



# Lineamientos Generales

PARA LA TRANSVERSALIZACIÓN DEL ENFOQUE  
DE GÉNERO EN LOS PROCESOS DE  
COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

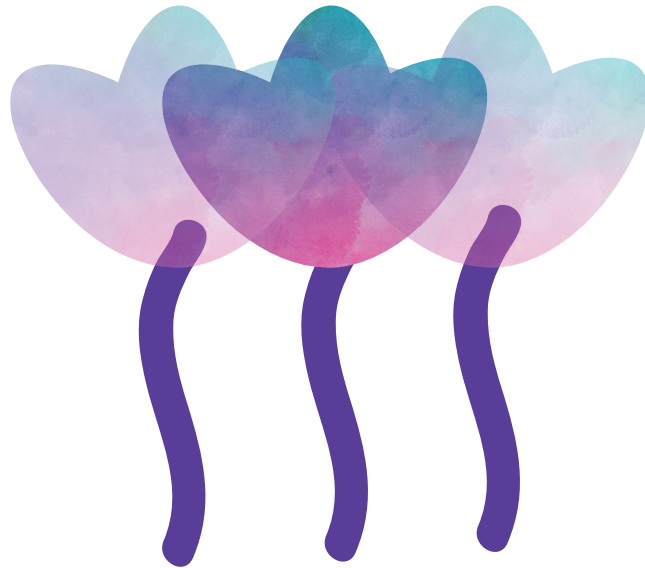
Del Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador  
(PROESA)





**EL SALVADOR**

Grande como su gente



Marzo, 2017





Diseño: **Adela Rivas**

Encargada de la Unidad de Género

Redacción y Revisión: **Georgina Vanegas**

Jefa de prensa

Unidad de Comunicaciones

Diagramación: **Héctor Cartagena**

Aportes: **Comisión Institucional de Género (PROESA)**

Patricia Portillo: **Área de comunicaciones de ORMUSA**

# Contenido

|          |  |    |
|----------|--|----|
| I.       | <b>INTRODUCCIÓN</b>  | 4  |
| II.      | <b>OBJETIVO</b>  | 5  |
| 2.1.     | General  | 5  |
| 2.2.     | Específicos  | 5  |
| III.     | <b>CAMPO DE APLICACIÓN</b>   | 6  |
| IV.      | <b>RESPONSABLE DE LA APLICACIÓN</b>  | 6  |
| V.       | <b>MARCO CONCEPTUAL</b>  | 7  |
| 5.1.     | Acción positiva  | 7  |
| 5.2.     | Barreras invisibles  | 7  |
| 5.3.     | Brechas de género  | 8  |
| 5.4.     | Datos desagregados por sexo  | 8  |
| 5.5.     | Equidad de género  | 8  |
| 5.6.     | Estereotipo  | 8  |
| 5.7.     | Intereses estratégicos de género   | 8  |
| 5.8.     | Invisibilización del trabajo de la mujer                                   | 9  |
| 5.9.     | Publicidad sexista   | 9  |
| 5.10.    | Eradicación del sexismo en el lenguaje institucional y social              | 9  |
| 5.11.    | Reaprendizaje  | 9  |
| 5.12.    | Revictimizar   | 10 |
| 5.13.    | Sexismo  | 10 |
| 5.14.    | Violencia Simbólica  |    |
| VI.      | <b>MARCO LEGAL</b>   | 11 |
| 6.1.     | Normas Internacionales   | 11 |
| 6.2.     | Compromisos Internacionales  | 11 |
| 6.3.     | Normativas Nacionales  | 12 |
| VII.     | <b>PRINCIPIOS BÁSICOS PARA LA COMUNICACIÓN CON PERSPECTIVA DE GÉNERO</b>   | 15 |
| VIII.    | <b>LINEAMIENTOS GENERALES PARA UNA EFECTIVA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL</b> | 16 |
| 8.1.     | Garantizar la transversalización desde el área de comunicaciones           | 16 |
| 8.2.     | Aplicación del enfoque institucional para la transversalidad               | 17 |
| 8.2.1.   | Buscar siempre que sea posible, datos desagregados según sexo              | 17 |
| 8.2.1.1. | Fuentes de interés   | 17 |
| 8.2.2.   | Tener en cuenta las condiciones y posiciones de ambos sexos                | 18 |
| 8.2.3.   | Reconocer las estructuras que mantienen las desigualdades                  | 18 |
| 8.2.4.   | Lenguaje incluyente: una herramienta de cambio                             | 18 |
| 8.2.4.1. | Comunicación Interna   | 19 |
| 8.2.4.2. | Comunicación externa   | 19 |
| 8.2.5.   | Contenidos discursivos   | 19 |
| 8.2.6.   | Noticias que promueven a PROESA  | 20 |
| 8.2.7.   | Promover imágenes inclusivas y no estereotipadas                           | 20 |
| 8.2.8.   | Eventos públicos   | 21 |
| 8.2.9.   | Imágenes en audio, videos o documentales no sexistas                       | 21 |
| 8.2.10.  | Campañas institucionales   | 21 |
| IX.-     | <b>MODIFICACIONES Y VIGENCIAS</b>  | 22 |

# I. INTRODUCCIÓN

Los presentes lineamientos denominados:

**LINEAMIENTOS GENERALES PARA LA TRANSVERSALIZACIÓN DEL ENFOQUE DE GÉNERO EN LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DESDE EL ORGANISMO PROMOTOR DE EXPORTACIONES E INVERSIONES DE EL SALVADOR** han sido diseñados desde la Unidad de Género, como un instrumento clave para continuar incorporando los principios rectores de la igualdad, equidad y no discriminación; además, pretenden contribuir a la transversalidad del enfoque de género de manera institucional.

La herramienta permitirá institucionalizar el enfoque de género en los diversos medios internos y externos de las comunicaciones existentes, como una muestra para impulsar acciones afirmativas en el avance de la cultura institucional. Además, pretende contribuir al cumplimiento de la Convención para la Eliminación de todas las Formas de Discriminación contra la Mujer, (**CEDAW**), y retomar lo que establece la Ley Especial Integral para una Vida Libre de Violencia para las Mujeres (**LEIV**) y Ley de Igualdad, Equidad y Erradicación de la Discriminación contra las Mujeres (**LIE**).

Por ello, es importante que PROESA contribuya gradualmente a erradicar cualquier manifestación de violencia institucionalizada, eliminando cualquier práctica que cause daño o sufrimiento, de manera física y psicológica, en el ámbito público y privado.

Por estas razones, la herramienta es básica para impulsar la estrategia de transversalidad, de modo que estos lineamientos brindarán orientación general desde la Unidad de Comunicaciones y la Unidad de Género para hacer efectivo incorporar el enfoque inclusivo en las comunicaciones a nivel interno y externo.

Su contenido se basa en la responsabilidad de la aplicación al marco legal y a la voluntad política asumida desde la presidencia de PROESA, considerando oportuno empujar acciones afirmativas que den cumplimiento al **PQD 2014-2019, LIE-LIEV, Agenda 2030 de los ODS**, encaminados hacia la cultura de la igualdad sustantiva de manera incluyente.

## II. OBJETIVO

### 2.1. General

Brindar lineamientos generales para la transversalidad de la perspectiva de género al interior de PROESA, desde la comunicación interna y externa, con el propósito de erradicar el sexismo, e incorporando nuevas prácticas de inclusión que permitan promover una cultura de igualdad y realizar acciones afirmativas que refuercen la aplicación de los principios rectores de igualdad, equidad y no discriminación.

### 2.2. Específicos:

- Desarrollar, fomentar e impulsar el enfoque de género, mediante la información y sensibilización, para fortalecer la cultura institucional inclusiva al interior de PROESA.
- Proporcionar herramientas para hacer efectivo el uso del lenguaje no sexista y prácticas inclusivas en la comunicación interna y externa.
- Contribuir a cerrar las brechas de desigualdad existentes entre hombres y mujeres, haciendo con ciencia de erradicar cualquier forma de discriminación basada en la violencia simbólica.

## III. CAMPO DE APLICACIÓN

PROESA ha retomado un nuevo enfoque de trabajo incluyente desde la perspectiva de género y derechos humanos, como parte de las nuevas visiones hacia la responsabilidad compartida; esto para hacer posible la transversalización en las políticas públicas a favor de la igualdad, por lo que es necesario institucionalizar el uso de lenguaje inclusivo.

Estos lineamientos pretenden ser instrumentos que orienten la comunicación escrita, oral y visual, en cualquier documento producido por PROESA, fomentando la buena voluntad progresiva basada en el **Art. 15** de la LIE.<sup>(1)</sup>

Además, estos lineamientos deben ser aplicados por todo el personal que labora en PROESA, inclusive de aquellas consultorías internas que diseñan y construyen documentos para la institución.

Así mismo, estos lineamientos serán aplicados en discursos oficiales, campos pagados en los diversos medios de comunicación (televisivos, escritos, radiodifusoras, entrevistas, etc.), y en el uso de imágenes (evitando enviar mensajes de subordinación y discriminación en la división sexual del trabajo con las mujeres, es decir colocándolas en un segundo plano), por ello promocionales, manuales, guías, correos institucionales, entre otros medios internos digitales, virtuales y escritos, deberán ser revisados minuciosamente por la gerencia de comunicaciones a fin de garantizar su aplicabilidad.

## IV. RESPONSABLE DE LA APLICACIÓN

El análisis de género en las comunicaciones nos permite acceder a diferenciar diversas características sociales (género) de las características biológicas (sexo), por lo que hay que excavar en las relaciones entre mujeres y hombres (relaciones de género). Las diferencias y disparidades en el acceso y control sobre recursos, decisiones, oportunidades, retribuciones, y expectativas, permiten identificar las relaciones de poder e inequidades en las que se traducen estas diferencias para ser divulgadas.

Por lo tanto, desde la Unidad de Género y la Gerencia de Comunicaciones de PROESA se garantizará la aplicación de estos lineamientos en todas las comunicaciones institucionales.

<sup>(1)</sup> Ley de Igualdad, Equidad y Erradicación de todas las Formas de Discriminación hacia las mujeres.



## V. MARCO CONCEPTUAL

La perspectiva de género es una construcción cultural que incide directamente en el ejercicio de los derechos humanos. Por esta razón, la comunicación se considera clave en la intervención de las prácticas sociales.

“El concepto de género se refiere a la construcción social-cultural que se organiza a partir de la diferencia sexual. Supone definiciones que abarcan tanto la esfera individual (incluyendo la subjetividad, la construcción del sujeto y el significado que otorga una cultura al cuerpo femenino o masculino) como la esfera social (que influye en la división del trabajo. Es necesario revisar la distribución de recursos y la definición de jerarquías entre unos y otros)”.<sup>(2)</sup>

La comunicación, como hecho cultural, está vinculada a las formas de percibir, entender, imaginar y actuar de los seres humanos en relación al tema de género, y funciona como un espacio simbólico para entender nuestras sociedades.

Además, los lineamientos garantizan el cumplimiento de lo establecido en la Ley Especial Integral para una Vida Libre de Violencia para las Mujeres (LIEV) y en la Ley de Igualdad, Equidad y No Discriminación hacia las Mujeres (LIE).

A continuación, se comparten conceptos claves para la transversalidad desde las comunicaciones:

### 5.1. Acción positiva

Medidas dirigidas a una población determinada con las que se pretende suprimir y prevenir una discriminación o compensar las desventajas resultantes de actitudes, comportamientos y estructuras existentes (denominadas a veces “Discriminación positiva”).

### 5.2. Barreras invisibles

Actitudes resultantes de las expectativas, normas y valores tradicionales que impiden la capacitación de las mujeres para los procesos de toma de decisiones y la participación plena en la sociedad.

### 5.3. Brechas de género

Son denominadas como diferencias y se definen como las condiciones desiguales que hay entre hombres y mujeres en el acceso a los recursos y servicios de desarrollo, como el empleo, salud, educación, tierra, crédito, vivienda, asistencia técnica, información, entre otros.

<sup>(2)</sup>Cuadernillo de comunicación y derechos humanos con enfoque de género, UNICEF 2008.

#### **5.4. Datos desagregados por sexo**

Desglose de datos, por sexo, de la información estadística que hace posible un análisis comparativo, teniendo en cuenta las especificidades del “género”. En cuanto a las condiciones y posiciones, se entiende como la “descomposición” de los datos y la información estadística, desglosándolos por sexo y grupos de diversos rangos de edades que revelen las condiciones de las mujeres por la falta de oportunidades en la toma de decisiones y en aspectos laborales.

#### **5.5. Equidad de género**

Se refiere a la justicia en el tratamiento de hombres y mujeres según sus necesidades respectivas. A partir de este concepto, se pueden incluir tratamientos iguales o diferentes aunque considerados equivalentes en términos de derechos, beneficios, obligaciones y oportunidades. En el contexto del trabajo de desarrollo, una meta de equidad de género suele incluir medidas diseñadas para compensar las desventajas históricas y sociales que dan la prioridad a las mujeres.

#### **5.6. Estereotipo**

Los estereotipos son imágenes o ideas simplificadas y deformadas de la realidad, aceptadas comúnmente por un grupo o sociedad con carácter inmutable y que se vuelven verdades indiscutibles a fuerza de repetirse.

#### **5.7. Intereses estratégicos de género**

Las demandas de género se asocian con el aumento de control sobre los beneficios, los recursos y oportunidades por parte de las mujeres para que mejoren su posición. Se trata de necesidades que apuntan hacia cambios sustanciales en áreas estratégicas como lo son las leyes, la educación libre de sexismo, modelos de desarrollo participativos, ciudadanía plena para las mujeres y una vida sin violencia; por lo tanto, se trata de demandas que se pueden cambiar.

#### **5.8. Invisibilización del trabajo de la mujer**

Desvalorización que hace la sociedad de las actividades realizadas por las mujeres, considerándolas como naturales. Un ejemplo claro es el concepto que la sociedad tiene de todo el trabajo doméstico y de cuidado de las personas que realizan mayoritariamente las mujeres.

### **5.9. Publicidad sexista**

Es cualquier forma de publicidad que transmita valores, estereotipos, actitudes y conductas femeninas y masculinas, lenguaje verbal y no verbal, que fomente la discriminación, subordinación, violencia y misoginia (Art. 8 literal g) de la LEIV).

### **5.10. Erradicación del sexismo en el lenguaje institucional y social.**

Se entenderá por uso no sexista del lenguaje la utilización de aquellas expresiones lingüísticamente correctas, sustitutivas de aquellas que aun siendo correctas, ocultan lo femenino o lo sitúan en un plano secundario o de menor valor respecto al masculino.

### **5.11. Reaprendizaje**

Es el proceso a través del cual las personas asimilan un conocimiento o conducta luego de su deconstrucción androcéntrica, a partir de una visión crítica y no tradicional como producto de las nuevas relaciones establecidas con su entorno social natural.

### **5.12. Revictimizar**

Son acciones que tienen como propósito o resultado causar sufrimiento a las víctimas directas o indirectas de los hechos de violencia contemplados o no en la LEIV.

### **5.13. Sexismo**

Es toda discriminación que se fundamenta en la diferencia sexual, que afecta toda relación entre seres humanos y que abarca todas las dimensiones cotidianas de la vida privada o pública, definiendo sentimientos, concepciones, actitudes y acciones (Art. 8, definiciones LEIV).

### **5.14. Violencia Simbólica.**

Son mensajes, valores, íconos o signos que transmiten y reproducen relaciones de dominación, desigualdad y discriminación en las relaciones sociales que se establecen entre las personas y naturalizan la subordinación de la mujer en la sociedad (Definiciones LEIV).

## VI. MARCO LEGAL

### 6.1. Normas Internacionales.

Convención Interamericana para Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer, Convención de Belem do Pará.

### 6.2. Compromisos Internacionales

Plataforma Beijing, esfera de la mujer y los medios de comunicación.

En la IV Conferencia Mundial de la Mujer en Beijing (1995).

X Conferencia sobre la Mujer de América Latina y El Caribe de la CEPAL, Consenso de Quito (2007).

### Apartado 12:

12.- Adoptar políticas públicas, incluyendo leyes cuando sea posible, para erradicar contenidos sexistas, estereotipados, discriminatorios y racistas en los medios de comunicación y estimular su función como promotores de relaciones y responsabilidades igualitarias entre mujeres y hombres.

### XI Conferencia Regional sobre la Mujer de América Latina y El Caribe, Consenso de Brasilia (2010).

**Art. 5.** Facilitar el acceso de las mujeres a las nuevas tecnologías y promover medios de comunicación igualitarios, democráticos y no discriminatorios.

- a) Promover acciones que faciliten el acceso de las mujeres de todas las edades a las comunicaciones y a las nuevas tecnologías de la información, como la educación y la capacitación sobre el uso de tales tecnologías para la creación de redes, la promoción y el intercambio de información, las actividades educativas y el empleo especializado en las actividades económicas.
- b) Formular políticas orientadas a eliminar contenidos sexistas y discriminatorios en medios de comunicación y capacitar a los profesionales de la comunicación en tal sentido, valorizando las dimensiones de género, raza, etnia, orientación sexual y generación.
- c) Construir mecanismos de monitoreo del contenido transmitido en los medios de comunicación social así como en los espacios de regulación de internet, asegurando la

participación activa y constante de la sociedad, con el fin de eliminar contenidos sexistas y discriminatorios.

d) Promover y garantizar el acceso de las mujeres, sobre todo las de pueblos indígenas y afrodescendientes, a los medios masivos de comunicación a través de programas que incorporen las lenguas propias y las identidades culturales en espacios comunitarios radiales y audiovisuales.

e) Promover el acceso de las mujeres a la ciencia, la tecnología y la innovación, estimulando el interés de las niñas y las jóvenes en estos campos científicos y tecnológicos.

### 6.3. Normativas Nacionales

#### **Ley Especial Integral para una Vida Libre de Violencia para las mujeres –LEIV.**

**Art 8.** Los estados partes convienen en adoptar, en forma progresiva, medidas específicas, incluyendo programas para alentar a los medios de comunicación a elaborar directrices adecuadas de difusión que contribuyan a erradicar la violencia contra la mujer en todas sus formas y realizar acciones para el rescate de la dignidad de la mujer.

#### **Art 9.** Tipos de violencia

Violencia Simbólica: Son mensajes, valores, íconos o signos que transmiten y reproducen relaciones de dominación, desigualdad y discriminación en las relaciones sociales que se establecen entre las personas y naturalizan la subordinación de la mujer en la sociedad.

#### **Ley de Igualdad, equidad y erradicación de la discriminación contra las mujeres –LIE.**

En el **Art. 4** para el cumplimiento de la presente ley, las instituciones del Estado, de acuerdo con sus competencias deberán realizar acciones permanentes orientadas hacia los siguientes aspectos de alcance general.<sup>(3)</sup>

1-Eliminación de los comportamientos y funciones sociales discriminatorias que la sociedad asigna a mujeres y hombres respectivamente; las cuales originan desigualdades en las condiciones de vida y en el ejercicio de los derechos en la posición, en la valoración social de las capacidades humanas de las unas con respecto a otros y en la vida pública.

2-Desarrollar pautas de socialización de mujeres y hombres, basadas en el reconocimiento de la plena equivalencia humana, política, social económica y cultural de ambos, en el mutuo respeto a sus diferencias de cualquier tipo, en el respeto de las potencialidades

(3) Art 4 Ley de Igualdad, Equidad y Erradicación de la Discriminación contra las Mujeres en El Salvador.



y talentos personales y colectivos; en el reconocimiento de su corresponsabilidad y de sus contribuciones equivalentes a la subsistencia y supervivencia humana, de sus aportes al desarrollo, la democracia, y de sus capacidades para participar en la dirección y conducción de la sociedad.

#### **Art. 15. Erradicación del sexismo en el lenguaje institucional y social**

El Estado promoverá sistemáticamente la eliminación del uso sexista del lenguaje y las expresiones discriminatorias contra las mujeres en todos los mensajes de su marco institucional. ISDEM brindará apoyo de información y formación al personal al servicio de las instituciones del Estado para dar cumplimiento a esta norma. También, realizará acciones que promuevan la erradicación de los usos sexistas del lenguaje en la vida social.

#### **Art 34.- La igualdad en la acción de los medios de comunicación y la publicidad.**

El Estado, a través de los medios de comunicación social de titularidad pública así como de aquellos que subvencione, promoverá, sin vulnerar la libertad de expresión e información, la trasmisión de una imagen igualitaria, plural y no estereotipada de las funciones de las mujeres y hombres en la sociedad; a estos efectos, adelantará acciones permanentes que favorezcan:

- a) Aumento en la presencia visible y audible de las mujeres en dichos medios de comunicación social, que deberá ser observada, evaluada y ajustada periódicamente, a fin de eliminar prácticas discriminatorias y sexistas.
- b) Programación de campañas en los mismos medios de comunicación, destinadas a toda la sociedad, sobre la importancia y la necesidad de la participación cívica, social, económica, política y cultural de las mujeres.
- c) La utilización no sexista del lenguaje y de las imágenes, especialmente en el ámbito de la publicidad, así como la utilización no violenta y discriminatoria del lenguaje y de las imágenes, especialmente en el ámbito de los programas radiales, televisión, espectáculos públicos, publicaciones, video grabaciones y todo tipo de audiovisual y en todo los formatos relativos a los medios de comunicación social referidos.

- Plan Nacional de Igualdad y Equidad para las mujeres Salvadoreñas. PQD 2015-2019. Eliminar progresivamente el uso sexista y discriminatorio del lenguaje contra las mujeres, y en general contra todos los grupos prioritarios, de todos los documentos, normativas, publicidad y señalización. Emitidos por las instituciones del Estado. (Pág. 33).

# VII. PRINCIPIOS BÁSICOS PARA LA COMUNICACIÓN CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

La importancia de trabajar el enfoque de género en los productos y procesos comunicativos radica en el papel de los medios como agentes de socialización. Hoy, los medios son fuente esencial de las representaciones en la sociedad puesto que dan significado y validan ciertas conductas, asociándolas a roles y estereotipos de género establecidos y reproducidos a menudo en diversos espacios y ámbitos.

La realidad muestra concentración de medios en pocas manos, interconexiones entre medios de distinto formato con agendas informativas similares que, en la mayoría de los casos, replican estereotipos.

En los últimos años, se han desarrollado diferentes herramientas tendentes a crear conciencia y a demostrar el papel de los medios en la construcción de las representaciones de género en la sociedad.

Muchas veces, la falta de voluntad política para la implementación de políticas de igualdad estatales que incorporen la responsabilidad de los medios como instituciones de socialización deja un vacío en cuanto a impulsar estrategias informativas de comunicación que orienten el tratamiento no sexista de la información a divulgar de cada institución y que vinculen el enfoque de género con la ética periodística con la responsabilidad social, la calidad y las rutinas productivas de la información y comunicación. Por lo tanto, PROESA toma en cuenta las acciones afirmativas y se plantea reivindicar y hacer uso de los siguientes principios básicos para retomar los vacíos antes planteados:

- Dignidad
- No discriminación
- Libertad de expresión
- Respeto a las diversidades sexuales
- Laicidad
- No sexismo

## VIII. LINEAMIENTOS GENERALES PARA UNA EFECTIVA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

Es necesario que las áreas estratégicas conozcan de manera gradual las implicaciones y el impacto que genera promover una cultura inclusiva con perspectiva de género desde la competencia asignada a PROESA.

El término “sexismo” se utiliza en las ciencias sociales para nombrar el conjunto de actitudes, comportamientos y valores que introducen la desigualdad en el trato entre hombres y mujeres, sobre la base de la diferenciación del sexo.

Desde PROESA, se espera que el personal contribuya a la construcción de nuevos enfoques en las comunicaciones inclusivas aplicando los lineamientos siguientes:

8.1. Garantizar la transversalización desde el área de comunicaciones.

**La Gerencia de Comunicación de PROESA** garantizará el cumplimiento de la normativa en todo proceso comunicacional para la aplicación de los principios rectores de igualdad, equidad y no discriminación. En lo siguiente:

Planificar jornadas de capacitación permanente para el personal de comunicación de PROESA, fortaleciendo la actualización en los conocimientos en comunicación social como base fundamental para incluir el enfoque de género y haciendo efectivo los mandatos a nivel institucional según

**Art 15 y 34 de la LIE y el Art 8 de la LEIV:**

- Garantizar la emisión de documentos que no lleven imágenes sexistas estereotipadas donde oculten la participación activa en las economías a las mujeres para el desarrollo del país dentro del ámbito económico.
- Instruir al personal de todo PROESA para que en la comunicación interna y externa y de carácter institucional utilicen lenguaje inclusivo de manera gradual. Para ello, podrá cualquier área coordinar con la Unidad de Género y podrán hacer uso de la afirmación positiva. Desde el uso de la Guía Básica del lenguaje inclusivo construida en 2015.

## **8.2. Aplicación del enfoque institucional para la transversalidad.**

Todo documento debe llevar información de forma desagregada por género, teniendo en cuenta los procesos socialmente establecidos en los ámbitos laborales referidos a las inversiones y exportaciones, entre otros temas de suma relevancia.

Además, la información debe considerar la importancia de hacer análisis cualitativo y cuantitativo de los sectores y que muestren las condiciones y posiciones para la reducción de brechas existentes a mejorar para superar cualquier desigualdad por género.

### **8.2.1. Buscar siempre que sea posibles datos desagregados según sexo.**

Esto permitirá analizar la información de forma diferente y visibilizar una serie de indicadores relacionados con la categoría de género relacionada para PROESA con la economía. Un ejemplo es la división sexual del trabajo enfocada al empleo generados en las inversiones, exportaciones, socios públicos y privados, etcétera, teniendo en cuenta el proceso de transformación de roles, estereotipos y relaciones socialmente establecidas.

#### **8.2.1.1. Fuentes de interés:**

Para fortalecer un informe, es necesario utilizar fuentes primarias que generan información, entre las cuales pueden consultar las siguientes páginas: Observatorio de Igualdad de Género de América Latina y El Caribe, creado por la Comisión Económica para América Latina (CEPAL), ofrece periódicamente una serie de datos que ayudarán a reforzar las coberturas con datos estadísticos confiables y actuales. Puede verse en <http://www.cepal.org/oig/decisiones/>.

UNIFEM (Fondo de las Naciones Unidas para la Mujer) presenta una gran variedad de información: <http://www.unifem.org/>, al igual que ONU Mujer: <http://www.unwomen.org/>.

El RSCCLAC PNUD posee un portal en línea con información regional sobre género relacionadas a temáticas con enfoque de género: América Latina Genera - [www.americalatinalatnagenera.org](http://www.americalatinalatnagenera.org). Finalmente, se tienen datos nacionales, como por ejemplo la Encuesta Nacional de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM) y datos internos generados desde la misma PROESA.

### **8.2.2. Tener en cuenta las condiciones y posiciones de ambos sexos.**

- Prácticas y participación en: espacios públicos, reuniones, servicios, procesos políticos. A quién se admite, a quién se excluye y quién hace qué; asignación de tareas y responsabilidades específicas.
- Uso de tiempo: el género estructura la asignación y disponibilidad del tiempo y trabajo de hombres y mujeres. Hay que tener presente el triple rol de la mujer que le asigna la sociedad: productivo, reproductivo y comunitario.
- Tener en cuenta actividades o roles que desempeñan hombres y mujeres, como ser madres, amas de casa y proveedoras de las necesidades básicas de la familia. Asimismo, considerar las condiciones de trabajo que se traducen en: falta de alimentos, de agua potable, de vivienda, de energía eléctrica, de instalaciones sanitarias, de empleo, de ingresos.

### **8.2.3. Reconocer las estructuras que mantienen las desigualdades.**

Es necesario ir modificando de manera paulatina esta situación, prestando atención a los marcos normativos (legal y de costumbres; culturales). En este punto, es interesante incluir en las fuentes de consulta a representantes de los distintos poderes del Estado que tengan sensibilidad en cuestiones de género, quienes pueden facilitar datos concretos relacionados con normativas existentes relacionadas con la igualdad.

### **8.2.4. Lenguaje incluyente: una herramienta de cambio**

A la hora de hablar de género, el lenguaje es uno de los temas que mayor resistencia provoca en las comunicaciones.

En todo proceso comunicativo, debe tenerse siempre en cuenta que en cualquier texto en soporte escrito, televisivo o radiofónico deberá reconocerse tanto a las mujeres y hombres, por lo que pueden utilizarse los términos genéricos (ejemplos: persona exportadora, personas inversionistas) en vez de utilizar las voces masculinas y femeninas, entre otras.



Es necesario, a nivel de lenguaje, hacer un ejercicio permanente de incluir y visibilizar a las mujeres en todas y cada una de las propuestas comunicativas, en eventos realizados al interior de país, o fuera y con distintos sectores, lo cual implica revisar los discurso del titular a cargo de la autónoma.<sup>(4)</sup>

#### **8.2.4.1. Interna:**

Aplicar el enfoque de género en los procesos de comunicación en PROESA implica que todo el personal de la institución debe visibilizar a las mujeres, incorporando el uso de lenguaje inclusivo como parte de las buenas prácticas dentro de cada función asignada.

#### **8.2.4.2. C**

Distribución e impacto: Una vez publicada la información, será necesario evaluar la publicación así como también a quién llega y a quien impacta desde la nueva mirada.

Para medir los avances de la temática, se utilizarán indicadores que permitan medir los grados de uso del lenguaje inclusivo en el personal de PROESA y funcionariado público.

#### **8.2.5. Contenidos discursivos**

Se orienta que todo discurso dado por el titular de PROESA deberá tener implícito en su contenido la incorporación del lenguaje inclusivo desde el saludo hasta el cuerpo del discurso sin que en ningún momento sea discriminatorio para ningún de los géneros presentes incluyendo la comunidad LGBT.

#### **8.2.6. Noticias que promueven a PROESA**

Se deberá de colocar imágenes que fomenten el principio de la paridad, igualdad, equidad y no discriminación, así como en el contenido de cada noticia se debe de resaltar la labor de las mujeres y evitar imágenes y contenidos estereotipados que generen androcentrismo.

PROESA velará por colocar fotografías que revelen los trabajos no tradicionales de las mujeres en el mercado laboral, para lo que se suprimen imágenes que resalten los cuerpos estereotipados de las mujeres.

### **8.2.7. Promover imágenes inclusivas y no estereotipadas.**

La imagen tiene el poder de convencer y decir con inmediatez cualquier significado en este caso en ambos sexos. Se deben analizar los mensajes visuales evitando generar violencia simbólica para no legitimarla.

La Gerencia de Comunicaciones tendrá la responsabilidad de contribuir a erradicar la visión tradicional de las mujeres sobre sus funciones en la sociedad mediante la utilización no sexista de las imágenes de subordinación que generen inferioridad en mujeres trabajadoras. Las descripciones reproducen estereotipos en cuanto a roles de género (lo estético relacionado con lo femenino y lo intelectual con lo masculino). En el contenido de las imágenes, estas son innecesarias cuando buscan resaltar las cualidades físicas o la forma de vestir de mujeres: “La Ministra apareció en rueda de prensa elegantemente vestida”, por ejemplo, por lo que se debe de revisar los contenidos de las situaciones presentes en las imágenes utilizadas en cualquier folleto, guías, afiches, revistas, trípticos, banners entre otros contenidos de difusión, evitando utilizar imágenes cosificadas.

### **8.2.8. Eventos públicos**

Para ello, es necesaria la representatividad en las mesas de honor, donde se deben de incluir al menos dos mujeres acercándose a la paridad como principio rector de la igualdad tanto interna como externa.

### **8.2.8.Eventos públicos**

Para ello, es necesaria la representatividad en las mesas de honor, donde se deben de incluir al menos dos mujeres acercándose a la paridad como principio rector de la igualdad tanto interna como externa.

### **8.2.9.Imágenes en audio videos o documentales no sexista**

Al colocar imágenes, se debe de evitar el fomentar desventajas en la participación de las mujeres comparadas con los hombres. Por ejemplo, al diseñar un video se deben colocar fotografías de participación igualitaria aplicando el principio de la paridad. Sobre las misiones oficiales, deben de reflejar participación de ambos sexos evitando sesgos en la imagen que se proyecta.

Además, estas imágenes no pueden ser interpuestas bajo los intereses de quienes dirigen los procesos de publicación o toman las decisiones, por ende deberá de ser todo en función de la institucionalidad de PROESA. En ningún momento deberán mostrarse videos o imágenes que conlleven a colocar a las mujeres en planos de inferioridad y de los hombres de superioridad.

La música forma parte de la narrativa audiovisual. Es necesario tener presente qué tipo de musicalización se utiliza y las letras de las canciones para no caer en discriminaciones.

### 8.2.10. Campañas institucionales.

Según el art 34 de la LIE, la igualdad en la acción de los medios de comunicación y la publicidad deberá:

1. Revelar los logros de las mujeres y hombres en espacios no tradicionales.
2. Mostrar la diversidad de personas (etnia, edad, cultura, etc.)
3. No usar el cuerpo de la mujer para incitar al consumo.
4. Tener en cuenta el tamaño en el que aparecen las fotos y las personas.
5. La actitud y los gestos en que se presentan a las personas (no presentar a las mujeres con gestos infantiles y propósitos sexuales).
6. La posición del cuerpo, si se presenta cuerpo entero o sólo partes del mismo, y con qué intencionalidad.
7. Equilibrio numérico.

## IX. MODIFICACIONES Y VIGENCIAS

Las modificaciones de los presentes lineamientos serán aprobados por la presidencia previo conocimiento de la Comisión Institucional de Género, y deberán hacerse del conocimiento de todo el personal de la institución para su debida aplicación.

Los Lineamientos entrarán en vigor a partir del 08 de Marzo 2017, fecha de su aprobación y validación.



Sigfrido Reyes  
Presidente de PROESA  
FIRMA DE AUTORIZACIÓN

**PROESA**  
**caminando hacia la Cultura**  
**de la Igualdad, Equidad y**  
**NO discriminación**





**ELSALVADOR**

Grande como su gente



