MODALIDAD I

INSTITUTO NACIONAL DE LAS MUJERES

INSTITUTO DE LA MUJER PARA EL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA

META: 1303MI

ESTRATEGIA DE INTERVENCIÓN PARA IMPLEMENTAR LA PERSPECTIVA DE GÉNERO Y EL MANEJO DEL LENGUAJE INCLUYENTE NO SEXISTA EN LOS MEDIOS DE DIFUSION DE LA LOCALIDAD.

23 DE SEPTIEMBRE DE 2019

"Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos en el Programa". "Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo".

Contenido

INTRODUCCION 3
JUSTIFICACION 4
OBJETIVO GENERAL 6
DESARROLLO 6
RECOMENDACIONES 20
CONCLUSIONES 21
BIBLIOGRAFIA 22
ANEXOS 23

"Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos en el Programa". "Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo".

INTRODUCCION

El lenguaje es la principal forma de comunicación entre los seres humanos, a través de este expresamos sentimientos, emociones y necesidades básicas; sin embargo, este es el principal transmisor de discriminación, a través del cual se invisibiliza a las mujeres y las niñas en los diferentes ámbitos de la sociedad.

Esta discriminación atraviesa todas las categorías sociales, sin distinción de edad, etnia o clase económica, permeando de manera sutil y significativa en nuestra vida diaria. Reforzando las relaciones asimétricas entre hombres y mujeres, creando una posición jerárquica en los distintos ámbitos de la sociedad que invisibiliza a las mujeres y rechaza los cambios sociales y culturales que están sucediendo en nuestro entorno. Para ello es importante ser agentes de cambio e incidir en el uso del lenguaje incluyente y no sexista que permitan propiciar las bases conceptuales necesarias que visibilicen la situación y el papel de las mujeres en la sociedad en general.

Para lograr este objetivo de manera particular, es necesario capacitar mediante los procesos de enseñanza a los medios de comunicación del municipio de Playas de Rosarito, acerca del uso adecuado del lenguaje incluyente y no sexista. Los medios de comunicación en nuestra sociedad se encuentran inmersos en nuestra vida cotidiana y contribuyen a la construcción de sociedades. Sin embargo, no existe énfasis en la deodontología del periodismo, dedicando muy poco tiempo a la adopción de un lenguaje incluyente, por ende, no se cuenta con un criterio uniforme en la redacción de notas informativas, que deriva de un aprendizaje informal y hasta cierto punto personal.

Es por ello la importancia del presente trabajo tiene como objetivo incluir técnicas teóricas y prácticas que les permita desarrollar nuevos conceptos inclusivos y no discriminatorios. Se abordará temas como género, marco legal, comunicación y lenguaje incluyente que les permita adquirir mayor comprensión de las diferentes temáticas que se abordarán y favorecerá el nombrar y visibilizar de manera digna a los grupos que siempre han sido discriminados. Se instará mediante el aprendizaje lúdico la elaboración de algunas notas informativas que contengan lenguaje incluyente y no sexista que facilite su aplicación en sus funciones diarias.

El material que se utilizara en las actividades está dirigido a personas responsables de informar y comunicar a través de los diferentes medios de comunicación incluyendo la función pública y ámbitos independientes, que deseen adquirir conocimientos sobre el uso del lenguaje incluyente y no sexista.

"Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos en el Programa". "Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo".

JUSTIFICACION

Como agente de cambio ante las situaciones de discriminación en nuestra sociedad, existen diversas instituciones y organismos que han desarrollado diferentes herramientas que impulsan el cambio cultural y buscan reducir la brecha de desigualdad entre mujeres y hombres. Tal es el caso de la Organización de las Naciones Unidas, para la Educación la Ciencia y la Tecnología (UNESCO), reconoce la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres y las niñas como una de sus dos prioridades globales. Incluye en su Agenda 2030, la promoción de la educación de las mujeres y niñas en los ámbitos de las ciencias, recursos hídricos; acceso seguro al agua y el saneamiento; mujeres como agentes de transformaciones sociales; la promoción de la participación plena de la mujer en la vida cultural y los medios de comunicación y su empoderamiento mediante las TIC. Así mismo, la UNESCO combate la violencia contra la mujer en todas sus formas, incluyendo la violencia basada en el género relacionado con la escuela y la violencia basada en el género en las emergencias. Todas estas áreas contribuyen a la ejecución del ODS 5. La UNESCO también apoya a los países en su incorporación de la perspectiva de equidad de género a través de todos los ODS, entre otros mediante la recolección de datos desagregados por género. También proporciona asesoramiento sobre el fomento de la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres en todas las esferas de competencia de la Organización***.

En este contexto, México a través de sus mecanismos para salvaguardar los derechos humanos de la ciudadanía en su en el Art. 1 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, establece que todas las personas gozaran de los derechos humanos reconocidos en esta Constitución y en los tratados internacionales de los que el Estado Mexicano sea parte, así como de las garantías para su protección, cuyo ejercicio no podrá restringirse ni suspenderse, salvo en los casos y bajo las condiciones que esta Constitución establece.

Por su parte el CONSEJO NACIONAL PARA PREVINIR LA DISCRIMINACIÓN (CONAPRED), en su Plan Nacional para la Igualdad y No Discriminación PRONAIND 20014-2018, publicado por el Diario Oficial de la Federación el 30 de abril de 2014, cuyo objetivo fue articular la política antidiscriminatoria del país. Para lograrlo estableció líneas de acción especificas a diferentes dependencias de la Administración Publica Federal, con la finalidad de cada instancia adecue su normatividad y sus prácticas, para lograr la eliminación de disposiciones regulatorias y administrativas que favorezcan y toleren prácticas discriminatorias. Actualmente el PRONAIND 2019-2024, se encuentra en proceso de elaboración, por lo que para efectos de la presente nos apoyaremos en primero que se menciona.

"Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos en el Programa". "Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo".

Por su parte el Instituto Nacional de la Mujeres tiene como objetivo principal promover y fomentar las condiciones que den lugar a la no discriminación, igualdad de oportunidades y de trato entre los géneros, el ejercicio de todos los derechos de las mujeres y su participación equitativa en la vida política, cultural, económica y social del país. Para cumplir con este objetivo el INMUEJRES a través de su Programa de Fortalecimiento para la Transversalidad de la Perspectiva de Género, 2019, promueve que los mecanismos para el adelanto de las mujeres promuevan la incorporación de la Perspectiva de Género en el marco normativo, instrumentos de planeación, programáticos, como en las acciones gubernamentales para implementar dicha política en las entidades federativas y los municipios a través de su funcionamiento institucional. En apego a las reglas de operación del PFTPG, 2019, el Instituto de las Mujeres para el Estado de Baja California (INMUJER BC) participa con el proyecto Impulso Baja California, por la Igualdad de Trato en las Acciones de Gobierno del Estado de Baja California, el cual para el desarrollo del presente proyecto se logró realizar con el apoyo del Instituto Municipal de las Mujeres de Playas de Rosarito (IMMUJER), para lograr mejores resultados en la impartición de los talleres.

En este contexto se busca incidir en los medios de comunicación mediante los procesos de enseñanza que incorporen la perspectiva de género en sus actividades profesionales y se sumen al compromiso de hacer cambios en los paradigmas culturales que favorezcan los derechos de todas las personas, libre de discriminación y con plena dignidad humana. Se instará a las y los participantes del taller a identificar la reproducción de estereotipos que discriminan y vulneran los derechos de las personas y se buscara que los medios de comunicación sean agentes de cambio en los procesos culturales.

Es por ello necesario buscar la sensibilización de quienes se encuentran detrás de un periódico, revista, directivos, plataformas visuales, auditivas y digitales a que se sumen a la construcción de una sociedad incluyente, libre de prejuicios, estigmas y sean en consecuencia los transmisores de mensajes en favor de los derechos humanos y que visibilice y se nombre de manera adecuada a los grupos y personas en situación de discriminación.

"Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos en el Programa". "Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo".

OBJETIVO GENERAL

Generar una estrategia de intervención para la implementación de la perspectiva de género y el manejo del lenguaje incluyente, no sexista, en los medios de difusión del municipio de Playas de Rosarito.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Establecer una forma de publicidad que contenga la perspectiva de género y utilice el lenguaje incluyente y no sexista.
- Desarrollar una propuesta de estrategia de intervención de comunicación con perspectiva de género para los medios de difusión de Playas de Rosarito.

DESARROLLO

Para llevar a cabo el desarrollo de los talleres, se gestionó el apoyo de por parte de la titular de del Instituto Municipal de la Mujer de Playas de Rosarito, con quien se logró una amplia sinergia de trabajo y compromiso para llevar a cabo las actividades; su apoyo derivo en la convocatoria de los actores estratégicos de la localidad para lograr una adecuada cimentación de las actividades.

Se realizó el primer taller donde se tuvo la participación de 11 medios de comunicación de la localidad y se impartió el tema conceptos básicos de género, atendiendo a la siguiente dinámica.

Se inicia el taller con la bienvenida de los asistentes por parte de la Jefa de la Institucionalización de la perspectiva de género en el INMUJER, BC, y la directora Municipal del Instituto de la Mujer de Playas de Rosarito, quien apoyo en la convocatoria de los actores estratégicos. Ambas realizan la apertura de los trabajos y le ceden el uso de voz al instructor quien hace una breve referencia de su expertiz en el tema e insta a los participantes a hacer una breve presentación de sí mismos, mencionando su nombre, medio y que mencione las expectativas tiene del taller.

Esta dinámica da paso para iniciar con el marco normativo en relación al género haciendo referencia en los tratados internacionales ratificados por México, como la *Convención para la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación hacia la Mujer* (CEDAW) en 1979 y la cual fue ratificada por México 1981. En las últimas recomendaciones publicadas en *México ante la CEDAW*, 2018, el *Comité para la Eliminación de la Discriminación contra la Mujer: México, 2018,* recomienda en

"Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos en el Programa". "Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo".

materia del marco legislativo y definición de discriminación contra la mujer, numeral 12, apartado d) Apruebe una hoja de ruta dotada de recursos suficientes, un calendario y metas mesurables para obligar a las autoridades federales, estatales y locales a aplicar las leyes relativas a la prevención y eliminación de todas las formas de discriminación de facto de las mujeres, en particular indígenas, las afroamericanas, las migrantes, las mujeres con discapacidad, las mujeres lesbianas, bisexuales y transgénero y las otras personas intersexuales. SIC.

Así mismo, se menciona la importancia de Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer (Convención, Belem do Para) Brasil 1994, la cual establece por primera vez el derecho de las mujeres a vivir una vida libre de violencia y dio la pauta para la adopción de leyes y políticas sobre la prevención, erradicación y sanción de la violencia contra las mujeres en los estados parte en la Convención, formulación y planes nacionales, organización de campañas e implementación de protocolos y de servicios de atención, entre otras iniciativas; y ha sido un aporte significativo al fortalecimiento del Sistema Interamericano de Derechos humanos. SIC.

Otro de los tratados que se abordaron en el taller fue la *Conferencia de Beijing, 1995 plataforma de acción Beijing + 5 + 10 +15*, en su estrategia J. La Mujer y los Medios de Difusión, objetivo estratégico J.1. *Aumentar el acceso de la mujer y su participación en la expresión de sus ideas y la adopción de decisiones en los medios de difusión y por conducto de ellos, así como en las nuevas tecnologías de comunicación y el objetivo estratégico* J. 2 *Fomentar una imagen equilibrada y no estereotipada de la mujer en los medios de difusión.* Estos objetivos responden a las medidas que han de adoptar los estados parte al adherirse a la plataforma antes mencionada.

Los tratados antes mencionados han sido significativos en la armonización legislativa de nuestro país y de nuestra Carta Magna, haciendo referencia especial al Art. 1 y 4to. De la *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos* los cuales hacen referencia a garantizar el respeto de los derechos humanos de las personas y vivir libres de discriminación; por su parte el artículo 4to. Refiere que la mujer y el hombre son iguales ante la ley y su derecho a recibir decidir de manera libre la familia que desea formar, derecho a la educación, vivienda, cultura, salud, medio ambiente, cultura física y deporte.

Dando cumplimento a los tratados y artículos mencionados, México publica el 2 de agosto de 2006, en el Diario Oficial de la Federación, la *Ley General Para la Igualdad entre Mujeres y Hombres* y su objeto principal es regular y garantizar la

"Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos en el Programa". "Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo".

igualdad de oportunidades y trato entre mujeres y hombres, proponer los lineamientos y mecanismos institucionales que orienten a la nación hacia el cumplimiento de la igualdad sustantiva en los ámbitos público y privado, promoviendo el empoderamiento de las mujeres y la lucha contra toda discriminación basada en el sexo.

De igual manera, el 1ro. De febrero de 2007 se publica la *Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida libre de Violencia* y tiene por objeto establecer la coordinación entre la federación, las entidades federativas y los municipios para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres, así como los principios y modalidades para garantizar su acceso a una vida libre de violencia que favorezca su desarrollo y bienestar conforme a principios de igualdad y de no discriminación.

Estas dos últimas leyes se han armonizado en los en los estados y municipios del país, siendo en Baja California la adoptada más recientemente en el estado la *Ley para la Igualdad de Trato y Oportunidades entre Mujeres y Hombres del Estado de Baja California,* el 13 de noviembre de 2015 en el Periódico Oficial, lo que significó para años anteriores en el estado la poca certidumbre jurídica para garantizar la igualdad, no discriminación y el respeto a la vida digna. Actualmente se continúa avanzando en la aplicación, acción y ejecución de los instrumentos de la política tanto nacional como estatal en materia de igualdad entre hombres y mujeres.

Una vez presentado el marco legislativo en materia de protección de los derechos humanos de las mujeres se inició la capacitación sensibilización en género, iniciando con los conceptos básicos, como género, sexo, igualdad de género y lenguaje; presentando las siguientes definiciones:

<u>Género:</u> se refiere a los conceptos sociales de las funciones, comportamientos, actividades y atributos que cada sociedad considera apropiados para los hombres y las mujeres. Las diferentes funciones y comportamientos pueden generar desigualdades de género, es decir, diferencias entre los hombres y las mujeres que favorecen sistemáticamente a uno de los dos grupos. OMS

<u>Sexo:</u> se refiere a las características anatómicas y fisiológicas que identifican a una persona como mujer o como hombre, estas pueden ser clasificadas en los siguientes niveles: genético, cromosomatico, hormonal, afectivo y genital.

<u>Igualdad de Género:</u> Consiste en la igualdad de derechos, responsabilidades y oportunidades para todas las personas. Es un pilar necesario para lograr un mundo sostenible, pacifico, prospero, saludable y que no deje a nadie desatendido. Es un

"Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos en el Programa". "Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo".

derecho humano fundamental establecido en la Declaración Universal de los Derechos Humanos y es esencial para alcanzar todos los objetivos del Desarrollo sostenible (ODS). OMS

Rol: Conjunto de comportamientos, funciones, tareas y responsabilidades aprendidas en grupos, comunidades o sociedades y que generan expectativas y/o exigencias sociales y subjetivas.

Estereotipo: idea preconcebida que define las características de cada sexo. Ejem. Mujer, sinónimo de dulce, materna, ordenada, tierna, etc.; Hombre, sinónimo de fuerte, atrevido, etc.

Cabe mencionar que cuando se presentaron los conceptos anteriores se generaron varias opiniones encontradas respecto hacia si esta nueva corriente feminista era algo necesario o una cuestión de poder del sector femenino y se generó un debate interesante entre las y los participantes donde cada uno expuso su opinión respecto. La media de edad del grupo oscilaba entre los 35 y 59 años de edad, la mayoría con amplia experiencia periodística e informativa, por lo que incidir para generar cambios en sus paradigmas del pensamiento resulto bastante complicado. Se percibía a grandes rasgos un apego al machismo dogmático el cual predomino en los participantes de mayor edad. Fue necesario presentar diferentes ejemplos para reforzar cada uno de los conceptos que se manejaron. Es importante precisar que resulto más complicado para los hombres que para las mujeres la asimilación de la información.

Lenguaje: es el sistema a través del cual el hombre o los animales comunican sus ideas y sentimientos, ya sea a través del habla, la escritura u otros signos convencionales pudiendo utilizar todos los sentidos para comunicar.

Estos conceptos se fueron presentando uno a uno explicita; resolviendo cada una de las dudas y ampliando la información según las necesidades de comprensión que se observaron, con la intención de no perder de vista el objetivo del taller. Se encamino poco a poco hacia el uso del lenguaje como instrumento de poder que enseña, relaciona, entretiene, informa, expresa y emociona; el cual puede o no tener un impacto preponderante en la sociedad, tal es el caso que nos compete ahora, el de visibilizar a las mujeres y las niñas a través del lenguaje en los medios de comunicación.

Una vez abordado el tema de lenguaje, se hizo énfasis en que se menciona lo masculino como un genérico o como neutro. Lo cual es incorrecto, ya que en nuestra lengua el neutro es inexistente para los sustantivos. En nuestra lengua solo existe,

"Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos en el Programa". "Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo".

como neutro, el articulo “lo”, los demostrativos “ese”, “este” y “aquel”, el pronombre persona de tercera persona y los reflexivos “se” y “si”. Se presentaron algunos ejemplos como:

- Los habitantes nunca están conformes con el transporte NO RECOMENDADO
- Nunca se está conforme con el transporte RECOMENDADO
- Los defeños ahorran bastante NO RECOMENDADO
- En el D.F. se ahorra bastante RECOMENDADO

Así mismo, se abordó el uso de los genéricos, los cuales son los más adecuado para representar a las personas y visibilizar a las mujeres en la sociedad. Nombrar a las niñas, niños, mujeres y hombres de la misma manera que nombramos a las personas cuando queremos en claro a quién nos referimos. Sin embargo, a veces el nombrar femeninos y masculinos, resulta engorroso, se pueden utilizar los genéricos. Y se presentaron los siguientes ejemplos:

La infancia
- La niñez, en lugar de los niños
- La población, en lugar de los habitantes
- La ciudadanía, en lugar de los ciudadanos
- La descendencia, en lugar de los hijos
- El personal, en lugar de los trabajares.

En este apartado se hizo un resumen de los conceptos que presentaron y se guía hacia el cierre del taller con aportaciones de las y los participantes donde se plantea que el lenguaje es una de las facultades más complejas del ser humano, que se adapta a la época, el contexto y los acontecimientos, teniendo la capacidad de incorporar nuevas expresiones, modismos y neologismos. Este sistema se encuentra en constante evolución, pero siempre está impregnado por las distintas corrientes de expresión que caracterizan a la época pero que discriminan y vulneran a las mujeres.

Para continuar con el segundo taller se iniciaron los trabajos con una breve bienvenida a las y los participantes y se les invito a recordar la temática presentada en la sesión pasar y se les pidió mencionar de forma breve ¿Qué conceptos recuerdan? Y ¿De qué manera pueden incluir en sus actividades profesionales? Y se les pidió a las y los participantes que piensen y escriban en las hojas en blanco las siguientes preguntas ¿Por qué es importante la función que ellas/os realizan? Y

“Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos en el Programa”. “Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo”.

¿A quién comunicas? De esta manera se inició la introducción a los siguientes conceptos básicos que se deben considerar al momento de comunicar:

Comunicación: favorece la adopción de determinados valores, hábitos, actitudes en torno a problemas sociales concretos. Busca que el destinatario acepte, modifique o abandone ciertas ideas o conductas. Permite la transformación cultural y abre el camino a la construcción de una sociedad más equitativa.

Perspectiva de Género: se refiere a la metodología y los mecanismos que permiten identificar, cuestionar y valorar la discriminación, desigualdad y exclusión de las mujeres, que se pretende justificar con base en las diferencias biológicas entre mujeres y hombres, así como las acciones que debe emprenderse para actuar sobre los factores de género y crear las condiciones de cambio que permitan avanzar en la construcción de la igualdad de género.

Discriminación: toda distinción, exclusión, restricción o preferencia que por su acción u omisión, con intención o sin ella, no sea objetiva, racional ni proporcional y tenga por objeto o resultado obstaculizar, restringir, impedir, menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos y libertades, cuando se base en uno o más de los siguientes motivos: el origen étnico o nacional, el color de piel, la cultura, el sexo, el género, la edad, las discapacidades, la condición social, economía, de salud o jurídica, la religión, la apariencia física, las características genéticas, la situación migratoria, el embarazo, la lengua, las opiniones, las preferencias sexuales, la identidad o filiación política, el estado civil, la situación familiar, las responsabilidades familiares, el idioma, lo antecedentes penales o cualquier otro motivo.

En este punto se logró redefinir el concepto de comunicación con perspectiva de género, entendiéndose como: toda la información en su totalidad de los temas, deberán ser tratados con perspectiva de género; entendiéndose el género como categoría descriptiva, el cual visibiliza las desigualdades entre mujeres y hombres. El género, deberá ser abordado de forma analítica y política, permitiendo interpretar las desigualdades y la distribución de los poderes entre los géneros, la discriminación y la subordinación de las mujeres en la sociedad.

Es importante destacar que en este apartado, también, se hizo alusión a los factores que inciden en el origen de la discriminación, como la formación de estereotipos y prejuicios, que generaron en este tema en particular, debate entre las y los participantes acerca de sus construcciones personales sobre las características que determinan lo que debe hacer un hombre o una mujer, retomando el concepto de género y sexo y confluyendo entre si las capacidades de las mujeres y los hombres

"Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos en el Programa". "Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo".

son iguales en todos los contextos. Lo que favoreció al expositor para dar pie al siguiente subtema en el cual se abordó la importancia de al momento de realizar una nota informativa es necesario plasmar una opinión personal o si siempre debe contener información más objetiva.

Para ello se les brinda el concepto de Brand o Marca: entendiéndose que es todo aquello que le ayuda al posible consumidor/a o publico a desarrollar una opinión sobre la empresa o producto, servicio o gobierno.

En este apartado se les explico acerca de la importancia de construir una marca o generar una identidad propia informativa. Aquí se mostró un ejemplo claro sobre uno de los medios de difusión que se encontraba presente, quien maneja dos plataformas: Cero grados, es una plataforma donde el periodista expresa su opinión personal sobre un acontecimiento de relevancia en la sociedad; y, Tribuna Pública, es un espacio de colaboración entre tres periodistas donde presentan las noticias o acontecimientos relevantes del municipio de manera clara y precisa, omitiendo generar controversia u opiniones personales.

Para conseguir un alto impacto en la ciudadanía los medios de comunicación necesitan un público que pueda comprar lo que ellos ofrecen por lo cual la información deberá ser emanada de fuentes fidedignas y certeras. Y deberá contener los siguientes aspectos: a) Representar algo, b) Expresar Emoción, c) Comunicar, d) Valor (económico) y e) Relaciones Publicas y Atención a la Ciudadanía; y se agrega un aspecto más que es la f) Perspectiva de Género, la cual será una herramienta que mostrará las diferencias entre mujeres y hombres, así como sus necesidades diferenciadas y específicas.

Por lo tanto, es importante considerar el tipo de público al que el medio de difusión quiere impactar y cuál será su estrategia para lograrlo. Esta estrategia deberá tener en cuenta el tipo de público al que se quiere llegar, siempre escuchando y atendiendo las necesidades del interlocutor, es importante conocer ¿quién es tu público? ¿Qué hace? ¿Cómo piensa? ¿Qué le preocupa? ¿Por qué le interesan tus artículos? Pero el aspecto más importante a cuidar y resaltar deberá ser el lenguaje que se utilice o se maneje en la información brindada.

Para lograr comunicar de forma incluyente y no sexista, es necesario comunicar sin discriminar, con una amplia visión del género, enfocada a construir una sociedad más equitativa. Incorporando nuevos conceptos, nuevas palabras, nuevas expresiones que sean incluyentes para las mujeres. Nuestra herramienta para lograrlo será a través de la publicidad, la cual se entiende por la colocación de avisos y mensajes persuasivos, en tiempo o espacio comprado, en cualesquiera de los

"Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos en el Programa". "Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo".

medios de comunicación por empresas lucrativas, organizaciones no lucrativas, agencias del estado y las personas que intentan informar y/o persuadir a las y los miembros de un mercado meta en particular o a audiencias acerca de sus productos, servicios, organizaciones o ideas.

Por lo tanto, Publicidad con enfoque de género es:

1. La supresión de cualquier forma de violencia contra las mujeres, niñas y niños de forma verbal, física, psicológica, económica y sexual (implícita y explicita).
2. Promover el equilibrio entre hombres y mujeres, quienes comparten un mismo hábitat y responsabilidades.
3. Eliminar la aparición de imágenes de mujeres en situaciones, condiciones o roles peyorativos.
4. No representar a las mujeres desde un punto de vista masculino. Presentar imágenes de mujeres y hombres en igualdad de circunstancias y capacidades.
5. No Presentar imágenes de personas como objetos sexuales.
6. Imágenes de “humor” a costa de la dignidad de las personas.
7. Asociaciones clásicas de roles entre los sexos.
8. El hombre o la mujer como consumidor de placer. No cosificar.

De acuerdo a lo anterior, se fue haciendo el cierre de la sesión, donde se le solicito a los participantes generar sus aportaciones personales de cómo sería una nota informativa incluyendo la perspectiva de género y se obtuvo lo siguiente: La información ya sea verbal o escrita deberá ser respetuosa de los derechos de todas las personas, evitando ser discriminatoria en todo momento, tanto en imágenes como en textos y deberá ser incluyente. Si se considerara la utilización de imágenes se deberá cuidar el contenido de la locación que no estereotipe a hombres y mujeres y fomente la desigualdad entre ambos. Los mensajes que emitan deberán ser simples y enfocados en un beneficio que los haga relevantes y dirigidos a mujeres y hombres. Si la información es relativa a otra persona, la información deberá describir a la otra persona tal y como es y no emitir una lista de creencias personales y adjetivos calificativos que solo contribuyen a los estereotipos. Se deberá fortalecer siempre la idea que mujeres y hombres son iguales en derechos y que tienen las mismas oportunidades; que ambos transitan por una amplia gama de capacidades de acuerdo a sus interés, momentos, gustos y posibilidades. Promover el equilibrio en las responsabilidades familiares, del hogar y del trabajo. Mostrar familias tradicionales, homoparentales o heteroparentales y extensas, entre otras.

“Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos en el Programa”. “Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo”.

Para desarrollar la mesa de trabajo se dio la bienvenida a las y los asistentes y reanudaron los trabajos con un breve repaso de los conceptos aprendidos. Se le pidió a cada uno de los participantes mencionar por lo menos un concepto que hayan logrado retener de las sesiones pasada. Así cada uno dio su aportación personal sobre su aprendizaje y opinión. A manera de reforzar los conceptos aprendidos, en las mesas de trabajo había diferentes periódicos publicados al día; se les pidió a las y los participantes que tomaran un periódico cada quien se identificaran publicaciones de tipo sexistas y discriminatorias. Se les dio un tiempo para seleccionar sus notas. Después se retomó la actividad y se le pidió a cada uno de las y los participantes leer sus notas y explicar ¿Por qué consideran que esa nota es discriminatoria y/o sexista? Cada uno participo exponiendo sus razones y se les retroalimento. Este trabajo, genero varios puntos de vista encontrados entre las y los participantes, debido a que sus paradigmas culturales se encuentran muy arraigados y fue necesario retomar los conceptos de sensibilización en género y promover en ellos la cultura del respeto a los derechos humanos y las practicas no discriminatorias.

Cabe mencionar que en este punto los trabajos se enfocaron a trazar una estrategia de invención publicitaria para implementar la perspectiva de género y el manejo del lenguaje incluyente y no sexista. De esta manera, se les guio hacia cuales creen son los puntos que se deben considerar como estrategia de publicidad para incorporar la perspectiva de género en sus publicaciones, obteniendo los siguientes resultados:

"Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos en el Programa". "Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo".

ESTRATÉGIA DE DIFUSIÓN CON PERSPECTIVA DE GÉNERO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE PLAYAS DE ROSARITO.

OBJETIVO

Objetivo principal:
Establecer un compromiso entre las y los integrantes del Club de Prensa de Playas de Rosarito Pedro Arias Guzmán para que incorporen la Perspectiva de Género en los medios de comunicación del municipio de Playas de Rosarito.

Objetivos Específicos:

- Generar un compromiso entre los integrantes de Club de Prensa Pedro Arias Guzmán para incorporar la Perspectiva de Género en los medios de comunicación.
- Capacitar al Club de Prensa en los temas de genero
- Generar un observatorio de medios de comunicación en Playas de Rosarito.

EL CLUB DE PRENSA DE PLAYAS DE ROSARITO, PEDRO ARIAS GUZMAN

Playas de Rosarito cuenta con *El Club de Prensa Pedro Arias Guzmán, A.C.,* la cual es una organización civil que tiene más de 10 años de sesionar en el municipio y está conformada por diversos medios de comunicación, entre los que destacan Ecos de Rosarito, CNR Noticias, Que Poca, Contexto Rosarito, Excalibur, Cero Grados, Canal 73, Baja Noticias, Tribuna Pública, Séptimo Día, AFN Noticias, Independientes entre otros medios de comunicación. Es una organización formal que cuenta con una estructura propia y actualmente su mesa directiva está conformada de la siguiente manera:

Mesa Directiva 2019-2021
Antonio Azuara Álvarez – Presidente
Crispín Garrido Macilla – Vicepresidente
Ma. Guadalupe Ramírez Medrano – Secretaria General
Luis Enrique Armendáriz – Tesorero
María Concepción Rangel de Romo – Vocal
Blanca Estela Madrigal Cesar – Vocal

"Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos en el Programa". "Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo".

Su compromiso principal ligado a mantener la unión, igualdad y respeto entre quienes representan los medios de comunicación en el municipio. Gran parte de los miembros de este grupo estuvieron presentes en la primera fase de capacitación para generar esta estrategia, mostrando interés y participación en el desarrollo de la misma. Por tal motivo, se consideró prioritario poder impulsar a través de este grupo, la estrategia de difusión que aquí se propone.

1. PUBLICO META

El público al que buscamos impactar es a las mujeres, para generar un empoderamiento importante a través de los mensajes e información que se publique. Logrando con ello, visibilizar, educar y formar en los derechos de las mujeres, identificación de las situaciones de violencia y discriminación, donde se visualice los diversos estilos de vida de las mujeres y su aportación a la sociedad. De forma indirecta, se busca que el impacto genere en los hombres mayor conciencia sobre las formas de visibilizar a las mujeres, micromachismos y actos discriminatorios.

2. CAPACITAR EN TEMAS CON PERSPEPECTIVA DE GENERO.

Para poder establecer una línea de trabajo objetiva será necesario complementar la formación de las y los integrantes del Club de Prensa Pedro Arias Guzmán en temas como:

- Igualdad de genero
- Uso del Lenguaje incluyente en los medios de comunicacion
- Prevención de la violencia de genero a través de los medios de comunicación
- Formación para publicistas, diseñadores/as, creativos/as en marketing para la incorporación de la perspectiva de género en sus campañas publicitarias.
- Utilización de las redes sociales con perspectiva de género.

3. COMO DIFUNDIR LA ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN CON PERSPECTIVA DE GÉNERO.

Para difundir la estrategia será necesario el compromiso de las y los integrantes del CLUB DE PRENSA Pedro Arias Guzmán y demás medios de

"Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos en el Programa". "Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo".

comunicación que deseen adherirse a la estrategia, que permita dar seguimiento, difusión y resultados de la misma.

Para lograrlo será necesario:

- Generar un compromiso escrito por las y los integrantes de Club de Prensa y demás medios que deseen adherirse a la propuesta.
- Visibilizar a las mujeres rosaritenses, en todas las publicaciones, mensajes y contenidos que se generen dentro del club de Prensa, que fomente la inclusión y el respeto a los derechos humanos.
- Regular que las publicaciones que se realicen en medios impresos, redes sociales, notas informativas, radio y televisión no tengan contenido discriminatorio, sexista, ni violente los derechos humanos de las mujeres.
- Concientizar a la ciudadanía a través de los mensajes, publicaciones e imágenes sobre la igualdad de trato entre mujeres y hombres.
- Generar campañas en las diversas plataformas de comunicación que promuevan los derechos de las mujeres.
- Desarrollar un observatorio de medios de comunicación que regule las publicaciones en favor de las mujeres.

4. EL CLUB DE PRENSA COMO AGENTE REGULADOR DE LA PUBLICIDAD

Se busca que el Club de Prensa pueda fungir como agente regulador de la información que se genere. Procurando de forma bimestral hacer un análisis de los contenidos que se generaron durante ese periodo y se visibilice cuando una nota publicitaria no cumpla con lo que se propone. El grupo está comprometido a dar seguimiento a las publicaciones que sus integrantes realicen, verificando que estos se apeguen a la estrategia de difusión con perspectiva de género, fungiendo como medio de regulador para atender los temas prioritarios en favor de las mujeres rosaritenses. Las publicaciones que se generen deberán ser incluyentes no sexistas en todas sus formas de difusión (escrita y visual). El objetivo principal será el de visibilizar a las mujeres en las publicaciones que se generen; las publicaciones deberán ser escritas de forma clara y precisa que invite a modificar los paradigmas, actitudes y comportamientos discriminatorios dentro de la sociedad y favoreciendo todos los sectores de la población.

"Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos en el Programa". "Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo".

5. MESAJES PUBLICITARIOS

Una realidad es que la información circula constantemente generando opiniones diversas en la ciudadanía, las formas en que nos comunicamos determinan como nos vemos y nos relacionamos como sociedad, para ello es importante que los mensajes que se generen comprendan cambios estructurales que conlleven a una sociedad más igualitaria. Para ello deberán considerarse los siguientes puntos cuando se requiera elaborar un mensaje en cualquier plataforma: radio, televisión, periódicos y redes sociales

- Lenguaje incluyente, escrito o visual, mensaje claro y preciso.
- Evitar sexualizar o etiquetar a hombres o mujeres en una acción por definida por su sexo.
- Deberá visibilizar a las mujeres en el marco de sus derechos humanos de forma equilibrada y objetiva.
- Fundamentarse en investigaciones de género y derechos humanos.
- Responder a las recomendaciones de organismos nacionales e internaciones, la legislación vigente que promueva la igualdad entre mujeres y hombres, la eliminación de estereotipos y la erradicación de la violencia de genero.

6. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Se deberá establecer un día cada bimestre para evaluar y analizar los contenidos generados durante ese periodo. Verificando que cumplan con la estrategia de difusión con perspectiva de género, así como la respuesta que se genera en la ciudadanía.

Una vez desarrollados los puntos anteriores, se les entrego el encabezado de un tema para que utilizando la estrategia de intervención lo desarrollen, lo expongan y hagan énfasis en la redacción positiva que utilizo.

De esta manera, se concluyó la mesa de trabajo, logrando la comprensión de los contenidos y la aceptación de los mismos, incidiendo en las prácticas profesionales de los medios de comunicación que favorece la incorporación de algunos conceptos de género en su vocabulario, generando una buena práctica para la sociedad.

"Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos en el Programa". "Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo".

Cabe destacar que las y los asistentes en su mayoría son miembros del *Club de Prensa, A.C. de Playas de Rosarito "Pedro Arias Guzmán"* le hicieron una atenta invitación al expositor a participar en su próxima sesión para informar sobre los resultados que se generaron en el taller y se expongan los puntos que se generaron en la estrategia de comunicación con perspectiva de género para Playas de Rosarito. Ello creo expectación y buenos comentarios de quienes no pudieron asistir al taller y se buscara la manera de que, entre los miembros del Club de Prensa, puedan seguir actualizándose y preparándose en los temas de género.

"Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos en el Programa". "Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo".

RECOMENDACIONES

Siguiendo la expresión de María Ángeles Calero “No se olvide que el pensamiento se modela gracias a la palabra, y que solo existe lo que tiene nombre” se recomienda continuar con los procesos de formación en la utilización del lenguaje incluyente y no sexista a los medios de comunicación de Playas de Rosarito. Si bien es cierto que se atendió cierto sector de los medios de comunicación, llama la atención que entre las y los participantes no había jóvenes, que se dediquen a esta profesión. Por lo que sería importante considerar ¿cuál fue el factor que determino solo considerar un tipo de población? Y una vez identificada la situación se permee el taller en las diversas poblaciones de los medios de comunicación.

Se sugiere mantener los acuerdos establecidos en la estrategia de publicidad que les permita avanzar en la igualdad entre mujeres y hombres y aporte herramientas que contribuyan a visibilizar al a mujer y generar un cambio en los paradigmas del pensamiento social. Así mismo, se sugiere que el Club de Prensa, A.C. “Pedro Arias Guzmán” funcione como mecanismo regulador de los medios de comunicación en el municipio y emita las recomendaciones pertinentes que favorezcan un periodismo inclusivo y con respeto a la dignidad de los derechos de las personas.

Es importante mantener los procesos de enseñanza en el municipio, que favorezca la actualización continua en sus áreas de desempeño, así como actualización en los temas de relevancia. Existen instituciones gubernamentales que pueden aportar procesos de formación de forma gratuita en los diversos temas que se abordan en la sociedad, para ello es necesario establecer un vínculo de comunicación efectivo que les permita continuar su desarrollo profesional.

“Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos en el Programa”. “Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo”.

CONCLUSIONES

Desde la concepción nuestro comportamiento y pensamiento estamos condicionados por el género, el cual se define por una identidad femenina o masculina, valorándonos de manera distinta en cuanto a habilidades y fortalezas a hombres y mujeres. El género, se encuentra institucionalmente estructurado y se va perpetuando a través de la familia, escuela, estado, iglesias, medios de comunicación, etc.; o a través de los sistemas simbólicos, como las costumbres, ritos o lenguaje y/o a través de normas y valores los cuales pueden ser Jurídicos, científicos y políticos, estableciendo en Si los Roles de Género en la Sociedad. Sin embargo, la única diferencia real entre mujeres y hombres es la biológica.

Luchar contra los estereotipos de género es una tarea ardua y compleja, debido a que representa un cambio de pensamiento estructurado y cultural difícil de erradicar, sin embargo, mantener estos esquemas seguirá perpetuando la desigualdad entre mujeres y hombres. El presente documento, busca erradicar la discriminación contra las mujeres a través del lenguaje; utilizándolo como herramienta para incidir en los medios de comunicación y visibilizar la diversidad de mujeres en una sociedad. Los medios de comunicación, representan el mayor agente socializador y son quienes son quienes más perpetúan y trasmiten los estereotipos de mujeres y hombres, conduciendo sobre todo a las mujeres la marginación, la exclusión y discriminación; Por esta razón, es importante capacitar a los profesionales de la difusión acerca del uso del lenguaje incluyente y no sexista.

En esta ocasión se capacito a un grupo de profesionales de los medios de comunicación del municipio de Playas de Rosarito, logrando una sinergia y comprensión de los temas que se abordaron, pero sobre todo lograr sensibilizar a los presentes sobre la importancia de visibilizar a la mujer a través del lenguaje. Para ello, los trabajos se condujeron a generar una estrategia de publicidad que integre la perspectiva de género, considerándola una buena práctica incluyente para la sociedad Rosaritense. Las y los participantes generaron el compromiso de cumplir y dar seguimiento a la estrategia de publicidad mediante el Club de Prensa, A.C. de Playas de Rosarito *“Pedro Arias Guzmán”.*

“Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos en el Programa”. “Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo”.

BIBLIOGRAFIA

1.- https://www.conapred.org.mx/index.php?contenido=pagina&id=615

2. https://www.gob.mx/inmujeres/que-hacemos

3. https://www.gob.mx/inmujeres/acciones-y-programas/fortalecimiento-a-la-transversalidad-de-la-perspectiva-de-genero?idiom=es

4. http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/1_090819.pdf

5. http://agenda2030.mx/ODSopc.html?lang=es#/about

6. https://www2.unwomen.org/-/media/field%20office%20mexico/documentos/publicaciones/2018/11/mexico%20ante%20la%20cedaw%202018%20web.pdf?la=es&vs=3528

7. https://www.oas.org/es/mesecvi/docs/Folleto-BelemdoPara-ES-WEB.pdf

8 http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/1_090819.pdf

9 http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGIMH_140618.pdf

10 http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGIMH_140618.pdf

11. https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/gender

12. https://www.significados.com/lenguaje/

13. https://www.gob.mx/conavim/articulos/que-es-la-perspectiva-de-genero-y-por-que-es-necesario-implementarla

14. https://www.cndh.org.mx/sites/all/doc/cartillas/2015-2016/21-Discriminacion-DH.pdf

"Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos en el Programa". "Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo".

ANEXOS

Reunión: Invitación especial al *CLUB DE PRENSA, A.C. PLAYAS DE ROSARITO "PEDRO ARIAS GUZMAN"* donde se expuso *la estrategia de intervención para implementar la perspectiva de género y manejo del lenguaje incluyente No sexista en los medios de difusión*, de forma breve.

Fecha: 16 de Septiembre de 2019.

"Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos en el Programa". "Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo".

"Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos en el Programa". "Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo".