotipos de género.



INDICADORES:

Los productos de Comercio Justo llevan un certificado que garantiza que cumplan los principios del mismo. Se deberían emplear indicadores para poder certificar que se cumple el principio de igualdad de género.

Setem

www.setem.org/euskadi
F | T @SetemHegoHaizea
