



ORIENTACIONES PARA DISEÑAR Y PLANIFICAR EVENTOS DE PROMOCIÓN (exposiciones y ferias) CON PERSPECTIVA DE GÉNERO




Junta de Andalucía

Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca
y Desarrollo Sostenible



UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural



ORIENTACIONES PARA DISEÑAR Y PLANIFICAR EVENTOS DE PROMOCIÓN (ferias, exposiciones...) CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Este documento pretende ser una herramienta útil que reúna la información básica necesaria para la organización de eventos de promoción desde la perspectiva de género y así cubrir una demanda que es planteada por el personal encargado de dicha función.

OBJETIVOS

- Proporcionar orientaciones, con una visión práctica y en forma de decálogo, para organizar o participar en eventos de promoción (ferias, exposiciones...) integrando la perspectiva de género.
- Facilitar una lista de verificación que permita valorar la incorporación efectiva del enfoque de género en el evento a realizar.

A QUIÉN VA DIRIGIDA

Al personal técnico y directivo de los órganos directivos de la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible y sus entes instrumentales con competencias en el diseño, planificación o ejecución de eventos de promoción.

DISPOSICIONES LEGALES

La Ley 12/2007 para la promoción de la igualdad de género, en su artículo 5, recoge: "Los poderes públicos potenciarán que la perspectiva de la igualdad de género esté presente en la elaboración, ejecución y seguimiento de las disposiciones normativas, de las políticas en todos los ámbitos de actuación, considerando sistemáticamente las prioridades y necesidades propias de las mujeres y de los hombres, teniendo en cuenta su incidencia en la situación específica de unas y otros, al objeto de adaptarlas para eliminar los efectos discriminatorios y fomentar la igualdad de género".



DECÁLOGO

1. Comunicar el compromiso institucional por la igualdad

Explicitar e incluir en la documentación sobre el evento **mensajes para transmitir el compromiso** de la Consejería con la igualdad, referencia a la Ley 12/2007, de 26 de noviembre, para la promoción de la igualdad de género en Andalucía o al Plan de Igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en la actividad agroalimentaria y pesquera de Andalucía.

Idénticas referencias deberán incluirse en caso de que se suscriban **convenios** para la organización o participación en eventos de promoción o si se requiriera realizar **contrataciones**, incluyendo las mismas en los pliegos de prescripciones técnicas, en el apartado de "Otras consideraciones".

2. Utilizar un lenguaje no sexista

El uso no sexista del lenguaje es aquel que nombra y otorga protagonismo a mujeres y a hombres de modo equilibrado, desmonta estereotipos y expectativas de género, neutraliza los prejuicios sexistas y permite crear referentes masculinos y femeninos, alejándose del uso exclusivo del masculino para referirse a ambos.

Especialmente debe vigilarse **no utilizar textos que se realicen en masculino genérico o que transmitan una imagen estereotipada y asimétrica de mujeres y hombres.**



ETAPAS en las que prestar especial atención:

- *Diseño del stand: si se incluyen eslóganes, mensajes, etc.*
- *En las actuaciones, en el Plan de difusión o en cualquier material que se elabore (folletos, cartelería, anuncios en medios, redes sociales...)*

3. Hacer uso de imágenes no sexistas, inclusivas o que rompan estereotipos de género

Las imágenes no sexistas ni estereotipadas, desde un enfoque de género, son aquellas que visibilizan a mujeres y a hombres y los representan como personas activas e iguales en todos los ámbitos del sector o temática de la que trate el evento.



Las imágenes de personas deben **representar a hombres y mujeres en situación de igualdad**, en profesiones, trabajos y posiciones similares, equiparando su grado de autoridad, relevancia social o poder y alejándose de las perspectivas encasilladas y marcadas por los estereotipos de género.

Dado que hay múltiples perfiles de hombres y mujeres que pueden participar en un evento de promoción, es necesario que la información y comunicación **representen esa diversidad** (de edades, cuerpos, etnias, situaciones laborales, trabajo cualificado...).



Algunos EJEMPLOS:

- *Si se van a utilizar imágenes de personas trabajando en algún sector relacionado con el evento promocional, seleccionar aquellas en las que aparezcan mujeres o ambos, mujeres y hombres, trabajando en situación de igualdad.*
- *Mostrar la heterogeneidad de mujeres: de diferentes edades, niveles socioculturales, estilos, y cualquier otra característica; es decir, presentar modelos en los que las mujeres se sientan reconocidas e identificadas.*
- *Se recomienda utilizar imágenes donde ambos sexos interactúen en espacios y tareas similares, reflejando relaciones equilibradas (ej. igualdad en espacios de trabajo, cooperación, compañerismo) y evitando que aparezcan por separado (mujeres a un lado y hombres A otro).*
- *En el tratamiento técnico de las imágenes se recomienda que el punto de vista de la cámara se realice de forma simétrica con hombres y mujeres; que el uso de primeros planos, picados, contrapicados... sea igual para hombres que para mujeres).*

4. Elaborar contenidos y mensajes sin estereotipos de género

Los estereotipos de género son un conjunto de ideas preconcebidas o creencias de cómo deben ser y comportarse mujeres y hombres, que dan lugar a:

- **Estereotipos masculinos** relacionados con la razón, fuerza, inteligencia, autoridad, profundidad, dominio, actividad, tenacidad, independencia, etc.
- **Estereotipos femeninos** vinculados a la ternura, debilidad, intuición, dependencia, superficialidad, sumisión, pasividad, etc.



Algunas IDEAS para este apartado:

- *Emitir mensajes cuyo contenido se aleje de los estereotipos de género (por ejemplo, evitar relacionar lo estético con lo femenino y lo intelectual con lo masculino o el trabajo delicado con las mujeres y el trabajo de fuerza con los hombres).*
- *Hacer referencia a “las mujeres” y no a “la mujer”, así como a “los hombres” y no “al hombre”. Hay que tener en cuenta que no hay una sola mujer, ni un solo modelo de ser mujer. Lo mismo para el caso de los hombres.*
- *En las cuñas de radio o en los reportajes audiovisuales, tomar en consideración voces en off femeninas y masculinas.*



5. Promover la participación equilibrada de mujeres y hombres

Poner atención en que mujeres y hombres intervengan de manera equilibrada, en las mismas condiciones y el mismo formato en los eventos, talleres, mesas redondas, actos de comunicación, boletines o entrevistas, etc. Es decir, que asuman un protagonismo semejante y que esto quede reflejado en todos los eventos o actividades que se desarrollen durante el evento de promoción.



Ten en cuenta:

- *Si existe una zona de venta directa o de expositores de empresas, invita a empresas lideradas por mujeres, contacta con las productoras, etc.*
- *Si se van a organizar charlas, talleres o mesas redondas, busca la participación equilibrada entre mujeres y hombres.*
- *Si en la difusión se van a hacer entrevistas, busca a mujeres para ser entrevistadas.*
- *Si se va a contratar personal ten en cuenta que también exista una distribución equilibrada entre azafatas y azafatos, personas encargadas de stands, etc.).*

6. Visibilizar buenas prácticas en materia de igualdad de mujeres y hombres

Con el objetivo de poner en valor el impacto positivo que tienen las iniciativas que contribuyen a alcanzar la igualdad efectiva entre mujeres y hombres, es de interés incluir dichas prácticas en eventos y ferias.



No olvides:

- *Hacer alusión a empresas dirigidas o creadas por mujeres.*
- *Mostrar proyectos que pongan en valor la igualdad.*
- *Difundir empresas, proyectos, actuaciones que visibilicen el papel de las mujeres en el área o tema del evento o feria.*

7. Adaptar los horarios y espacios para facilitar la asistencia de las mujeres

Si se van a realizar actividades, talleres, mesas redondas, etc., se debe de facilitar el horario con antelación así como, en la medida de lo posible, ofrecer espacios como ludotecas o guarderías y, si existe alguna actividad de especial interés para las mujeres del sector, anticipar la información y difundirla entre las entidades de mujeres para generar un mayor interés y éxito de la actividad. Asimismo, conviene tener en cuenta que la asistencia de mujeres se facilita si el acceso al evento puede realizarse en transporte público.



Recuerda:

- *Buscar horarios que faciliten la asistencia de las mujeres.*
- *Difundir las actividades de interés previamente.*
- *Generar espacios de conciliación (ludotecas, guarderías, etc.).*



8. Trabajar con personas expertas en igualdad

La mejor forma de garantizar la transversalidad de género en las actividades de promoción es incorporar al equipo organizador una persona experta en igualdad. De igual forma, si el evento se realiza a través de contratación, debe exigirse que en el equipo se prevea la presencia de una persona que garantice la transversalidad de género en todo el proyecto.

9. Desagregar los datos por sexo

Recoger y presentar la información desagregada por sexo de las actuaciones que vayan dirigidas directa o indirectamente a personas.



No olvides:

Si se realiza una encuesta de valoración y satisfacción dentro de la feria, encuentro, charla..., debes incluir la variable sexo en la recogida de datos.

En el Informe o Memoria que se realice al finalizar el evento, desagregar por sexo los datos referidos a personas, siempre que sea posible. Es la mejor forma de visibilizar las aportaciones de hombres y mujeres y evitar las brechas de género.

Procurar la correcta y precisa utilización de los términos sexo y género, no empleando estos términos como sinónimos e intercambiables, puesto que hacen referencia a significados distintos. Los datos cuantitativos siempre se desagregan por sexo, no por género.

10. Consultar a la Unidad de Igualdad de Género

Si tienes dudas sobre cómo incluir la perspectiva de género en el evento en el que estás trabajando, contacta con la Unidad de Igualdad de Género de la Consejería, recibirás apoyo y consejo para poder hacerlo de forma sencilla.

Contacto:

Unidad de Igualdad de Género

email: igualdaddegenero.cagpds@juntadeandalucia.es

Teléfono: 332351 (955 332351)



LISTADO DE VERIFICACIÓN

PREGUNTAS DE VERIFICACIÓN		SÍ	NO	OBSERVACIONES
1	¿Se ha incluido en los pliegos de prescripciones técnicas el compromiso institucional por la igualdad?			
2	¿Se ha evitado el masculino genérico y se han usado alternativas de lenguaje no sexista?			
3	¿Las imágenes utilizadas visibilizan a mujeres y hombres de manera equilibrada y en situaciones de igualdad?			
4	¿Se han elaborado mensajes fuera de los estereotipos de género?			
5	¿Se han empleado mensajes que promuevan la igualdad?			
6	¿Participan de manera equilibrada hombres y mujeres en el desarrollo de las actividades del evento?			
7	¿Se ha recogido alguna iniciativa realizada por mujeres o alguna buena práctica en materia de igualdad relacionada con la temática del evento?			
8	¿Se han puesto los medios suficientes para facilitar la participación de las mujeres en el evento?			
9	¿Se ha incorporado una persona experta en igualdad al equipo de trabajo?			
10	¿Los datos presentados en el evento están desagregados por sexo?			
11	¿Se ha consultado con la UIG cualquier duda sobre la materia?			

FUENTES Y RECURSOS PARA CONSULTAR



[Guías para el uso no sexista del lenguaje](#)
[Manual para la organización de congresos y ferias para todos](#)



DECÁLOGO

EVENTOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

1

Comunicar el compromiso institucional por la igualdad

Utilizar un lenguaje no sexista

2

3

Hacer uso de imágenes no sexistas, inclusivas o que rompan estereotipos de género

Elaborar contenidos y mensajes sin estereotipos de género

4

5

Promover la participación equilibrada de mujeres y hombres

Visibilizar buenas prácticas en materia de igualdad de mujeres y hombres

6

7

Adaptar los horarios y espacios para facilitar la asistencia de las mujeres

Trabajar con personas expertas en igualdad

8

9

Desagregar los datos

Consultar a la Unidad de Igualdad de Género

10