



Tipo de documento: Tesina de Grado de Ciencias de la Comunicación

Título del documento: Trabajo : estrategia de comunicación para la inclusión laboral de personas trans en empresas

Autores (en el caso de tesis y directores):

Mariana Morello

Fernanda Lizaso

Daniela Bruno, tutora

Victoria Pedrido, co-tutora

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis: 2016

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR





UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

TRABAJO

Estrategia de comunicación
para la inclusión laboral de personas trans en empresas

TESINA DE LA CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Mariana Morello | marianamorello@gmail.com | 156 651 8968
Fernanda Lizaso | ferlizaso@gmail.com | 155 513 4951

Directora
Daniela Paola Bruno

Co- Directora
Victoria Pedrido

JULIO 2016

1. INTRODUCCIÓN	3
2. PRESENTACIÓN DEL ESCENARIO	4
3. DISEÑO ESTRATÉGICO EN COMUNICACIÓN	7
3.1. Análisis situacional desde la comunicación	8
3.1.1 MARCO CONCEPTUAL: LA COMUNICACIÓN	10
a) Un recorrido por algunas perspectivas comunicacionales	10
b) Planificación social y comunicación	12
c) La comunicación estratégica	15
3.1.2 MARCO CONCEPTUAL: LA SUBVERSIÓN DEL GÉNERO	18
a) Sexos y géneros	18
b) Nuevos sexos, nuevos géneros, nuevas sexualidades	19
c) Sexualidades, cuerpos y trabajo	21
d) Cuerpos disidentes	22
3.1.3 ENFOQUE METODOLÓGICO EN LA INVESTIGACIÓN	23
3.1.4 ANÁLISIS	27
a) Ámbitos que expulsan	27
b) Trabajo sexual/Prostitución	29
c) Organización política y marco legislativo	30
d) Voces de personas trans sobre el acceso al trabajo	32
e) Trabajo y población trans: iniciativas del Estado	33
f) Trabajo y población trans: iniciativas del sector privado	38
3.1.5 IDENTIFICACIÓN DE PROBLEMAS	43
a) Identificando necesidades y demandas	45
3.1.6 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA FOCAL Y DEL PATRÓN GENERAL DE ACTUACIÓN	46
a) De la estrategia al plan de acción	48
4. PROPUESTA	49

4.1 TRABAJO EN EMPRESAS - PRIMERAS EXPERIENCIAS LABORALES DE PERSONAS TRANS	49
4.2 PLANIFICACIÓN DE LAS ACCIONES	52
4.2.1 Planificación de las acciones en la empresa	52
a) Talleres de sensibilización y formación al personal de Recursos Humanos	52
b) Talleres de sensibilización y formación a líderes y equipos de trabajo	63
c) Taller de producción de piezas de comunicación	69
4.2.2 Planificación de las acciones en el espacio educativo de personas trans	70
a) Taller de armado de CV	70
b) Taller de entrevista laboral y conversatorio	73
c) Charla introductoria sobre la inducción	75
5. CONCLUSIONES	77
5.1 A MODO DE CIERRE	78
6. BIBLIOGRAFÍA	79

1. INTRODUCCIÓN

Esta tesina propone un diseño estratégico en comunicación para contribuir a la lucha política del colectivo trans con relación a su inclusión laboral en el mercado de trabajo formal, específicamente en el ámbito empresarial privado.

Las personas trans (travestis, transexuales y transgéneros) comparten algunos rasgos en común: se autoperciben con un género diferente al que se asocia con su sexo biológico y sufren exclusión, discriminación y estigmatización en una sociedad que tiene por hegemónica la matriz binaria de sexos y géneros. Esta manera de pensar las identidades estructura las representaciones sociales y, en la mayoría de los casos, la consecuencia es la expulsión de las personas trans de todos los ámbitos de socialización.

Si bien en los últimos años la lucha política del colectivo trans ha conseguido su reconocimiento por parte del Estado como sujetos/as de derechos, aún queda mucho por hacer para que la legislación conquistada se manifieste en el acceso real a los derechos.

En este trabajo presentaremos el análisis situacional que realizamos sobre este complejo escenario, a partir del cual definimos abordar la falta de inclusión de personas trans en ámbitos laborales del sector privado como nudo crítico. El propósito de la estrategia que diseñamos es, entonces, favorecer la inclusión laboral de personas trans en el ámbito empresarial privado.

En el marco de esta tesina, exploramos iniciativas estatales y privadas con relación a diversidad sexual y trabajo. Mientras las primeras entraron en un período de revisión, dado el nuevo contexto político de nuestro país, una empresa multinacional hizo manifiesto su interés de contratar a personas trans. Esto marcó la direccionalidad de nuestra estrategia de comunicación que consiste en la articulación de espacios educativos y de formación de personas trans con ámbitos laborales del sector privado.

La línea de acción que planteamos para llevar adelante la estrategia consiste en la articulación entre el Bachillerato Popular “Mocha Celis” (donde estudian personas trans) y la empresa DOW Argentina que manifestó su interés de contratar personas trans. La propuesta que desarrollamos recibe el nombre de “TraVajo en empresas - Primeras experiencias laborales de personas trans” e incluye una serie de acciones para acompañar y asesorar a la empresa en el proceso de contratación de personas trans, y para brindar información y herramientas a las personas trans que se sumen a sus equipos de trabajo.

2. PRESENTACIÓN DEL ESCENARIO

Las personas travestis, transexuales y transgéneros constituyen uno de los sectores de la población más vulnerados en términos sociales, educativos, económicos, laborales y de salud en nuestro país. A lo largo de este trabajo llamaremos “colectivo trans” a este sector de la población que vive un género diferente al del sexo asignado al nacer, que enfrenta un contexto de gran marginación, exclusión e invisibilidad de sus condiciones de vida y que ha luchado con el fin de exigir y ejercer sus derechos, proponiendo modos de ciudadanía más amplios y justos.

Si bien travestis, transexuales y transgéneros se unen en una misma lucha por el reconocimiento de derechos compartidos, cada grupo posee sus particularidades. Cuando hablamos de travestismo, apoyamos la misma resignificación por la cual las travestis vienen luchando desde hace tantos años: “nosotras decidimos darle nuevos sentidos a la palabra travesti y vincularla con la lucha, la resistencia, la dignidad y la felicidad”, son palabras de Lohana Berkins¹, referente clave de la lucha política del colectivo trans y cuya voz irá resonando en varias oportunidades en el correr de estas páginas.

Desde la institución familiar, el sistema educativo, de salud y de trabajo este colectivo enfrenta un complejo entrecruzamiento simbólico que tiene por hegemónicos los valores heteronormativos que desde el paradigma binario (mujer/varón) impactan negativamente en el libre desarrollo de sus vidas y niegan la igualdad de sus derechos y oportunidades.

“Vivo siendo estigmatizada, demonizada, criminalizada, olvidada, negada, reprimida, excluida, desaparecida, invisibilizada, golpeada, violentada de formas concretas y simbólicas, ignorada, ninguneada, asesinada, tachonada en cada uno de mis trazos de colores”, manifiesta otra de las referentes más reconocidas del colectivo, Marlene Wayar². Y su vivencia puede hacerse extensiva a toda la comunidad de personas trans, cuyas vidas están atravesadas por una gran complejidad y cuyas voces aún reclaman ser escuchadas.

“La fiesta como conjuro y la picana, la extorsión policial, la burla travestofóbica, la carencia de salud, la expulsión familiar, el desempleo forzado, la inaccesible escuela, el condenado oficio de meretriz”, escribe Cristian Alarcón para presentar a travestis, transexuales y transgéneros en el prólogo de “Cumbia, copeteo y lágrimas”. Esta cadena significativa fija parcialmente sentidos que cierran momentáneamente el ordenamiento trans, el cual se enfrenta al ordenamiento de la heteronormatividad³.

¹ Berkins, Lohana en “Travestis: una identidad política”. En Grande, Alfredo (Comp). La Sexualidad Represora. Editorial Topia. Buenos Aires. 2008.

² Berkins, Lohana. “Cumbia, copeteo y lágrimas. Informe Nacional sobre la situación de las travestis, transexuales y transgéneros”. Asociación de la lucha por la Identidad Travesti y Transexual (ALITT), Buenos Aires, 2007. Pp 14.

³ El concepto de *cadena significativa* pertenece al psiquiatra y psicoanalista Jacques Lacan y fue retomado por Ernesto Laclau en su análisis del campo de la discursividad para explicar la fijación de sentido social. En su teoría, la construcción de puntos nodales en una cadena significativa es resultado de una relación de articulación y no de necesidad.

Según los datos estadísticos más actuales que arrojan los informes que hay hasta el momento sobre las condiciones de vida del colectivo trans⁴, alrededor del 60% de las mujeres trans se encuentra en situación de prostitución, mientras que la mayoría de ellas preferiría no estarlo⁵. “‘Putas’, ‘prostitutas’, ‘de la calle’, ‘en el sexo’ fueron las respuestas de las compañeras encuestadas en todo el país cuando se les preguntó acerca de su principal fuente de ingresos”⁶. La situación de los trans masculinos es bastante diferente. De acuerdo a la Primera Encuesta sobre Población Trans, que formó parte de una prueba piloto realizada por el INDEC y el INADI en La Matanza en 2012, sólo un 6% de los trans masculinos declararon estar o haber estado en situación de prostitución⁷.

El “desempleo forzado” y “el condenado oficio de meretriz” que menciona Alarcón y a los cuales pareciera estar *destinado* el colectivo trans, no pueden quedar separados del escenario familiar y escolar que habitaron en su infancia. Familia y escuela son dos instituciones claves en los procesos de socialización de todas las personas, y en las personas trans, se constituyen como escenarios expulsivos.

Un alto porcentaje de la población trans encuentra en el trabajo sexual/ prostitución la única alternativa para conseguir dinero y alcanzar cierta independencia económica. Sin embargo, no representa únicamente la fuente de ingresos más frecuente, sino que se vincula con la construcción de su identidad.

Si bien en este complejo escenario, la perseverante lucha de travestis, transexuales y transgéneros ha logrado el reconocimiento del Estado como sujetos/as de derecho, aún queda mucho por hacer para que este sector de la población deje de ser uno de los más marginados en nuestra sociedad. Con la Ley Nacional de Identidad de Género y la Ley de Cupo Laboral para Personas Travestis, Transexuales y Transgéneros de la provincia de Buenos Aires⁸, que son parte de un marco legal garantista de derechos más amplio, la Argentina se posiciona como uno de los países de la región con más avanzada legislación que promueve y defiende los derechos de la diversidad sexual. Sin embargo, que una ley haya sido aprobada no garantiza que sus derechos se cumplan, es decir que el texto de la ley se haga realidad en la cotidianeidad. Y esto es lo que le sucede al colectivo trans, cuya lucha continúa con el objetivo de reducir la brecha simbólica y material que existe entre las

⁴ “Ley de Identidad de Género y Acceso al cuidado de la Salud de las personas trans en Argentina”. Publicación de Fundación Huésped, ATTTA y ONUSIDA, Buenos Aires, 2014.

⁵ Nos parece importante aclarar que al interior del colectivo trans hay diferentes posicionamientos con relación a la prostitución y al trabajo sexual. Asimismo, nosotras como investigadoras tenemos posiciones encontradas. Si bien consideramos necesario que se garanticen los derechos laborales básicos de quienes eligen ejercer la prostitución como en cualquier otro trabajo “adecuadamente remunerado, ejercido en condiciones de libertad, equidad y seguridad, capaz de garantizar una vida digna” (como establece la OIT), entendemos que en la mayoría de las historias de las personas trans, la prostitución es resultado de la falta de oportunidades laborales en el mercado de trabajo formal, razón por la cual representa la principal fuente de recursos económicos. En este punto es donde entendemos que si se enmarca a la prostitución como trabajo sexual, la necesidad de atender esta realidad del colectivo trans con relación al trabajo queda solapada.

⁶ Berkins, Lohana. *Op. cit.* Pp 92.

⁷ Primera Encuesta sobre Población Trans 2012: Travestis, Transexuales, Transgéneros y Hombres Trans. Informe Técnico de la Prueba Piloto, Municipio de La Matanza. INDEC – INADI. 2012. Pp 12.

⁸ Ley que obliga a la provincia de Buenos Aires y a los municipios a ocupar en un 1% de la totalidad de su personal a personas travestis, transexuales y transgéneros para garantizar el derecho a la igualdad, a la identidad de género y al trabajo para mejorar su calidad de vida. Si bien la Ley fue sancionada en septiembre de 2015, aún continúa la lucha de diversas organizaciones LGBT por la implementación de dicha normativa.

leyes y la efectivización de los derechos; entre los universos de sentidos que estas leyes promueven y los que circulan en la sociedad.

Desde el comienzo de nuestra investigación nos acercamos a referentes de diversas organizaciones del colectivo trans para escuchar sus voces y conocer los principales temas de sus agendas políticas. Todos/as coincidían en que la inclusión laboral de las personas trans era uno de los temas pendientes más relevantes del momento. Dicha necesidad expresada fue el punto de partida para empezar a pensar cuál sería nuestro aporte comunicacional a dicho colectivo ya que, como sostiene Rosa María Alfaro Moreno, “donde hay comunicación es posible articular, fomentar, mediar y por lo tanto, integrar sin eliminar las diferencias, cuestionando la desigualdad y el aislamiento”⁹.

La comunicación ha ido creando desde el inicio de la historia un patrimonio común de sentidos e ideas del mundo del cual nos nutrimos y enriquecemos. Pensamos la realidad a través del lenguaje y la comunicación: “si el lenguaje refleja a la vez que crea realidad, quien quiera producir cambios sociales debe necesariamente revisar cómo el lenguaje construye esa realidad (...) La comunicación representa el espacio donde cada quien pone en juego su posibilidad de construir con otros”¹⁰.

En la sociedad circulan representaciones, que los medios de comunicación instalan y reproducen, construyendo estereotipos que nos constituyen y atraviesan. Por eso, consideramos necesario trabajar las representaciones sociales en torno a “lo trans” para salir del modo de la espectacularización, la ridiculización y la criminalización.

Consideramos fundamental trabajar con el colectivo trans, con quienes toman decisiones de contratación al interior de las empresas y con quienes estarían en los equipos de trabajo a los cuales se sumarían las personas trans. Trabajar con estos actores es trabajar sobre todo con estereotipos y prejuicios. El tema elegido tiene gran relevancia y pertinencia por la gravedad y preponderancia dentro del colectivo trans y porque consideramos posible enfrentar dicha necesidad con cierto éxito desde el mundo de la comunicación.

Para abordar este problema llevamos adelante un proceso de diseño estratégico en comunicación, desde el enfoque de planificación social que Eduardo Bustelo denomina “Comunicación social” y el modelo de planificación estratégico situacional (PES) de Carlos Matus.

⁹ Alfaro Moreno, Rosa María. “Una comunicación para otro desarrollo. Para el diálogo entre norte y sur”, Editorial Calandria, Lima, Perú, 1993.

¹⁰ Enz, Angélica; Franco, Valeria; Spagnuolo, Vanesa. Manual de comunicación para organizaciones sociales: hacia una gestión estratégica y participativa. Asociación Civil Comunia. Buenos Aires, 2012.

3. DISEÑO ESTRATÉGICO EN COMUNICACIÓN

Según Bustelo todo proceso de planificación implica la construcción de una narrativa y, en este sentido, una sucesión de actos comunicativos. La planificación funciona como puente entre analizar e implementar, entre conocer y actuar. Bustelo la plantea como un proceso de acción comunicativa de mediaciones conceptuales, de significados, valoraciones, símbolos, intereses y actores.

Del mismo modo, Matus introduce una visión comunicativa en la teoría de la planificación. El autor cuestiona la planificación normativa y la plantea como un proceso eminentemente interactivo. Es una construcción en un espacio conflictivo, de disputa y de disenso que reconoce la perspectiva de los actores y la pluralidad de posiciones.

La planificación, como proceso transformador de la realidad social, en donde el foco no está puesto en la transformación en sí, sino en su sentido, es el marco a partir del cual consideramos posible contribuir a la lucha política del colectivo trans con relación a su inclusión laboral en el mercado de trabajo formal, específicamente en el ámbito empresarial privado.

Desde este enfoque teórico metodológico, desarrollaremos un diseño estratégico. Uranga, Bruno y Vargas sostienen que “el diseño estratégico es una fase de ejecución dentro de la gestión”¹¹. Hablar de estrategia es referirse a una forma de hacer o de establecer criterios para hacer; una directriz, o conjunto de ellas, que se adoptan para abordar una situación.

El diseño estratégico que desarrollaremos más adelante está atravesado por un enfoque de derechos que defiende los derechos de un colectivo vulnerado y que promueve la igualdad de oportunidades y posiciones. Partimos del derecho a trabajar que tenemos todas las personas, independientemente del sexo, la identidad de género y la orientación sexual, para fundamentar nuestro planteo estratégico y táctico.

Un buen diseño estratégico desde y de la comunicación implica el abordaje creativo de los nudos críticos identificados en el análisis situacional, el que funcionará como una respuesta político cultural compleja orientada a generar un cambio y a incidir en las representaciones sociales.

¹¹ Uranga, Washington, Bruno, Daniela, Vargas, Teresita. Diseño estratégico. Cuaderno de cátedra N° 7 del Taller de Planificación de Procesos Comunicacionales – Facultad de Periodismo y Comunicación Social UNLP, 2012.

3.1. Análisis situacional desde la comunicación

El análisis situacional desde la comunicación, es según Washington Uranga, “una tarea destinada a discernir los diferentes componentes comunicacionales de una determinada situación. Si bien puede señalarse como una fase particular dentro del desarrollo metodológico, la actitud de diagnóstico se instala como una mirada que le permite a los distintos actores establecer diferencias y regularidades, las características propias de cada situación, reconocer la trama compleja de las relaciones y la forma como los actores se constituyen comunicacionalmente en la misma desde una perspectiva histórica”¹².

Como la dinámica social se inscribe en múltiples escenarios, entendidos como espacios de representación, en los cuales los actores configuran tramas discursivas desde guiones que se apoyan en construcciones de sentidos preestablecidos, el análisis debe dar cuenta de la historia y las memorias de los actores, cómo comprenden y viven los relatos que construyen, cómo se relacionan con los otros actores involucrados y sus intereses, etc. Siempre habrá prácticas y articulaciones visibles y situaciones de contexto y otros relatos que funcionarán como el “detrás de escena” o “telón de fondo”.

“Todo análisis situacional comprende dos instancias: un momento de relevamiento y obtención de la información en el territorio y un momento de sistematización y análisis de la misma que permitirá desarrollar propuestas de cambio adecuadas a cada ámbito de trabajo”¹³, explican Appella, Huarte y Vargas en un material sobre el diseño del trabajo de campo.

Como la realidad es un continuo complejo que está en constante proceso y resulta inabarcable en su totalidad, es necesario hacer recortes en los que centrar las lecturas. Las variables clave comunicacionales (VCC) ayudan al recorte ya que son dimensiones o ejes de análisis de la realidad que los/las comunicadores/as se proponen abordar durante el trabajo de intervención.

Las variables clave comunicacionales funcionan como ejes vertebradores de todo el trabajo de análisis situacional y se definen teniendo en cuenta a los sujetos que entran en relación y la naturaleza de sus vínculos, los sentidos que circulan y las políticas y estrategias de comunicación. En función de estos tres aspectos comunicacionales y los interrogantes que se abran podrán definirse las variables clave comunicacionales. Definir estas variables facilita la elaboración del marco conceptual, tanto del capital teórico en el campo de la comunicación, como en torno al tema específico en cuestión.

El proceso de investigación que se lleva a cabo en el marco del análisis situacional también implica definir técnicas y herramientas metodológicas. Es necesario justificar cuáles se seleccionan para

¹² Uranga, Washington. Planificación prospectiva estratégica desde la comunicación. Proceso metodológico de diagnóstico y planificación. 2007. <http://www.washingtonuranga.com.ar/>

¹³ Appella, Gabriel, Huarte, Cecilia, Vargas, Teresita. Análisis situacional desde la comunicación. Capítulo I: Diseño del trabajo de campo. Cuaderno de cátedra N° 6 del Taller de Planificación de Procesos Comunicacionales – Facultad de Periodismo y Comunicación Social UNLP, 2012.

recabar la información y cuáles para sistematizar y analizar dando cuenta de los objetivos del uso de cada herramienta; los destinatarios y la modalidad de selección; metodología y lugares de implementación y ejes de indagación que contempla cada instrumento.

A continuación, presentamos las VCC que funcionaron como ejes vertebradores a lo largo de nuestra investigación y análisis, y que facilitaron elaborar el marco conceptual y metodológico que atraviesan nuestro trabajo:

- Representaciones que circulan en la sociedad sobre las personas trans.
- Condiciones de inserción laboral de personas trans en el mercado formal e informal de trabajo.
- Representaciones de las personas trans sobre sí mismas.
- Iniciativas del Estado con relación a la inclusión laboral de personas trans.
- Relación de las empresas privadas con personas travestis, transexuales y transgéneros y con las organizaciones del colectivo trans, en el marco de la empleabilidad.
- Representaciones que circulan en las empresas en torno a la identidad trans.

3.1.1 MARCO CONCEPTUAL: LA COMUNICACIÓN

a) Un recorrido por algunas perspectivas comunicacionales

Como planteábamos anteriormente, hacer un análisis situacional desde la comunicación implica definir un marco conceptual. Éste es el objetivo del presente apartado en el cual, teniendo en cuenta que la idea de comunicación se fue transformando a lo largo de la historia, realizaremos una breve aproximación a las principales teorías y enfoques¹⁴ que construyeron este campo de estudio e investigación que se ha posicionado como una de las herramientas de intervención social más importantes. A continuación sintetizaremos las principales ideas de dos perspectivas diferentes: una instrumental y otra procesual.

Entre las principales teorías que forman parte de la perspectiva instrumental de la comunicación, incluiremos el *abordaje pragmático*, dentro del cual se encuentran los trabajos de Shannon y Weaver, quienes proponen “un esquema lineal en el que los polos definen el origen y señalan un final”¹⁵ y donde la transmisión de la información se considera eficiente y efectiva. Se trata de una teoría que no tiene en cuenta la preocupación por el sentido ni la intención del emisor.

Dentro de esta misma mirada instrumental de la comunicación, podemos nombrar también el *enfoque de generación de efectos* que consagra “una representación de la omnipotencia de los medios de comunicación considerados como instrumentos de circulación de los símbolos eficaces”¹⁶. En estos términos, la audiencia es entendida como un blanco amorfo que obedece el esquema estímulo-respuesta y donde el medio actúa generando un efecto sobre los individuos atomizados (modelo de la aguja hipodérmica). Este modelo de comunicación conductista entiende que el proceso de comunicación es mecánico, lineal, persuasivo y que se estructura a partir de una relación de causa-efecto. En estos términos aparece un sujeto emisor de un mensaje, legitimando el medio que utiliza e intentando convencer a los receptores para modificar sus conductas.

El *enfoque de la influencia personal*, también presente en la perspectiva instrumental, cuestiona el enfoque del efecto directo e indiferenciado. Merton y Lazarsfeld, referentes de esta línea de pensamiento, plantean que el flujo de la comunicación es un proceso de dos pasos: “en el primer escalón están las personas relativamente bien informadas por estar directamente expuestas a los medios de comunicación; en el segundo, las que frecuentan menos los medios de comunicación y que dependen de las otras para obtener información”¹⁷.

La perspectiva instrumental de la comunicación, en la cual los medios son leídos como “correas de transmisión de información”¹⁸, a través de las cuales la información baja de una elite ilustrada al

¹⁴ La clasificación de las teorías y enfoques de comunicación fue elaborada teniendo en cuenta la que realiza Erick Rolando Torrico Villanueva en el libro “Abordajes y períodos de la teoría de la comunicación”, 2004.

¹⁵ Mattelart, Armand y Michéle. “La teoría de la información”, en *Historia de las teorías de la comunicación*, Paidós, España, 1997. Pp 42.

¹⁶ Mattelart, Armand y Michéle. “Los empirismos del Mundo Nuevo”, en *Historia de las teorías de la comunicación*, Paidós, España, 1997. Pp 28.

¹⁷ Mattelart, Armand y Michéle. *Op. Cit.* Pp 35.

¹⁸ Aprea, Gustavo. “Problemas de Comunicación y desarrollo”.

resto de la sociedad es criticada desde las corrientes de la perspectiva procesual por “reducir la comunicación a la transmisión de sentido y configurar los medios de comunicación como transportadores de señales impidiendo analizar la complejidad de procesos comunicacionales en sí mismos”¹⁹.

Dentro de las posturas que analizan a la comunicación desde una mirada procesual, nos parece importante sintetizar las principales ideas de la escuela de los estudios culturales ingleses, la recepción crítica, las mediaciones y el consumo cultural.

Los principios generales de los estudios culturales sostienen que “las lecturas de mensajes masivos dependen de su polisemia, de la posición subcultural desde que son efectuados y del *poder cultural* que posean los grupos o individuos *lectores*”²⁰ y que se construye sentido desde la recepción. Raymond Williams, Edgard Thompson, Richard Hoggart y David Morley son algunos de los referentes de los estudios culturales.

El enfoque de *recepción crítica*, que ha sido impulsado por Mijail Bajtín, Umberto Eco y Valerio Fuenzalida, entiende al receptor como “parte activa que posee una *capacidad gramatical* que le permite intervenir e interpretar el texto de acuerdo a los códigos de su grupo”²¹.

Durante la década del '70, algunos pensadores latinoamericanos desarrollaron la Teoría de la Dependencia. Cuestionaban que la comunicación fuera generadora de desarrollo por sí misma ya que la concebían como un proceso inseparable de los procesos sociales y políticos necesarios para el desarrollo y la independencia de un país, en un contexto en el cual los pueblos del “Tercer Mundo” se encontraban en situación de dependencia con relación a los países desarrollados.

Dentro de la perspectiva procesual de la comunicación también se encuentra el enfoque de las *mediaciones*, el cual es representado principalmente por Manuel Martín Serrano, Jesús Martín Barbero y Rossana Reguillo. Dichos autores plantean que todo proceso de comunicación se encuentra mediado por “la sociedad, la cultura, la política y la subjetividad. El sentido es la resultante de prácticas sociales de producción, recepción, apropiación y usos sociales que ponen en acto tanto competencias culturales y comunicativas como relaciones de poder entre ellos”²². En este sentido, la cultura aparece como mediadora de toda comunicación y en la recepción encontramos las resistencias y las apropiaciones de los mensajes.

El *consumo cultural*, que tiene como referentes más importantes a Pierre Bourdieu, Néstor García Canclini y Marcelo Bisbal, plantea que el consumo es el conjunto de procesos socioculturales en que se realiza la apropiación y los usos de los productos. García Canclini define al consumo cultural como el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico

¹⁹ Cuberli, Milca. *Acerca de la Promoción de la salud y una perspectiva comunicacional como proceso social en el campo de la salud*, IV Jornada de Jóvenes Investigadores, 2007.

²⁰ Torrico Villanueva, Erick. *Abordajes y períodos de la teoría de la comunicación*, Colombia, Editorial Norma, 2004.

²¹ Torrico Villanueva, Erick. *Ibidem*.

²² Torrico Villanueva, Erick. *Ibidem*.

prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica.

En los años '80 y de la mano del brasilero Paulo Freire surge una visión de comunicación alternativa. Freire propone una perspectiva dialógica y entiende a la comunicación como un proceso horizontal y participativo. Se trata de democratizar la información, de crear nuevas formas de participación social, de transformar las relaciones de dominación y opresión de un grupo social sobre otro, de dar voz a quienes parecían no tenerla.

Consideramos necesario tomar distancia de la perspectiva instrumental de la comunicación y alinearnos con la perspectiva procesual y *relacional*²³. Teniendo en cuenta la transición de una comunicación como instrumento “al servicio de” para convertirse en una dimensión estratégica del desarrollo, sostenemos que la comunicación tiene la capacidad de construir mundos, de recrearlos y de prefigurar otros posibles.

Entendemos a la comunicación como un proceso social de sentido en el marco de un contexto social, cultural y político en el que se construyen, se ponen en circulación y se reproducen creencias y valores. Los procesos comunicacionales no son independientes de las condiciones materiales en las cuales se producen. La comunicación es un espacio de producción de sentidos sociales y de negociación, donde lo macro y lo micro social se unen para generar procesos más amplios de participación y cambio social. Los sujetos siempre están en interacción con otros; no están aislados ni son pasivos. En los procesos comunicacionales podemos observar la construcción de subjetividades y de diversas formas de identidad social.

“La comunicación no está limitada a la presencia de los medios, sino que implica además una suerte de transversalidad social y la interacción dinámica de una red de relaciones de personas y grupos donde media e intervienen otros elementos, espacios, factores, contenidos, instituciones, etc., que concurren en diversas formas y manifestaciones de comunicación”²⁴.

b) Planificación social y comunicación

Para abordar el proceso de planificación social, nos posicionamos desde las perspectivas de Eduardo Bustelo y Carlos Matus. En este apartado retomaremos las ideas de planificación social de

²³ Rosa María Alfaro se refiere a un modelo de comunicación relacional al concebir lo comunicativo como “una dimensión básica de la vida de las relaciones humanas y socioculturales. Es el reconocimiento de la existencia de actores que se relacionan entre sí dinámicamente, a través de medios o no, donde existe un UNO y otro, o varios OTROS, con quienes cada sujeto individual o colectivo establece interacciones objetivas y principalmente subjetivas”. Alfaro Moreno, Rosa María. “Una comunicación para otro desarrollo. Para el diálogo entre norte y sur”, Editorial Calandria, Lima, Perú, 1993.

²⁴ Marques de Melo, José. “Identidades culturales latinoamericanas”, en Tiempo de la comunicación global, Sao Pablo, Editorial Imes, 1996. Pp 35.

Bustelo²⁵, quien explica que cualquier proceso de planificación es un proceso de comunicación. Profundizaremos en las ideas de Matus más adelante, en el planteo del diseño estratégico.

Bustelo desarrolla tres líneas de pensamiento sobre los procesos de planificación social: una que plantea un modelo de reforma social “desde arriba” y que desarrolló un conjunto de justificativos, métodos y técnicas para implementar la planificación desde el Estado; otra que se centra en la movilización social y el aprendizaje social para lograr una transformación “desde abajo”, tomando de base a la sociedad civil y la otra, en la que más profundizaremos, que es la de la comunicación social en la cual la planificación es conceptualizada como “una narrativa argumentativa acerca de un futuro deseado”²⁶.

Si bien la visión de todas las líneas de planificación social aportan elementos para pensar los procesos de planificación, repasaremos rápidamente las líneas de pensamiento de planificación social “desde arriba” y “desde abajo” y luego enfatizaremos en la planificación como narrativa.

Cuando Bustelo explica la planificación como “reforma social desde arriba”, retoma las ideas de Mannheim, Simón y Lindblom, entre otros. Siguiendo a Mannheim, sostiene que “la planificación es una práctica focalizada, específica, estratégica e interdependiente”²⁷ y que tiene como punto de partida una situación concreta, cuyas circunstancias son históricamente determinadas. En esta línea, quien planifica debe concentrarse en las fuerzas emergentes que median y articulan el cambio social en un contexto particular para darles direccionalidad. En su afán de explicar la planificación como reforma social desde arriba, Bustelo recupera las etapas del proceso de planificación de Simón: formulación de objetivos y metas; identificación y diseño de las mejores alternativas para alcanzar esos objetivos y metas; predicción de las consecuencias que podría tener cada alternativa; evaluación de las consecuencias con relación a los objetivos y metas planteados; implementación de las alternativas; retroalimentación de los resultados y ajuste a una nueva situación de decisión.

Nos parece importante rescatar la visión sobre quien planifica que Bustelo retoma de Lindblom, para quien la mejor alternativa es descomponer las decisiones grandes en ciclos más chicos y distribuir las responsabilidades entre un gran número de actores más pequeños que puedan decidir independientemente. Desde la planificación se trata de enhebrar esas articulaciones pequeñas, sin pretender lograr un cambio drástico; “los enemigos, para Lindblom, son lo grande y la pretensión de totalidad”²⁸.

La otra tradición de planificación social “desde abajo” que explica Bustelo pone el acento en la acción social, la cual presupone actores que actúan, dentro de la cual hay dos líneas de pensamiento importantes: la movilización social y el aprendizaje social.

²⁵ Bustelo, Eduardo. “Planificación social: Del rompecabezas al ‘abrecabezas’”, Cuaderno de Ciencias Sociales, Programa Costa Rica, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSCO), 1996.

²⁶ Bustelo, Eduardo. *Ibidem*.

²⁷ Bustelo, Eduardo. *Ibidem*.

²⁸ Bustelo, Eduardo. *Ibidem*.

Desde la línea de pensamiento de movilización social entendemos que el objetivo es construir una sociedad mejor a través de un proceso de emancipación social, como plantea por ejemplo Bauman. La planificación social aparece como “una práctica transformadora que emancipa a los desposeídos de las relaciones sociales que los someten”²⁹. Sin embargo, todo proyecto de planificación social es parcial ya que ningún grupo social logra la emancipación mientras haya otros grupos en condiciones de dominación. De todas maneras, la planificación ayuda a las comunidades a entender sus problemas, a buscarles soluciones prácticas, a identificar dificultades que emergen y a repensar cómo enfrentar y superar las limitaciones materiales e institucionales.

En la otra línea de pensamiento dentro de la planificación como acción social está el aprendizaje social, el cual es correlativo a una práctica social que pretende cambiar una realidad. “Como toda acción que pretende cambiar la realidad, deberá enfrentarse a resistencias y dificultades, por lo que se necesita una planificación estratégica y táctica que guíe al actor que intenta implementar una acción o un conjunto de acciones”³⁰. Bustelo se apoya en el filósofo americano Dewey para decir que sólo por la práctica podemos entender y transformar al mundo.

Ahora sí llegamos a la planificación conceptualizada como una narrativa que contiene una red de conversaciones, en la cual la tarea de quien planifica es hablar, escuchar y comunicarse. La planificación aparece como un proceso de mediaciones y como una tarea fundamentalmente argumentativa. “El contenido crítico y ético de la planificación coloca atención sobre las distorsiones sistemáticas e innecesarias de las interacciones comunicacionales sobre las premisas, solicitudes, informes y justificativos que modelan la vida de las personas”³¹.

Como ya planteamos en el capítulo de presentación del escenario de nuestro trabajo, esta forma de entender a la planificación como una práctica comunicacional y argumentativa permite identificar los problemas a los cuales hay que hacerle frente. La planificación como acción comunicativa aparece como puente entre analizar e implementar, entre conocer y actuar. “La planificación no es sólo el proceso de análisis y verificación sino sobre todo, el proceso de argumentación, de diálogo, de democratización”³².

Nos posicionamos así en un paradigma de planificación social, pluralista y consensual, en donde participan el Estado, el sector privado, el sector no gubernamental y otras formas asociativas informales. Se trata de un mundo pluriactoral, en el cual la comunicación hace de la planificación una narrativa que resume las conversaciones entre todos los actores involucrados.

La planificación social es una forma de hacer política y, como dice Bustelo, no opera en una realidad social estática, uniforme ni neutra. Su tarea es la de acomodar intereses, expectativas y demandas dentro de un espacio de inclusión social para abrir el diálogo y las conversaciones, lograr consensos y democratización.

²⁹ Bustelo, Eduardo. *Ibidem*.

³⁰ Bustelo, Eduardo. *Ibidem*.

³¹ Bustelo, Eduardo. *Ibidem*.

³² Bustelo, Eduardo. *Ibidem*.

c) La comunicación estratégica

En línea con lo desarrollado hasta el momento en el apartado de comunicación y en el de planificación social, nos acercaremos ahora al mundo del diseño estratégico de y desde la comunicación.

Uranga, Bruno y Vargas, referentes de la planificación de procesos comunicacionales, explican que “el diseño estratégico es una fase de ejecución dentro de la gestión”³³ y que cuando hablamos de estrategia nos referimos a una forma de hacer o de establecer criterios para hacer; una directriz (o conjunto de ellas) que se adoptan para abordar una situación. Si bien la estrategia está asociada a una acción, la entendemos como la forma de encarar la acción. Las estrategias no son acciones en sí mismas sino que luego se convierten en ellas en el plan operativo. Epistemológicamente, podemos decir que se trata de una forma de percibir el mundo que permite ubicarse de un determinado modo para generar un cambio. Se trata de un camino que se elige recorrer para alcanzar los objetivos de cambio planteados. “Las estrategias son iniciativas prácticas, formas de encarar la acción, caminos para alcanzar ciertos objetivos de cambio, todos ellos complementarios entre sí, que permiten operativizar el diseño estratégico”³⁴, sostiene el grupo de autores citados anteriormente.

Un buen diseño estratégico desde y de la comunicación es abordar de manera creativa los nudos críticos identificados en el análisis comunicacional y brindar respuesta político cultural compleja orientada a generar un cambio y a incidir en las representaciones sociales. Para que la comunicación resulte estratégica debe responder a objetivos y propósitos estratégicos, articular, coordinar y armonizar la actuación de las personas y los grupos de trabajo, contribuir desde la gestión de la información y la construcción de significado y sentido compartidos con el fin de cumplir el objetivo propuesto.

Como ya hemos planteado, cuando hablamos de comunicación trascendemos la idea de circulación de información y como plantea Daniela Bruno, la comunicación es un “aspecto decisivo de los procesos de organización, participación y cambio social que implican intercambios, confrontaciones, negociaciones y construcción colectiva del significado de la experiencia humana”³⁵. El aporte de la comunicación a la estrategia tiene que ver con “proponer modos de relevar en forma permanente el sentido social, interpretarlo y contextualizarlo para desde ahí proponer otros sentidos posibles”³⁶.

Toda estrategia de comunicación supone crear y elegir recursos comunicacionales que den respuesta a las líneas de acción y al escenario que se quiere construir, relacionado con los objetivos planteados. Las estrategias de comunicación, sumadas y articuladas entre sí, deben

³³ Uranga, Washington, Bruno, Daniela, Vargas, Teresita. Diseño estratégico. Cuaderno de cátedra N° 7 del Taller de Planificación de Procesos Comunicacionales – Facultad de Periodismo y Comunicación Social UNLP, 2012.

³⁴ Uranga, Washington, Bruno, Daniela, Vargas, Teresita. *Ibidem*.

³⁵ Bruno, Daniela. Comunicación y Políticas Públicas en la Argentina Posneoliberal. Propuestas para una práctica profesional políticamente situada, Revista Question, UNLP, 2012.

³⁶ Uranga, Washington, Bruno, Daniela, Vargas, Teresita. *Op. Cit.*

funcionar como complementarias y deben dar respuesta integral al análisis situacional realizado en el marco del diseño estratégico. Se trata de mantener cierta coherencia con la filosofía, los criterios políticos y comunicacionales de la planificación.

Juan Camilo Jaramillo López³⁷ explica que lo estratégico es sistémico, y por ende no depende de un solo factor, sino que requiere de una política o lineamiento que, con una coordinación eficaz y eficiente, alcanzará el resultado buscado. La política sustenta a la estrategia; la estrategia a la acción y la acción debe responder a lineamientos definidos y proponerse metas que favorezcan las condiciones para obtener el resultado esperado. Dicho autor explica que en los manuales de comunicación, al momento de pensar las instancias de la estrategia, aparece la formulación creativa del mensaje, la identificación de los destinatarios, la planificación de los medios de comunicación que se utilizarán y los efectos esperados. Sin embargo, esta estructura que puede ser identificada como herencia del modelo per se de comunicación de emisor-canal-mensaje-receptor (de Roman Jakobson), no responde, para Jaramillo López, a la intención de construir significados y sentidos compartidos, que es el verdadero sentido de la comunicación estratégica.

En esta línea, la comunicación aparece como “socia estratégica” del desarrollo, así como se plantea en la serie de cuadernillos de la colección *Comunicación, Desarrollo y Derechos* desarrollada por UNICEF y EDUPAS³⁸. En el cuadernillo n° 1 de esta serie, se explica que a la hora de construir una política de comunicación y estrategias concretas para el ejercicio de los derechos humanos hay que establecer los componentes de la estrategia para articular y concertar entre los actores involucrados; explorar a los destinatarios, sus intereses, intervenciones y responsabilidades y definir horizontes de cambio.

Las estrategias comunicativas que se pongan en juego deben tener en cuenta la pertinencia, la cual implica relacionar los objetivos, con las políticas y las estrategias ya que estas últimas deben ser útiles y efectivas en función de los cambios que se buscan; las relaciones a construir; los métodos más adecuados para acercarse a cada actor; las etapas y los resultados esperados y las posibles soluciones. “La sustentabilidad y sostenibilidad de los procesos de cambio requieren tiempo y acuerdos para planificar, ejecutar, evaluar, redefinir la marcha y establecer nuevos sentidos del desarrollo”³⁹.

Las estrategias son “una propuesta articuladora e integradora, tomando en cuenta la fluidez del escenario y la complejidad del mismo”⁴⁰; “son la forma de traducir en iniciativas la voluntad política y cultural de la transformación, que tiende a acompañar y fortalecer un proyecto de desarrollo, un entramado social, político, organizacional o de políticas públicas”⁴¹.

³⁷ Jaramillo López, Juan Camilo. ¿Comunicación estratégica o estrategias de comunicación? “El arte del ajedrecista” Asunción, 2011.

³⁸ Colección: Comunicación, Desarrollo y Derechos. UNICEF – EDUPAS. 2006.

³⁹ Comunicación, Desarrollo y derechos Humanos, cuadernillo n° 1 de la colección: Comunicación, Desarrollo y Derechos. UNICEF – EDUPAS. 2006.

⁴⁰ Uranga, Washington, Bruno, Daniela, Vargas, Teresita. *Op. Cit.*

⁴¹ Uranga, Washington, Bruno, Daniela, Vargas, Teresita. *Op. Cit.*

Desde el punto de vista operativo, las estrategias se concretan en dimensiones⁴²: la política (a través de acciones que incidan en los decisores), la socio-cultural (promoviendo cambios en los hábitos y modos de relación entre los actores) y la organizativa (articulando espacios de encuentro entre actores estratégicos, vinculados con el tema e involucrados con el escenario).

Como plantea Jaramillo López⁴³, no existen fórmulas, ni prototipos, ni modelos, ni plantillas que puedan ser aplicadas de manera indiscriminada o generalizada, se trata de diseñar una estrategia a la medida de los problemas que se desprenden del análisis situacional que se hace desde la comunicación.

⁴² Dimensiones tomadas del documento *Funciones Básicas de Información y Comunicación en Salud Pública* elaborado por la Coordinación Nacional de Información Pública y Comunicación del Ministerio de Salud de la Nación 2011 a partir de una adaptación del documento de Jaramillo López Juan Camilo. *Modelo de comunicación pública organizacional e informativa para entidades del Estado*, Santa Fe de Bogotá, 2004, USAID, Casal y Comunicación Publica Estrategias y citada en Uranga, Washington; Bruno, Daniela; Vargas, Teresita. *Op. Cit.*

⁴³ Jaramillo López, Juan Camilo. *Op. Cit.*

3.1.2 MARCO CONCEPTUAL: LA SUBVERSIÓN DEL GÉNERO

Así como ya presentamos el marco conceptual en torno a las diferentes perspectivas de comunicación, nos parece necesario dar cuenta de los sentidos que circulan en torno a las definiciones de sexo y género porque es a partir de estas nociones hegemónicas que se piensan la sexualidad y las identidades en nuestra sociedad.

Según Gramsci, son hegemónicas aquellas percepciones, explicaciones, valores y creencias de la clase dominante que llegan a ser vistos como la norma, transformándose en los estándares de validez universal o de referencia en una determinada sociedad. Estas significaciones se ponen en tensión en el campo de la cultura.

En este sentido, nos parece pertinente retomar el concepto de representaciones porque, como plantea María Graciela Rodríguez, “se nos ofrecen a la cultura como la síntesis obligada de un discurso que contiene a otro, sea sujeto u objeto, que sin embargo no lo desborda. Este otro es capturado, en una suerte de violencia simbólica, por los sistemas de representación social”⁴⁴. La representación hegemónica en torno a las sexualidades e identidades de la matriz heteronormativa se encuentra en tensión con las representaciones de las nuevas sexualidades, nuevas identidades, nuevos géneros y nuevos cuerpos. Dicha tensión hace eco en todos los espacios de desarrollo de las personas trans, y en esta investigación haremos foco en el trabajo.

a) Sexos y géneros

“Comprender el género como una categoría histórica es aceptar que el género, entendido como una forma cultural de configurar el cuerpo, está abierto a su continua reforma, y que la «anatomía» y el «sexo» no existen sin un marco cultural.”⁴⁵

La noción de género, tal y como es comprendida en nuestra sociedad, implica en sí misma la convivencia binaria de lo masculino y lo femenino, íntimamente ligada al sexo biológico. Esta visión de las identidades y sexualidades contiene el supuesto de que tanto el sexo como el género son entidades fijas. Este orden binario está asociado a la heteronormatividad⁴⁶ como régimen social, político y económico que institucionaliza la heterosexualidad como categoría universal, coherente, natural y estable que funciona como patrón de prácticas y sentidos sexuales, relaciones afectivas y modos de ser y estar en el mundo. Los ideales de masculinidad y femeneidad fueron configurados con la presunción de heterosexualidad, y es desde esta matriz que se organizan las identidades sociales y se presupone la estabilidad del sexo binario. Esta construcción de normas, hábitos e instituciones privilegian la heterosexualidad y devalúan las prácticas no heterosexuales y a quienes las realizan.

⁴⁴ Rodríguez, María Graciela. “Representaciones: el juego incompleto” en 1eras. Jornadas sobre Representaciones Sociales “Representaciones sociales: investigación y prácticas”

⁴⁵ Butler, Judith. *Deshacer el género*. Introducción: Actuar concertadamente. Editorial Paidós. 2006.

⁴⁶ Moreno, Aluminé. “La invisibilidad como injusticia. Estrategias del movimiento de la diversidad sexual” en Pecheny, Mario; Figari, Carlos; Jones, Daniel. *Todo sexo es político. Estudios sobre sexualidades en Argentina*. Libros del Zorzal, Buenos Aires, 2008.

Cuando una persona nace se seleccionan determinados atributos físicos y estéticos, con privilegio de los genitales, para asignar uno de los dos sexos reconocidos socialmente. Esta práctica es la que conocemos como “asignación de sexo”. Sin embargo, es necesario entender que el sexo no es sólo un dato de la naturaleza, sino que es también una categoría cultural, construida socialmente. Este mecanismo es el que permite que se constituyan las identidades de género al asociar el sexo, a través de instituciones y prácticas sociales, con características identitarias particulares. En este sentido, la idea de género da cuenta de una construcción social e histórica que refiere a lo femenino y a lo masculino y atribuye roles, prácticas y significados sociales específicos.

Judith Butler⁴⁷ sostiene que el sexo no puede ser pensado como anterior al género si el género es la ley necesaria para pensarlo. Para ella la identidad de género es un conjunto de actos, gestos y deseos que son *performativos* ya que la identidad que ellos expresan es una fabricación manufacturada y mantenida a través de signos corporales y otros medios discursivos. Butler habla de performances de género como aquellas conductas y actividades que producen el género en la vida cotidiana y construyen a los sujetos como mujeres o varones.

Es importante señalar que esta dicotomía hegemónica se encuentra atravesada por relaciones de poder, en las que lo masculino ha sido históricamente considerado superior a lo femenino. Esta interpretación sociocultural de características biológicas asociadas a la identidad, que conocemos como género, constituye un modo de significar relaciones de poder y estructurar relaciones sociales, así como la subjetividad individual⁴⁸.

Siguiendo esta línea de pensamiento, Monique Wittig sostiene que “la ideología de la diferencia sexual opera en nuestra cultura como una censura, en la medida en que oculta la oposición que existe en el plano social entre los hombres y las mujeres poniendo a la naturaleza como su causa. Masculino/femenino, macho/hembra son categorías que sirven para disimular el hecho de que las diferencias sociales implican siempre un orden económico, político e ideológico.”⁴⁹

Entonces, si el binarismo de género se presenta como natural y necesario para el funcionamiento de la sociedad y como el único modelo válido para las relaciones humanas y las prácticas que quedan por fuera son excluidas y perseguidas, se nos abre una serie de preguntas: *¿qué lugar tiene “lo trans” en la convergencia de lo biológico y lo cultural?, ¿cómo son reconocidas las personas trans en este modelo binario de lo masculino y lo femenino?, ¿qué pone en cuestión la comunidad trans con relación a la matriz binaria heterosexual?*

b) Nuevos sexos, nuevos géneros, nuevas sexualidades

⁴⁷ Butler, Judith. El género en disputa: Feminismo y la subversión de la identidad. Editorial Paidós. 2011.

⁴⁸ Scott, Joan. Género e historia. México: FCE - Universidad Autónoma de la Ciudad de México. 2008.

⁴⁹ Wittig, Monique. El pensamiento heterosexual y otros ensayos. Egales. Madrid. 2006.

“Yo me sentía única, no conocía a nadie como yo, con mi característica.”⁵⁰

Si bien en Argentina las identidades travestis, transexuales y transgéneros conviven bajo la expresión trans, cada una responde a distintas estrategias conceptuales, vivenciales y políticas. Las personas travestis asumen y expresan una identidad de género diferente al sexo/género asignado al nacer y para lograr esa expresión de género sentida suelen modificar parcialmente sus cuerpos, sin readecuar su genitalidad a su identidad de género. Las personas transgéneros expresan un género (masculino/femenino) diferente al asociado al sexo biológico y en otros países remite a la capacidad de transitar de un género a otro. Y las personas transexuales asumen y expresan una identidad de género diferente al sexo/género socialmente asignado, modifican sus cuerpos y readecuan su genitalidad al género autopercibido.

Las identidades trans abarcan, entonces, diferentes experiencias culturales de identificación, expresión y corporización desde las coordinadas sexo-genéricas y la expresión trans engloba a todas las personas que se identifican con, expresan y/o corporizan un género distinto al asociado al sexo asignado al nacer y a quienes desafían, con la apariencia y/o la autodenominación, aquellas expectativas asociadas con el género impuesto socialmente desde el nacimiento.

“Lo trans” desordena el mundo de los géneros y de los sexos, deshace el núcleo interno organizador de las identidades existentes y abre nuevas posibilidades identitarias que no están predefinidas. Las personas trans vienen a desafiar las prácticas y las representaciones socialmente aceptadas sobre la sexualidad, el género, el cuerpo, las relaciones afectivas, la constitución de la familia y por ello, se vuelven blanco de una fuerte discriminación y estigmatización social.

Respecto del travestismo, “viene a romper con el modelo binario de mujer y varón, con la cuestión sexogenérica”, sostiene Lohana Berkins en una entrevista radial⁵¹. Por su parte, Josefina Fernández⁵² analiza el recorrido del “travestismo” desde una perspectiva histórico-antropológica y señala que en un primer momento el travestismo fue considerado una desviación sexual e inscripto en el mundo del delito, construido como un mal que amenazaba la cohesión y el sentido mismo del proyecto de sociedad. Luego, sin dejar nunca el lugar de la desviación sexual, ingresó al ámbito médico, donde fue patologizado por considerarse una sexualidad anómala y en ese contexto, la medicina debía encontrar una cura para controlar el daño al “cuerpo social”. Más tarde, la cuestión del género y la sexualidad abandonó los consultorios y comenzó a organizarse políticamente: “distinciones como sexo/género contribuyen de alguna manera a la despatologización de ciertas prácticas sexuales y a la desregulación médica de unas identidades que comienzan a reclamar su derecho a existir”⁵³.

⁵⁰ Testimonio de persona trans en Fernández, Josefina. *Cuerpos desobedientes. Travestismo e identidad de género*. Edhasa. Buenos Aires. 2004. Pp 76.

⁵¹ Programa Decí Mu, Radio La Vaca: <http://www.lavaca.org/deci-mu/deci-mu-que-es-ser-travesti/>

⁵² Fernández, Josefina. *Cuerpos desobedientes. Travestismo e identidad de género*. Edhasa. Buenos Aires. 2004. Pp. 185.

⁵³ Fernández, Josefina. *Ibidem*. Pp 185.

No obstante, es importante destacar que la experiencia trans en Argentina muestra que la prisión, el consultorio y la calle, más que momentos que se suceden en una posible genealogía, son dimensiones que aún hoy continúan estructurando el mundo en que las personas trans viven e intentan ser quienes son. La diferencia que marca el presente es que la búsqueda del respeto de su identidad de género autopercebida y el reconocimiento de sus derechos humanos y civiles constituye una lucha cotidiana.

“Las travestis somos personas que construimos nuestra identidad cuestionando los sentidos que otorga la cultura dominante a la genitalidad.”⁵⁴

Toda identidad sexual es política desde el punto en que cuestiona los estándares que organizan la sociedad. Y, en esta línea, las identidades trans abren nuevas posibilidades, permiten pensar que los términos para designar el género no se establecen de una vez y para siempre, sino que están en continuo proceso de construcción y que las identidades autopercebidas cuestionan el binarismo de género como correlato de la genitalidad. Así como proclamaba Elizabeth Mía Chorubczyk, activista queer más conocida como Effy, en una de las Marchas del Orgullo, “no existen dos géneros, existe uno: ¡el que elige cada cual!”.

c) Sexualidades, cuerpos y trabajo

Sexualidad, cuerpo y trabajo se relacionan y constituyen recíprocamente en el desarrollo del sistema capitalista de producción. Partiendo desde la perspectiva de Foucault, el cuerpo está inmerso en y es parte de un marco político y, las relaciones de poder operan sobre él, lo someten, lo exigen y lo moldean.

Los cuerpos son captados por las relaciones de poder y de dominación como fuerza de producción y, en este sentido, son disciplinados a través de dispositivos de sujeción. El cuerpo se transforma en fuerza útil cuando es cuerpo productivo y cuerpo sometido. Además de esos dispositivos de sujeción, los mismos sujetos aplican sobre sí mismos elementos de subjetivación y en esa interrelación se genera la construcción de la subjetividad.

Por muchos años, la división sexual del trabajo ha ubicado a la mujer en el ámbito privado, encargándose de la reproducción, y al hombre, en el ámbito público, encargándole la producción. Después de muchos años y mediante una larga e intensa lucha, las mujeres logran “reposicionarse” en el sistema, aunque en éste sigan vigentes muchas premisas de un paradigma machista-patriarcal.

Entonces, teniendo en cuenta esta división sexual del trabajo, que reproduce el sistema binario de sexo y género, observamos que las personas trans, sus cuerpos y subjetividades, no tienen lugar asignado en la vida social. Se nos abren los siguientes interrogantes: *¿Por qué el sistema capitalista*

⁵⁴ Testimonio de travesti en Berkins, Lohana. *Travestis: una identidad política*. En Grande, Alfredo. (Comp) *La Sexualidad Represora*. Editorial Topia. Buenos Aires. 2008.

y de producción en el que vivimos deja afuera a las personas trans? ¿Qué implicancias tiene ser trans en el mercado de trabajo formal? ¿Cómo son mirados y juzgados los cuerpos trans?

d) Cuerpos disidentes

La imagen crea sentidos y, en el caso del universo trans, la estética tiene un gran peso. Muchas veces la construcción de los cuerpos trans está atravesada por la tensión entre sus deseos y los atributos físicos que son valorados por los clientes, en el caso de quienes se dedican al trabajo sexual/prostitución; que están vinculados con la adopción de algunos “símbolos corporales de la femeneidad”, renunciando y despegándose de los que son propios del género asociado a su sexo “natural”. La única opción que queda, en una sociedad organizada dicotómicamente, es autoasignarse el género femenino. La adopción de estos símbolos de la femeneidad, en la mayoría de los casos, busca exaltarlos, remarcarlos, reforzarlos. Son cuerpos que estallan, buscando un lugar en un mundo que los expulsa:

“Las tetas es lo principal, y la cadera y la cola; pero también los pómulos, para levantarlos. Las siliconas se ponen en donde se te ocurra. Hay algunas que se ponen en los brazos, porque los ven flaquitos o porque no les gusta verse las venas o los músculos, que son de varón. Yo tengo medio (litro) y medio (litro) en la cadera y en la cola y eso que soy una de la que menos tiene”⁵⁵.

Los cuerpos de las mujeres trans no se ajustan a las normas del orden corporal moderno y transgreden los bordes del sexo y género normativos. En el proceso de transformación intervienen mecanismos (las inyecciones de silicona, de aceite de avión y la toma autoadministrada de hormonas) que afectan de manera negativa su cuerpo y su salud. Y, a estas prácticas, se suma la alta prevalencia de VIH y otras infecciones de transmisión sexual, vinculada muchas veces a la imposibilidad de negociar la utilización de preservativo.

Según los testimonios registrados en varias investigaciones, la violencia médica representada en el maltrato y la denominación por el nombre perteneciente al sexo asignado al nacimiento, provoca que las personas trans se alejen de hospitales y centros de atención. Si bien luego de la sanción de la Ley de Identidad de Género, esto se vio disminuido⁵⁶, todavía persiste cierto rechazo hacia la población trans en las instituciones de salud.

Tanto el dolor y la indignación que produce no ser llamadas por el nombre con que eligen ser reconocidas, como la experiencia de compartir salas de internación con varones y el ser burladas o maltratadas a causa de su identidad resultan una razón adicional para concurrir tardíamente a las instituciones de salud⁵⁷. La consecuencia más dura de la falta de acceso al sistema de salud, es que, según todas las fuentes que consultamos, las personas trans tienen una expectativa de vida de 35 años.

⁵⁵ Fernández, Josefina. *Op Cit.*

⁵⁶ “Ley de Identidad de Género y Acceso al cuidado de la Salud de las personas trans en Argentina”. Publicación de Fundación Huésped, ATTTA y ONUSIDA, Buenos Aires, 2014.

⁵⁷ Berkins, Lohana y Fernández, Josefina. *La gesta del nombre propio*. Editorial Madres de Plaza de Mayo. Buenos Aires. 2015.

3.1.3 ENFOQUE METODOLÓGICO EN LA INVESTIGACIÓN

A lo largo de nuestra investigación, pusimos en juego diversas herramientas metodológicas que nos brindaron información sobre el escenario, los actores involucrados y que nos guiaron en el diseño estratégico del proyecto que desarrollamos para dar una respuesta posible a la necesidad de la inclusión laboral de personas trans en el mercado de trabajo formal.

Nos posicionamos desde una perspectiva de investigación cualitativa, la cual según Taylor y Bodgan⁵⁸, busca brindar una descripción completa y detallada del tema de investigación en la cual el escenario es visto desde una perspectiva holística, como un todo complejo.

La primera decisión que tomamos para acercarnos al tema fue hacer un mapeo de actores para identificar agentes relevantes en nuestra investigación. Un “actor social” es un “otro” con quien nos encontramos en una relación de interacción; éste puede ser individual o colectivo. Lo que caracteriza a un actor social, según Mario Robirosa, es “su posición particular en ese escenario, su papel o rol -lo que hace o podría hacer en él- y sus propósitos o intereses respecto de ese escenario o lo que se procesa en él”⁵⁹.

Según Washington Uranga⁶⁰, el mapeo de actores es una forma de analizar en forma permanente el campo de actuación y sirve a propósitos interactivos, estratégicos, de análisis y planificación. Esta herramienta ayuda al reconocimiento de tensiones, conflictos y alianzas y ofrece elementos para comprender los procesos de relacionamiento. El objetivo de la elaboración de un mapa de actores es identificar y caracterizar una diversidad de actores sociales determinados, para conocer su situación, intereses, vínculos sociales e interrelaciones en relación al tema en cuestión.

La identificación de los actores se asocia a cuestiones como el acceso a la información relevante, protagonismo en el tema, grados de involucramiento e incidencia en la definición de políticas respecto del mismo. Por esta razón, al momento de realizar nuestro mapeo de actores consideramos importante incluir actores que estuvieran directamente afectados por el tema que elegimos trabajar; que tuvieran información, experiencia o recursos sobre el tema y pudieran contribuir en nuestra investigación; que tuvieran que ver con políticas públicas desarrolladas hasta el momento sobre inclusión laboral de personas trans y que tuvieran que ver con iniciativas llevadas a cabo en el mundo empresarial privado.

El mapeo de actores, relaciones y territorios, como herramienta de indagación, se ha vuelto insumo necesario para identificar a los interlocutores agentes de cambio, como los llama Rafael Pérez⁶¹, en el escenario de nuestro tema de interés. En nuestra investigación los actores

⁵⁸ Taylor, S.J.; Bogan, R. Introducción a los métodos cualitativos de la investigación. La búsqueda de significados. Paidós, 1986.

⁵⁹ Robirosa, Mario. “Articulación, negociación, concertación”, en Revista Mundo Urbano, No. 28, febrero-marzo-abril 2006, en Algranati, Santiago; Bruno, Daniela; Iotti, Andrea. Mapear actores, relaciones y territorios. Una herramienta para el análisis del escenario social. Cuaderno de cátedra N° 3 del Taller de Planificación de Procesos Comunicacionales – Facultad de Periodismo y Comunicación Social UNLP, 2012.

⁶⁰ Uranga, Washington. Planificación prospectiva estratégica desde la comunicación. Proceso metodológico de diagnóstico y planificación. 2007. <http://www.washingtonuranga.com.ar/>

⁶¹ Pérez, R. Estrategias de comunicación para el cambio social. Un enfoque cultural para el diseño de políticas anti-corrupción. 2006.

relevantes son: organizaciones de personas trans, personas trans no activistas, Estado y empresas privadas.

A partir del mapeo de actores, decidimos entrevistar a referentes de organizaciones integradas por travestis, transexuales y transgéneros, porque consideramos importante conocer cuáles son sus necesidades y problemáticas, para lograr una estrategia transformadora de su realidad en función de sus intereses concretos. Por otro lado, entrevistamos integrantes de áreas de gobierno, esto fue necesario para conocer cuál es la posición del Estado respecto de las problemáticas planteadas por el colectivo trans y cuáles son las iniciativas estatales de inclusión laboral para personas trans. Y por último, dialogamos con representantes de las áreas de RR.HH. de algunas empresas que llevan a cabo acciones sobre diversidad sexual, para conocer cuál es el imaginario empresarial que gira en torno a la identidad trans y saber si efectivamente existen posibilidades de inclusión laboral en el marco formal. Además, consideramos pertinente asesorarnos con investigadoras que vienen trabajando diversos temas con relación al colectivo trans y que resultaron informantes clave. Trabajamos con entrevistas en profundidad en la mayoría de los casos y otras las realizamos de manera informal. Todos los testimonios fueron nutriendo el análisis situacional que sigue a este apartado.

Realizamos entrevistas en profundidad con Alba Rueda (integrante de la organización “Mujeres Trans”); Gabriela Abreliano (integrante de la organización “Mujeres Trans” y del equipo del Área de Trabajo y Diversidad Sexual del Ministerio de Trabajo, Seguridad y Empleo de la Nación); Diana Sacayán (integrante del Movimiento Antidiscriminatorio de Liberación -MAL- y del equipo del Programa de Diversidad Sexual del INADI)⁶²; Nadir Cardozo (integrante de ATTTA y de equipo de trabajo de Fundación Huésped en dos proyectos vinculados con población trans); y Esteban Paulón (cuando todavía era presidente de la FALGBT). Informalmente entrevistamos a Francisco Quiñones y Miguel Nicolini (Directores del Bachillerato Popular “Mocha Celis”), y Ornella Infante (referente de ATTTA Patagonia).

Del sector estatal entrevistamos a Sebastián Zoroastro (referente del Área de Género y Diversidad Sexual del Ministerio de Trabajo, Seguridad y Empleo de la Nación) y a Matilde Garuti y Eliana Jourdan (referentes del Área de Trabajo y Diversidad Sexual del Ministerio de Trabajo, Seguridad y Empleo de la Nación).

Del mundo empresarial entrevistamos a Mercedes Di Maggio (RR.HH de Telecom Argentina), Carolina Russo (RR.HH. de IBM Argentina), María José Sucarrat y Adrián Barreiro (R.E.D. de empresas por la Diversidad) y Arturo Mercado (Coordinador del Programa en Ámbito Laboral - Diversidad Sexual y VIH/Sida, Fundación Huésped).

Dentro del ámbito académico, tuvimos la oportunidad de encontrarnos a Josefina Fernández, Licenciada en Ciencias Antropológicas y Magíster en Sociología de la Cultura, cuya bibliografía sobre travestismo e identidad de género fue un pilar fundamental de nuestra investigación y a

⁶² Diana Sacayán fue una militante trans que ha luchado por el reconocimiento de los derechos de las personas trans y tuvo un rol fundamental en la sanción de la Ley de Cupo Laboral Trans en la Provincia de Buenos Aires. Fue asesinada en su casa el 13 de octubre de 2015. El crimen aún no ha sido esclarecido.

Anahí Farji, Licenciada en Sociología y Magíster en Investigación en Ciencias Sociales, que ha analizado el parlamentario de la Ley de Identidad de Género argentina, investigó documentos oficiales que regulan corporalidades que desafían el binarismo genérico y ha publicado algunas conclusiones sobre los alcances de la despatologización y la desmedicalización con relación a las posibilidades simbólicas e institucionales abiertas por la Ley de Identidad de Género de nuestro país.

En todos los casos las entrevistas nos fueron adentrando al tema y a las tramas de intereses, vínculos y relaciones de poder entre los diferentes actores involucrados. Identificamos posiciones político-ideológicas encontradas al interior del colectivo trans, que marcan diferencias en sus líneas de pensamiento y acción a la hora de exigir el cumplimiento de las mismas cuestiones y resistencias del mundo empresarial para con las organizaciones de personas travestis, transexuales y transgéneros, a las cuales en muchos casos consideran “activistas” y “problemáticas”⁶³.

Otra técnica metodológica que utilizamos es el análisis comparativo de los datos estadísticos que arrojan los diferentes estudios e informes publicados hasta el momento sobre las condiciones de vida en las que viven las personas travestis, transexuales y transgéneros:

- Informe preliminar sobre la situación de las travestis en la Ciudad de Buenos Aires que realizó la Defensoría del Pueblo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y la Asociación de Lucha por la Identidad Travesti y Transexual (ALITT) en 1999;
- Informe sobre la comunidad travesti en CABA y algunas localidades del conurbano bonaerenses publicado en 2005 en “La gesta del nombre propio”, de Lohana Berkins y Josefina Fernández;
- Informe nacional sobre la situación de travestis, transexuales y transgéneros publicado en 2007 en “Cumbia, copeteo y lágrimas”, con Lohana Berkins como compiladora; la investigación de Aluminé Moreno, Renata Hiller y Ana Mallimaci publicada en “Chiruzas improvisadas. Conclusiones preliminares a partir de una investigación con travestis”;
- Chiruzas improvisadas. Conclusiones preliminares a partir de una investigación con travestis llevada a cabo por Renata Hiller, Ana Mallimaci Barral y Aluminé Moreno en 2011;
- Informe Técnico de la Prueba Piloto que realizó la Primera encuesta sobre travestis, transexuales, transgéneros y hombres trans que el INDEC y el INADI hicieron en el Municipio de La Matanza en 2012 y
- Publicación de Fundación Huésped, ATTTA y ONUSIDA bajo el título “Ley de Identidad de Género y Acceso al cuidado de la Salud de las personas trans en Argentina” de 2014.

Otra herramienta metodológica que nos acercó al mundo del colectivo trans fue la visualización de material audiovisual (cortometrajes, documentales y material periodístico): “T, traba el que ve”, de Juan Tauil; “Furia travesti, una historia de trabajo”, documental sobre la cooperativa Nadia Echazú

⁶³ Entrevista a Arturo Mercado (Coordinador del Programa en Ámbito Laboral - Diversidad Sexual y VIH/Sida, Fundación Huésped) en ANEXO.

realizado por un grupo de realizadores/as audiovisuales, “Hotel Gondolín”, de Fernando López Escrivá, “Volvería a nacer Trans: La lucha por los Derechos” realizado por ATTTA y la FALGBT, “Mocha Celis, la escuela ternura” sobre el Bachillerato Popular “Mocha Celis” del barrio de Chacarita y “Yo nena, yo princesa”, documental que retoma la voz de la madre de una nena trans.

“T, trava el que ve” recupera las voces de las trans más militantes y su lucha en la defensa por los derechos del colectivo; “Furia travesti, una historia de trabajo” cuenta la historia de la primera cooperativa conformada por personas trans y el recorrido de quienes trabajan allí; “Hotel Gondolín” permite meterse en las habitaciones y, de este modo, en las historias de travestis, transexuales y transgéneros que aloja; “Volvería a nacer Trans: La lucha por los Derechos” es un compilado de historias de vida unidas por transiciones y luchas; “Mocha Celis, la escuela ternura” incluye testimonios de quienes estudian y trabajan en el bachillerato y “Yo nena, yo princesa” es el testimonio de la mamá de una nena trans que acompañó su transición y que actualmente milita por los derechos de las infancias trans.

Además, indagamos otros documentos complementarios⁶⁴, como por ejemplo los contenidos de la Ley 26.743 de Identidad de Género (sancionada en mayo de 2012), la Ley 14.783 de Cupo Laboral para personas travestis, transexuales y transgéneros en provincia de Buenos Aires (sancionada en septiembre de 2015) y la Guía para equipos de Salud sobre Atención de la salud integral de personas trans del Programa de Salud Sexual y Procreación Responsable del Ministerio de Salud de la Nación (publicada en junio de 2015), que reconoce a las personas trans como sujetos/as activos/as de derecho, desde una mirada despatologizante⁶⁵ que fue realmente significativa para nuestro posicionamiento a lo largo de esta investigación.

Con relación a las iniciativas estatales y al mundo de las empresas que vienen trabajando el tema, además de las entrevistas en profundidad, realizamos el análisis de algunos materiales que desarrollaremos en el análisis situacional realizado desde la comunicación. En el caso del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social analizamos la publicación que se titula “Trabajo y Diversidad Sexual. Un material para la formación sindical”, que salió en marzo de 2015. También analizamos el cuadernillo “Inclusión Laboral para el colectivo Trans” y “Trabajo sin discriminación. Colectivo trans”, ambos desarrollados por el INADI y el MTEySS.

⁶⁴ Maritza Montero define a las fuentes secundarias/documentos complementarios como documentos escritos de carácter público o privado que contienen información concerniente a la situación o problema en cuestión. Se los conoce también como fuentes de segunda mano porque la información no proviene directamente de las personas participantes. En: “Hacer para transformar: El método de la psicología comunitaria”. Paidós, Buenos Aires, 2006.

⁶⁵ La Guía explica que la despatologización implica una nueva manera de que el sistema de salud reciba a personas trans. El objetivo es que todos aquellos que trabajan en los hospitales y centros de salud tengan la apertura mental para darle a las personas trans un trato digno.

3.1.4 ANÁLISIS

Después de haber presentado el marco conceptual sobre las diferentes perspectivas en torno a la comunicación, el marco conceptual específico de nuestro tema de investigación y el enfoque metodológico que utilizamos, en este apartado daremos cuenta de nuestro análisis situacional desde la comunicación que estructuramos a partir de las variables clave comunicacionales que mencionamos anteriormente.

Nuestras VCC son: las representaciones que circulan en la sociedad sobre las personas trans; condiciones de inserción laboral de personas trans en el mercado formal e informal de trabajo; las representaciones de las personas trans sobre sí mismas; las iniciativas del Estado con relación a la inclusión laboral de personas trans; la relación de las empresas privadas con personas travestis, transexuales y transgéneros y con las organizaciones del colectivo trans, en el marco de la empleabilidad y las representaciones que circulan en las empresas en torno a la identidad trans.

a) Ámbitos que expulsan

Para poder realizar un análisis situacional desde la comunicación, fue necesario conocer en profundidad qué significa ser trans en nuestra sociedad y, de todos los ámbitos que resultan expulsivos para estas personas, identificamos que el mercado laboral formal constituye uno de los ámbitos que más obstáculos presenta.

Como ya mencionamos anteriormente, las entrevistas que realizamos a referentes de organizaciones LGBT nos brindaron herramientas para poder identificar las problemáticas macro y cuáles son las herramientas de lucha con las que buscan visibilizarse y dar respuesta a tantos años de violencia real y simbólica. Además, las entrevistas a personas trans nos dieron la posibilidad de analizar cuáles son las inquietudes más subjetivas, sus miedos y representaciones tanto de sí mismas como también las que han construido en torno al trabajo.

Nadir Cardozo, actualmente empleada en una ONG, nos explicó que las personas trans encuentran tres formas de subsistir en nuestra sociedad: el trabajo sexual, la venta de drogas o el robo. Nadir nos contó que a partir de la Ley de identidad de Género “se animó” a buscar trabajo, pero no todas las chicas trans que conoce pudieron hacerlo. Y este gesto, está vinculado con el autoestigma, porque cuando la discriminación es acentuada, profunda, sistemática, genera un patrón muy fuerte de conducta: la autodiscriminación. Es decir que la constante hostilidad, además de generar la exclusión, tiene un impacto en la subjetividad a través de la transfobia internalizada, el autoestigma.

Desde 1999 hasta la actualidad, se han realizado varios informes respecto de la población trans. Y en este punto, nos parece importante destacar que no existe, hasta el momento, ninguna iniciativa estatal que busque comprender a escala nacional la situación de la población trans en la Argentina. Teniendo en cuenta que esto invisibiliza al colectivo y sus problemáticas, sostenemos

que es necesario contar con información sociodemográfica de uno de los más vulnerados grupos poblacionales con relación al ejercicio de los derechos ciudadanos, para poder poner en práctica políticas públicas que tengan anclaje en la realidad.

Volviendo a los informes, estos tienen como dato en común que la prostitución/trabajo sexual representa la principal fuente de ingresos de la población trans. En “Ley de Identidad de Género y Acceso al cuidado de la Salud de las personas trans en Argentina”⁶⁶, trabajo que publicaron Fundación Huésped, ATTTA y ONUSIDA en 2014, se observa que el 61% de las personas encuestadas encuentran a la prostitución como única salida laboral. Esta característica del colectivo trans se debe, principalmente, a que desde que deciden transitar su cambio identitario atraviesan distintos escenarios de expulsión, violencia y discriminación.

Las identidades suelen construirse en el seno familiar, ya que la familia se constituye como fuente de reconocimiento de la diferencia, y para este colectivo, de discriminación y marginación. La presencia de un/a niño/a cuyos comportamientos no se ajustan a los que socialmente fueron establecidos para su sexo genera conflicto: “las más tempranas definiciones vendrán de la mano de sus preferencias sexuales, para las cuales la homosexualidad es el recurso conceptual disponible en la familia, así como en la escuela”⁶⁷. Lohana Berkins, en una entrevista televisiva afirma que la identidad trans se asume, o comienza a asumirse, entre los ocho y los trece años⁶⁸.

Como consecuencia, en la mayoría de las historias de travestis, transexuales y transgéneros, estos escenarios las expulsan, razón por la cual se alejan de sus familias de origen. La familia, además de ser el principal espacio de socialización, es también el primer espacio de exclusión de las personas trans. Diferentes testimonios dan cuenta de que autoperibirse con una identidad que es contraria a la esperada socialmente según el sexo biológico, deviene en castigo familiar.

“(Mi papá) me decía mariconazo. Un día lo enfrenté, cuando me dijo maricón de mierda. ‘Voy a hacer una cosa más simple –le dije– yo jamás te voy a pedir nada’. Dejé la escuela, estaba en segundo grado, pero sabía hacer lo necesario. Tenía diez años. Aprendí sola, hice de todo, abrí puertas de taxis, dormía en trenes, colectivos”⁶⁹.

Para evitar el castigo, las personas trans desarrollan una serie de estrategias que les permiten ocultar su verdadera identidad, por miedo a ser rechazadas y también por culpa: “Uno no quiere hacer sufrir (a la familia) y cuando tenés problemas en la calle, en la escuela, mi mamá nunca supo por qué. En mí hay toda una vida de doble personalidad”.⁷⁰

⁶⁶ “Ley de Identidad de Género y Acceso al cuidado de la Salud de las personas trans en Argentina”. Publicación de Fundación Huésped, ATTTA y ONUSIDA, Buenos Aires, 2014.

⁶⁷ Fernández, Josefina. Cuerpos desobedientes. Travestismo e identidad de género. Edhasa, Buenos Aires, 2004. Pp 88.

⁶⁸ Entrevista realizada en el programa de televisión Duro de domar emitido el 11-10-11: <https://www.youtube.com/watch?v=tVCnyEuCOGA>

⁶⁹ Fernández, Josefina. Ibídem. Pp 80.

⁷⁰ Fernández, Josefina. Ibídem. Pp 84.

A la expulsión de la familia, suele sumarse el abandono de la escuela, ya que el escenario escolar también constituye una fuente de mucho pesar y discriminación. Y cuando la violencia no proviene de los compañeros, son los mismos docentes quienes la ejercen, porque el cuerpo de la “universalidad”, al cual las personas trans en su infancia y adolescencia no se acomodan, determina los recorridos escolares frustrados y la experiencia temprana de discriminación. Es así que casi el 40% de las personas trans que forman parte de la investigación realizada en “Cumbia, copeteo y lágrimas”, no ha concluido el ciclo secundario de educación formal. Por eso es importante, en palabras de Lohana Berkins⁷¹, que la escuela amplíe su mirada respecto de los sexos y los géneros. Porque la escuela también se transforma en un aparato reproductor de sentidos hegemónicos, al continuar sosteniendo y reproduciendo la fórmula binaria hombre/mujer y a la heterosexualidad como modo estructurante de los vínculos. Si la escuela no incorpora una visión de diversidad sexual seguirá siendo expulsiva y, de esta manera, continuará negándole a las personas trans la posibilidad de formación.

En respuesta a la falta de contención escolar, que debería ser parte de las políticas públicas que acompañen la reparación de la vulneración de los derechos de este colectivo invisibilizado durante tantos años, la misma población trans, en su proceso de organización política, lleva adelante proyectos que funcionan como paliativos a las faltas del Estado, pero que también se constituyen como herramientas de lucha y oportunidades de crecimiento. Un ejemplo es el Bachillerato Popular “Mocha Celis”, en el cual desde el 2012 personas travestis, transgénero y transexuales estudian y terminan la secundaria en un ámbito contenedor, lejos de la violencia y discriminación del sistema educativo actual.

b) Trabajo sexual/Prostitución⁷²

“El mercado nos pide putas, no secretarias.”⁷³

Como parte del escenario más frecuente en la vida de las personas trans, encontramos que el alejamiento del hogar familiar y la posterior exclusión del sistema educativo las dejan sin muchas herramientas para enfrentarse a un contexto discriminador y violento. Las condiciones en que niñas, niños y adolescentes trans atraviesan la escolarización son fundamentales a la hora de pensar no solo en su formación curricular, sino también en sus consecuencias como adultas, en su integridad personal y en sus proyecciones a futuro, entre ellas, su inserción laboral.

⁷¹ Entrevista realizada en el programa de televisión Duro de domar emitido el 11-10-11: <https://www.youtube.com/watch?v=tVCnyEuCOGA>

⁷² Así como planteamos en la presentación del escenario, queremos manifestar nuestras diferencias en torno a este tema tan sensible, por eso la dificultad y dualidad para nombrarlo. Así como entendemos que hay personas que eligen el trabajo sexual y que sus derechos laborales deben estar garantizados como en cualquier otro trabajo, en la mayoría de los casos de las personas trans lo que sucede es que encuentran en la prostitución la única salida económica porque el sistema no ofrece alternativas. “¿Cómo una persona va a decir que elige prostituirse si no tuvo la oportunidad de hacer otra cosa?”, ha expresado Lohana Berkins más de una vez cuando se refería a este tema.

⁷³ <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/radar/9-457-2002-11-09.html>

Dada la necesidad de sostenerse económicamente desde muy jóvenes, el escenario que les permite autoabastecerse, casi de manera exclusiva, es el de la prostitución. “Empezar a ser travesti es empezar a vestir de mujer y llevar su cuerpo en dirección a ese género... El escenario posible para eso es la prostitución”⁷⁴. Según algunos testimonios de “Cuerpos Desobedientes. Travestismo e identidad de género”⁷⁵, es posible pensar que aun cuando la prostitución es el único medio disponible a las mujeres trans para procurarse dinero, es valorada también según un plus al que no se asocian razones económicas y que tiene que ver con performar su identidad autopercebida. Fernández plantea que como el sistema las excluye y margina –no solo económicamente, sino también simbólicamente– es en la calle donde puede combinarse el ejercicio de la identidad travesti/transexual con un ingreso económico para subsistir.

Sin embargo, es pertinente preguntarse si se puede hablar de una “elección” de la prostitución, teniendo en cuenta que aquellas que no la ejercen realizan trabajos en la mayoría de los casos de forma independiente. En “La gesta del nombre propio” se observa que aquellas personas que reportan otros trabajos se encuentran en el mercado informal sin reconocimiento de ningún derecho laboral, en ocupaciones de baja calificación y remuneración.

Berkins y Fernández sostienen que contar con estudios formales tampoco garantizaría la inclusión laboral de las personas trans. Sin embargo, sostenemos que la educación es un pilar sobre el cual ganar seguridad como personas y como grupo. Esto se nota en las personas trans que terminaron sus estudios secundarios y que eligieron alguna carrera universitaria. Si bien el porcentaje de estos casos es muy bajo, refieren que la experiencia académica les ha permitido reposicionarse y superar algunas de las barreras que pone el sistema. En este sentido, cabe destacar la gestión de la Secretaría de Extensión de la Universidad de Avellaneda (UNDAV), desde la cual se establece vínculo con la comunidad trans y se propician intercambios de formación y prácticas.

Entonces, modificar las condiciones en que se atraviesa la escolaridad, la formación en niveles más avanzados y la experiencia laboral, permitirían no solo transformar las situaciones materiales en que vive el colectivo de personas trans, sino también habilitar nuevos modos de existencia de sus identidades.

c) Organización política y marco legislativo

A pesar de –y como consecuencia de– este contexto, las personas trans se organizaron políticamente para exigir que se las reconozca como sujetos/as de derechos. El colectivo inicia su lucha política por “hacerse existir”, por darse visibilidad social desde los márgenes en los que la sociedad lo ha relegado⁷⁶. En este sentido, Lohana Berkins sostiene: “Necesitamos visibilizar nuestros cuerpos, que nacen en la ilegalidad, viven en la ilegalidad y mueren en la ilegalidad y que

⁷⁴ Fernández, Josefina. *Ibidem*. Pp 90.

⁷⁵ Fernández, Josefina. *Ibidem*.

⁷⁶ Fernández, Josefina. *Ibidem*. Pp 73.

muchas y muchos prefieren ignorar”⁷⁷. No sólo se reclama el acceso a derechos básicos, sino que también luchan por hacer legítima “otra” visión del principio organizativo del espacio social de las relaciones de género, caracterizadas por la heteronormatividad y el binarismo hombre-mujer.

Una herramienta discursiva que se pone en juego en la lucha política del colectivo trans es la resignificación del término “trava”. Esta palabra utilizada despectivamente a lo largo de la historia y que va de la mano de la violencia simbólica que se ejerce hacia el colectivo, actualmente es utilizada por las personas trans con el objetivo de interpelar a la sociedad instalando nuevos sentidos del término. Ejemplos que podemos mencionar de esta búsqueda de resignificación son el lema de “Furia Trava” en marchas y convocatorias sociales, el título del documental de Juan Tauli que ya mencionamos “T, trava el que ve”, el “Programa DesTravándonos” que se lleva adelante desde el área de extensión de la Universidad del Comahue, entre otros.

Esta lucha política, encarada por diferentes organizaciones del colectivo trans, tuvo como resultado la obtención de derechos fundamentales y el reconocimiento por parte del Estado. En la actualidad, nuestro país, dispone de un marco legal amplio y garantista de los derechos sexuales y reproductivos de todas las personas. Algunos avances en el reconocimiento de dichos derechos están representados por la Ley 25.673 que crea el Programa Nacional de Salud Sexual y Procreación Responsable (2003); la Ley 26.130 de Anticoncepción Quirúrgica (2006); la Ley 26.150 de Educación Sexual Integral (2006); la Ley 26.618 de Matrimonio Igualitario (2010); la Ley 26.743 de Identidad de Género (2012) y la Ley 26.862 de Acceso integral a los procedimientos y técnicas médico-asistenciales de reproducción médicamente asistida (2013).

De la gran conquista de las organizaciones políticas LGBT, se destaca la Ley de Identidad de Género que “vino para sellar el paso de las personas trans a la democracia. Es el esfuerzo de toda una generación que cambió algo para nuestras generaciones futuras”⁷⁸, así como sostuvo Alba Rueda, militante por el reconocimiento de los derechos de las personas trans, en una nota periodística del diario de una localidad del interior.

Otro avance legislativo que cabe destacar en términos de derechos de este colectivo es la sanción de la Ley 14.783 de Cupo Laboral que obliga a la provincia de Buenos Aires y a los municipios a ocupar en un 1% de la totalidad de su personal a personas trans para garantizar el derecho a la igualdad, a la identidad de género y al trabajo para mejorar la calidad de vida de las personas trans. Sin embargo, al momento de realizar nuestra investigación, dicha normativa no se ha implementado y las iniciativas estatales, que describiremos en este capítulo, están a la espera de confirmar si continúan o no a partir del cambio de gobierno⁷⁹.

⁷⁷ Berkins, Lohana. *Cumbia, copeteo y lágrimas*. Ediciones Madres de Plaza Mayo. Buenos Aires. 2006.

⁷⁸ “Alba Rueda dialoga con ‘El Diario’, a tres años de promulgarse la Ley de Identidad de Género”, *El Diario*, Balcarce, 21-03-2015: <http://www.eldiariobalcarce.com.ar/actualidad.php?d=Alba+Rueda+dialoga+con+%22El+Diario%22%2C+a+tres+a%C3%B1os+de+promulgarse+la+Ley+de+Identidad+de+G%C3%A9nero>

⁷⁹ En diciembre de 2015 asume Mauricio Macri como presidente de la Nación, cuya política de gobierno desestabiliza muchas iniciativas del gobierno anterior con la quita de presupuestos y el despido de una gran cantidad de empleados y empleadas de diversas áreas estatales.

Tomando como base la Ley de Cupo Laboral para personas trans, otras provincias, como por ejemplo Mendoza, Santiago del Estero y Santa Fe, presentaron sus proyectos de Ley locales. Desde el colectivo LGBT y las agrupaciones que luchan por sus derechos, está en pie la iniciativa de presentar el proyecto de Ley de Cupo Laboral Trans Nacional.

En una entrevista, Lohana Berkins afirmó que la lucha del colectivo trans es contra el patriarcado y el capitalismo: “Nos teníamos que convertir en sujetas políticas, teníamos que saber interpelar al otro, a la otra (...) El desafío que me gustaría hacer es a las empresas privadas. ¿Cuántas travestis tendrían en sus empresas? Quitémonos las caretas”⁸⁰.

d) Voces de personas trans sobre el acceso al trabajo

Muchas de las experiencias laborales de personas trans que conocimos dan cuenta de las expresiones y gestos de transfobia que hacen tan difícil su inserción en el mercado de trabajo formal. En la mayoría de los casos, la discriminación que sufren las personas trans es multifactorial, ya que se vincula con la identidad de género autopercebida, con una cuestión de clase y muchas veces con la migración en quienes dejan sus provincias y llegan a Buenos Aires. Estos testimonios nos acercaron a las voces del colectivo trans y nos permitieron seguir reflexionando acerca de la complejidad del tema.

En 2013, Leandro, quien se identifica como hombre trans, decidió salir a buscar trabajo con su nueva identidad masculina. A las pocas semanas consiguió como repositor en un supermercado de Colegiales. Según Leandro, cuando el gerente le hizo la entrevista, lo contrató “pensando que era un varón” y como tenía su nuevo DNI y, debido a los efectos de su tratamiento hormonal, “no se notaba” que era un hombre trans. Leandro estuvo tres meses a prueba hasta que le dijeron que iban a efectivizarlo. En el proceso de esos trámites se evidenció en las bases de datos de la AFIP que número de documento y CUIL pertenecía a una persona femenina, situación que provocó que Leandro de a conocer su identidad trans. El fin de la historia llega a los pocos días, cuando Leandro se encontraba de nuevo sin trabajo.

Laura, una mujer transexual de 26 años, con nuevo documento en mano donde consta su identidad femenina, nos cuenta que ni siquiera llegó a la instancia de la entrevista. Entrando a la perfumería en la que buscaban a alguien para venta de cosméticos, cuando anunció que iba por el puesto que estaban queriendo cubrir, la encargada del local fue bien escueta: “el aviso es para mujeres”.

Jamir, quien se presenta como varón trans, cuenta que en los primeros tiempos de su tratamiento de hormonización, cuando aún no había resultados “a la vista”, le era imposible conseguir trabajo

⁸⁰ Entrevista a Lohana Berkins por Hebe de Bonafini en "Madres de la Plaza", el programa de la Asociación Madres de Plaza de Mayo, que conduce Hebe de Bonafini. Emitido por la TV Pública.
<https://www.youtube.com/watch?v=wk1W2ug7otE>

con su nueva identidad de género. Entonces, se afeitaba la poca barba que tenía, recuperaba su voz “más femenina”, se ponía corpiño y trabajaba limpiando casas por horas.

Y en “Volvería a nacer trans: la lucha por los derechos”, el video de ATTTA, Gian Rosales (Coordinador Nacional ATTTA Hombres) cuenta que en una entrevista de trabajo por un puesto administrativo en una empresa, en la que todo indicaba que iba a ser elegido por su perfil y experiencia en el área, al presentar su DNI, la responsable de RR.HH. dice que el DNI entregado era el de la hermana de Gian. Cuando Gian cuenta que es un hombre trans, la persona que estaba haciendo la entrevista, sin saber muy bien cómo manejar la situación, le dijo que iba a consultar algo con la persona responsable del área de Administración y al regresar dice que el puesto ya ha sido ocupado.

Discriminación, marginación, autoestigmatización, son algunas de las variables en común en estas historias que conocimos en la voz de sus protagonistas, las cuales indican que es necesario repensar y generar un cambio en torno a las posibilidades concretas que tienen las personas trans para acceder al mercado formal.

A continuación, presentaremos algunas iniciativas estatales y otras del ámbito empresarial privado que se han llevado a cabo con el objetivo de favorecer oportunidades de trabajo para la población trans.

e) Trabajo y población trans: iniciativas del Estado

En respuesta al abandono histórico por parte del Estado y, como mencionábamos anteriormente, gracias al esfuerzo del colectivo por organizarse y defender sus derechos, en 2011 comienzan a observarse algunas iniciativas que forman parte de la política pública de un gobierno⁸¹ que reconoció los derechos vulnerados de algunos sectores de la población, entre ellos, los de las personas trans.

En primer lugar, destacamos la Ley Nacional de Identidad de Género como insumo central de nuestro análisis en relación a la posición del Estado respecto de la situación del colectivo trans. Nos parece importante mencionar que la existencia de esta normativa posiciona simbólicamente en otro lugar a esta población, porque cuando el Estado reconoce el derecho fundamental de estas personas, la consecuencia es la visibilización de estas identidades. Se trata de un avance importantísimo porque a partir de esta ley, las personas trans pueden vivir su identidad autopercebida sin necesitar justificativos de ningún tipo y se transforman en sujetos/as de derechos. Este gesto instala una nueva forma de pensar las sexualidades y las identidades, que rompe con los sentidos hegemónicos.

También es interesante destacar que en la anterior gestión de gobierno se desarrollaron iniciativas estatales de inclusión laboral que fueron llevadas a cabo por el Ministerio de Trabajo, Seguridad y

⁸¹ Gobierno de Néstor Kirchner (2003-2007) y gobiernos de Cristina Fernández de Kirchner (2007-2015).

Empleo de la Nación (MTEySS). Las mismas intentaban revertir la situación de exclusión que viven las personas de diferentes grupos sociales que han sufrido marginación y cuyos derechos laborales han sido vulnerados, entre ellos el colectivo LGBT.

Desde el área de Género y Diversidad Sexual del MTEySS se desarrollaron algunas acciones que promueven la igualdad de oportunidades para la inclusión laboral de personas trans. Existe un Seguro de Capacitación y Desempleo que incluye una asignación monetaria mensual no remunerativa; acompañamiento en la finalización de los estudios; orientación laboral con la incorporación de tutores/as pertenecientes a la población trans; apoyo en la búsqueda de empleo; extensión de tiempos de entrenamiento y de inserción laboral; instancias de formación y sensibilización de agentes de gobiernos provinciales y municipales que desempeñan tareas relacionadas con temas de empleo, género y diversidad sexual; apoyo técnico y financiero para la contratación de asesoramientos regionales (expertos/as en género, diversidad sexual y empleo en las provincias) que apoyen a las gerencias de empleo y oficinas de empleo en la elaboración y puesta en marcha de proyectos tendientes a incidir en las desigualdades laborales que enfrenten las personas del colectivo LGBT. Según Sebastián Zoroastro, referente del Área de Género y Diversidad Sexual del Ministerio de Trabajo, Seguridad y Empleo de la Nación, se registran 1000 personas trans inscriptas en este programa, que cumple con su función en términos de paliativo a una situación de exclusión laboral y brinda herramientas para la capacitación, pero no termina de generar acceso real trabajo formal de un número importante de personas trans.

El principal problema que identificamos en esta iniciativa es que no está específicamente pensada y destinada a personas trans, sino que involucra otras “minorías” con problemáticas muy diferentes a las del colectivo, por ejemplo mujeres que viven situaciones de violencia, gays, lesbianas y pueblos originarios. En función de los testimonios que recolectamos, las personas trans tienen necesidades específicas que no son compatibles con las de otras poblaciones vulnerables, y son las mismas personas trans las que reclaman espacios especialmente dirigidos hacia ellas.

Asimismo, el área de Género y Diversidad Sexual brinda apoyo financiero a algunas cooperativas de trabajo en las que se capacitan y trabajan personas trans, por ejemplo, la primera cooperativa⁸² travesti textil “Nadia Echazú”. En estos espacios se capacitan quienes integran las cooperativas de acuerdo al trabajo que realizan, así como también lo hacen para el desempeño empresarial en el rubro de ventas, marketing y computación, convirtiéndose en escuelas de labores para que las personas trans puedan insertarse en otras empresas del medio con mayor competitividad.

En relación al trabajo organizado en términos de cooperativa, nuestra investigación da cuenta de que este es un recurso muy utilizado por la población trans. En palabras de Ornella Infante, referente de ATTTA Patagonia, “los obstáculos para encontrar trabajo siendo trans y poder sostenerlo son muchísimos, sobre todo en el interior del país, con nuestras compañeras nos organizamos y tenemos cooperativas textiles y otra destinada a la realización de caterings para eventos”. Del mismo modo que la creación del bachillerato popular Mocha Celis, el trabajo en

⁸² La creación de cooperativas es una de las salidas laborales más comunes para las personas trans. La asociación entre pares les permite encontrar el sustento económico necesario, pero también es una respuesta a la situación de exclusión del mercado laboral.

cooperativas es otra de las maneras que ha encontrado el colectivo trans para llevar a cabo un trabajo que les permita subsistir y en donde no encuentran discriminación, en un contexto amplio de expulsión laboral. Sin embargo, esto también segrega a las personas trans. Entendemos que se trata de un recurso válido para encontrar sustento, distinto del trabajo sexual/prostitución; pero consideramos que las políticas del Estado deberían estar centradas en generar inclusión real y, como sostuvimos a lo largo de este trabajo, para lograrlo es necesario modificar las percepciones en torno a las identidades trans y la autodiscriminación del colectivo.

Otra iniciativa del MTEySS, surge del área de Trabajo y Diversidad Sexual. La Línea de Inclusión Laboral para personas travestis, transexuales y transgéneros, coordinada por Matilde Garuti, se propone favorecer las condiciones para crear ámbitos laborales inclusivos y no discriminatorios, y mejorar la empleabilidad de la población LGBT mediante distintas herramientas y acciones que se llevan adelante en articulación con gobiernos provinciales y municipales, organizaciones sociales y actores del mundo del trabajo y de la producción para fortalecer el trayecto laboral y formativo de las personas, a través de la finalización de estudios formales, la formación profesional y el desarrollo de proyectos de empleo independiente y entrenamientos laborales.

En 2011, el MTEySS firmó el Convenio Marco de Cooperación en Materia de Trabajo y Diversidad Sexual con el Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo (INADI)⁸³ cuyo objetivo es la mutua colaboración entre las partes en el desarrollo y coordinación de acciones vinculadas a la temática de Trabajo y Diversidad Sexual en concordancia con las políticas de inclusión llevadas adelante por el Estado Nacional, el cumplimiento del Plan Nacional contra la Discriminación del INADI y los objetivos del MTEySS, brindando protección y promoción de derechos de los trabajadores y trabajadoras del colectivo LGTB en el ámbito laboral. Con este convenio se dio comienzo a acciones orientadas a atender las diversas problemáticas que afectan a gays, lesbianas, travestis, transexuales, bisexuales e intersexuales en materia de derechos en el mundo laboral. Una de esas acciones ha sido la creación de Mesas de Trabajo como un espacio de diálogo y elaboración de propuestas en el cual participan referentes del área de Trabajo y Diversidad Sexual del MTEySS, del área de Diversidad Sexual del INADI, representantes de las organizaciones y activistas LGTBI y del sector sindical.

Desde 2014, el MTEySS a través de sus áreas Trabajo y Diversidad Sexual y Apoyo a la formación sindical, junto al INADI y más de ochenta gremios han conformado la Intersindical por la Diversidad Sexual que formaliza y da continuidad a un espacio de diálogo y trabajo conjunto entre el Estado y los sindicatos para el abordaje de la diversidad sexual, con el fin de garantizar la no discriminación por orientación sexual e identidad de género en el ámbito laboral, incluyendo cláusulas para tal fin en los Convenios Colectivos de Trabajo. Entre los principales objetivos de esta Red Sindical por la Diversidad Sexual se destacan la consolidación, ampliación y federalización de acciones conjuntas para promover tanto el respeto a las personas LGTBI en los ámbitos laborales como la inclusión laboral de las personas trans.

⁸³ Convenio MTEySS-INADI N°165/11.

Producto de la articulación con el sector sindical, en marzo de 2015, el MTEySS ha elaborado un manual titulado “Trabajo y Diversidad Sexual, un material para la formación sindical”.

Materiales desarrollados por organismos del Estado

Manual “Trabajo y Diversidad Sexual. Un material para la formación sindical” (Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social, 2015)

Este material es el resultado de la articulación entre el MTEySS y el sector sindical en materia de trabajo y diversidad sexual en la búsqueda de igualdad en la vida laboral de trabajadores y trabajadoras. Los contenidos fueron desarrollados por el Área de Trabajo y Diversidad Sexual y el Programa de Apoyo a la Formación Sindical del MTEySS, con el objetivo de aportar a la construcción de un espacio de reflexión, debate y propuestas que contribuya a una efectiva ampliación de derechos para el conjunto de trabajadores/as.

Este manual da cuenta de la presencia de la promoción y protección de los derechos de personas de la comunidad LGBTI en la agenda del MTEySS y del diálogo que establece con otros actores involucrados en el mundo del trabajo, en este caso, los sindicatos para garantizar espacios laborales igualitarios, respetuosos e inclusivos de la diversidad sexual.

A lo largo del cuadernillo se plantea que no es posible expresar en números la cantidad y las dificultades de inserción laboral que enfrentan las personas del colectivo LGBTI ya que no existe un registro riguroso y las situaciones son muy variables. Otro aspecto importante que incluye este material es que hay ámbitos laborales en los que la aceptación de la diversidad sexual resulta más sencilla, por ejemplo en sectores como el de la comunicación y hay otros que ejercen gran resistencia.

El cuadernillo incluye un glosario de conceptos importantes a la hora de hablar de diversidad sexual (sexo, género, identidad de género, orientación sexual, heterosexualidad, heteronormatividad, androcentrismo, homofobia, entre otros), un apartado con el marco normativo vigente y una guía de actividades para trabajar los temas desarrollados.

El manual abre algunas preguntas que resultan interesantes para reflexionar sobre la vinculación entre la vida de las personas y el trabajo, sobre cómo las relaciones entre las personas en el ámbito laboral responden a un modelo cultural heteronormativo y sobre cómo influyen los prejuicios y estereotipos a la hora de relacionarse en el trabajo. Asimismo propone algunas acciones que pueden implementarse desde los sindicatos para promover lugares respetuosos de la diversidad sexual, teniendo en cuenta que cada actividad laboral posee su singularidad. Y además reúne algunos ejemplos de cláusulas de no discriminación por orientación sexual e identidad de género para Convenios Colectivos de Trabajo, que fueron elaboradas en las mesas de trabajo de la Intersindical por la Diversidad Sexual y que pueden ser tomadas como modelos.

Cuadernillo “Inclusión Laboral para el colectivo Trans” (INADI, MTEySS, Ministerio de Justicia y Derechos Humanos y Red de Servicios de Empleo)

Este material introduce la cuestión de una mirada hegemónica que tenemos sobre el mundo y que ha construido únicas miradas posibles sobre diferentes aspectos de la vida, por ejemplo, la sexualidad y dentro de las múltiples discriminaciones que pueden ejercerse sobre las personas, hace foco en las que tienen que ver con la diversidad sexual y de género.

Como marco legal en nuestro país refiere a la ley antidiscriminatoria y a la Ley de Identidad de Género y a nivel internacional retoma los Principios de Yogyakarta.

Este cuadernillo, dirigido a personas trans, explica los pasos a seguir para solicitar la rectificación registral del sexo en el acta de nacimiento y el cambio de nombre de pila e imagen en el DNI cuando no coincide con la identidad de género autopercibida. Estos pasos están organizados en tres segmentos: para personas trans mayores de edad, para personas trans menores de 18 años y para personas trans extranjeras.

Además, el material refiere a las prestaciones de salud para personas trans incluidas en el Plan Médico Obligatorio y las políticas de empleo que lleva adelante el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social para este colectivo, en el marco de la “Línea de Inclusión Laboral para personas Travestis, Transexuales y Transgéneros” con el objetivo de mejorar la empleabilidad de este sector de la población. Se plantean los requisitos de ingreso y beneficios de los programas de empleo que han sido desarrollados para generar la inserción laboral de personas con problemas de empleo⁸⁴. Y como vías de contacto/consulta/denuncia se incluyen la web del INADI y un 0800⁸⁵.

Cuadernillo “Trabajo sin discriminación. Colectivo trans” (INADI, MTEySS y Ministerio de Justicia y Derechos Humanos)

El contenido de este cuadernillo es muy similar al del material descrito anteriormente. Varía el diseño y la organización de la información ya que se divide en dos secciones, una bajo el título de INADI y otra bajo el título de Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social.

La sección del INADI refiere a los actos discriminatorios, la ley antidiscriminatoria, la discriminación en torno a la diversidad sexual, la Ley de Identidad de Género, la guía para obtener una nueva acta de nacimiento y un nuevo DNI y la información sobre acceso a la salud integral.

En la sección del MTEySS se incluyen las políticas de empleo para el colectivo trans, la información de los dos programas ya mencionados en los que pueden inscribirse las personas trans y como datos de contacto se suman las vías para comunicarse con el Área de Género y Diversidad Sexual y

⁸⁴ Se trata del Programa Jóvenes con Más y Mejor Trabajo y del Programa Seguro de Capacitación y Empleo.

⁸⁵ 0800 999 2345 (INADI).

la página web del Ministerio en donde pueden encontrarse las direcciones y teléfonos de las distintas Oficinas de Empleo Municipales y Gerencias de Empleo.

La nueva coyuntura socio-política de Argentina, a partir del resultado de las elecciones presidenciales de 2015 con el triunfo de la alianza Cambiemos⁸⁶, presentó un nuevo escenario para todas las iniciativas estatales que hasta aquí presentamos y que fueron desarrolladas desde una perspectiva de ampliación de derechos que promovió el gobierno anterior. Una nueva gestión a cargo de un gobierno de derecha que se impone y borra de un plumazo los logros y alcances de un período, que si bien ha tenido grandes aspectos para criticar, defendió los derechos de muchos sectores vulnerados de nuestra sociedad. Mauricio Macri presidente, Gabriela Michetti vicepresidenta, Elisa Carrió diputada, Julio Garro intendente de La Plata, entre otros representantes del nuevo gobierno se han expresado contra la diversidad sexual con palabras que discriminan, criminalizan y estigmatizan a las personas LGBT.

f) Trabajo y población trans: iniciativas del sector privado

El otro actor relevante para nuestra investigación son las empresas del sector privado y, pensando en ellos, decidimos abordar no sólo a referentes de RR.HH., sino también iniciativas que vinculen la problemática de la empleabilidad trans con el sector empresarial. Tal es el caso de la R.E.D. de empresas por la diversidad que está conformada por empresas, organizaciones académicas y de la sociedad civil, coordinada por el Espacio de Negocios Inclusivos (ENI Di Tella), centro de investigación de la Escuela de Negocios y el Programa en el Ámbito Laboral de Fundación Huésped que brinda asesoramiento al sector privado respecto de diversidad sexual y VIH/sida.

A fines de 2012 se empezó a diseñar una R.E.D. de empresas por la diversidad para desarrollar y promover la diversidad y la inclusión dentro de las organizaciones empresariales y acompañarlas en la implementación de sus políticas.

La R.E.D. trabaja diferentes ejes de diversidad, entre los cuales se encuentra el eje Diversidad Sexual y desde allí se llevan adelante acciones para gestionar la diversidad dentro de las organizaciones empresariales, para transformar el mundo del trabajo brindándole oportunidades y beneficios tanto al negocio como a sectores de la sociedad cuyos derechos laborales han sido vulnerados.

Cabe destacar que la R.E.D. está conformada aproximadamente por veinte organizaciones empresariales, de las cuales sólo 8 o 9 (sus referentes no supieron especificar) llevan adelante políticas de diversidad sexual. Empresas como Telecom, IBM, Hewlett Packard, Accenture, DOW Argentina, que integran la R.E.D. de empresas por la diversidad, trabajan desde hace algunos años

⁸⁶ Alianza integrada por el PRO, la Unión Cívica Radical y la Coalición Cívica que posicionó a Mauricio Macri como nuevo presidente de la Nación desde diciembre de 2015. Sus primeros meses de gestión implicaron un gran achicamiento del Estado, miles de despidos de empleados y empleadas del Estado; el fin del cepo cambiario; el fin de las retenciones para algunos sectores económicos como “el campo” y mineras; un DNU que deroga la Ley de Servicios Audiovisuales; la negociación de la deuda con los “buitres”; los aumentos de tarifas; la suspensión de moratoria para la jubilación; la visita de Barack Obama, presidente de EE.UU. justo la semana del 24 de marzo, cuando se conmemoraban los 40 años del Golpe Militar de 1976, el veto de la Ley Antidespidos.

en políticas de inclusión. En la mayoría de los casos, las acciones que se desarrollan con relación a la diversidad sexual surgen por indicación de sus respectivas casas matrices o porque alguien que ya está trabajando en la empresa plantea alguna situación vinculada a diversidad sexual o identidad de género que debe ser atendida y acompañada por la empresa.

En la mayoría de los casos, las acciones que las empresas realizan están relacionadas con gays y lesbianas ya que abordar la temática trans representa mayor complejidad. Como nos contó Arturo Mercado, coordinador del Programa en Ámbito Laboral - Diversidad Sexual y VIH/Sida de Fundación Huésped, son pocas las empresas que toman el tema trans de forma proactiva. “En algunas empresas hay políticas que vienen desde casa matriz, que empiezan a trabajar el tema LGBT; pero por lo general las empresas siempre se quedan en la LG y los casos trans o políticas trans que se toman proactivamente son porque tuvieron el primer caso, de hecho todas las empresas que han trabajado el tema, empezaron por ahí”, sostuvo Arturo en la entrevista realizada.

A partir de la investigación que llevamos a cabo sobre la temática trans en empresas, conocimos las historias de algunas personas que realizaron su transición de género trabajando en ellas. El primer caso que conocimos es el de una mujer trans empleada de Telecom (Córdoba) quien en ese momento trabajaba en el área de atención al cliente y “transicionó” dentro de la empresa. “Su proceso fue muy gradual, se empezó a dejar el pelo más largo, después empezó a vestirse con blusitas más holgadas. No es que llegó siendo trans, sino que hizo el *coming out* dentro de la empresa. Y así fue como Telecom empezó a trabajar el tema de diversidad, a partir de este caso”, nos cuenta Arturo Mercado, quien brindó asesoramiento a la empresa mientras acompañaba a su empleada en este proceso.

Por otro lado, conocimos la historia de otra mujer trans que actualmente trabaja en IBM y que fue contratada después de haber realizado la transición en otra empresa donde trabajaba antes (HP). Si bien IBM es la primera empresa privada que ha contratado a una persona trans, como dice Arturo Mercado, “el caso es medio tramposo” porque ya había realizado su transición anteriormente en otra empresa.

Estas experiencias nos brindan una información muy importante con relación a la edad en la que se realiza la transición ya que no es lo mismo haber hecho el *coming out* en la infancia o en la adolescencia, que siendo adultos/as, cuando ya pudieron terminar la escuela secundaria, hacer el paso por la universidad, vivir la experiencia de algunas entrevistas laborales y conseguir un trabajo, con mayor o menor *bullying*; pero lográndolo.

Según Arturo Mercado, en la inclusión laboral de mujeres trans también se pone en juego la cuestión de la imagen, porque sus cuerpos “estallan”. “La T no hay forma de ocultarla”, reflexiona Arturo, y complejiza la cuestión diciendo que desde una matriz binaria de mujer/varón, las identidades de femeneidades trans se construyen a partir de modelos de mujer que en el interior de la empresa siguen enfrentando dificultades para alcanzar determinados crecimientos profesionales.

Según Arturo Mercado la clave para empezar a trabajar un tema que aún no es tema en las empresas es garantizar los buenos resultados que tendrá la acción que se implemente. Se trata de pensar estrategias que den respuesta a las necesidades de cada empresa; pero que no impliquen grandes esfuerzos ni inversiones para ella, que confiará en la propuesta si la persona u organización que la lleva a cabo le resulta fiable y válida. Asimismo, y para que la acción resulte exitosa, también es importante que quien apoye e incentive la acción dentro de la empresa sea una persona o un equipo aliado y sensible con el tema.

Como expusimos más arriba, en la empresa Telecom el tema trans se puso de manifiesto a raíz de la transición de una empleada. La referente del área de Diversidad del Grupo Telecom, Mercedes Di Maggio, comentó que desde 2009 trabajan un programa de Diversidad e Inclusión, con ejes específicos, que fueron creciendo en función de temas relevantes a nivel organización o del contexto social externo. En 2012 empezaron a trabajar Diversidad Sexual, a raíz de la sanción de la Ley de Matrimonio Igualitario. Sin embargo, en 2014 apareció la necesidad de trabajar en profundidad la temática trans, debido a que una de sus “colaboradoras” informó la decisión de comenzar su proceso de transformación identitaria.

Mercedes explicó: “Tuvimos que revisar toda la parte legal. Se hizo un acompañamiento con su jefe y el equipo de trabajo porque estaba en proceso de cambios físicos que no eran de un día para el otro. Fue acompañada y contenida por todo el equipo de trabajo y su jefe (...) Ella pidió un cambio de tareas, un cambio de función para no estar expuesta porque hacía tareas de atención al cliente”.

Fue así que Telecom recurrió a expertos en el tema, Fundación Huésped y FALGBT, para que brinden talleres de sensibilización y aporten la información necesaria para que el cambio fuera ameno, tanto para ella como para su jefe y compañeros/as de equipo.

Posteriormente, hubo otro caso de transición: una chica que envió el nuevo DNI a Administración de Personal, pero no hubo necesidad de hacer la intervención porque ella lo había trabajado con su equipo, nos comentó Mercedes.

Esta experiencia va en sintonía con las palabras de Arturo Mercado: la empresa tomó en consideración la problemática laboral de las personas trans porque les tocó y ese fue el puntapié para poner el tema de la diversidad sexual en agenda. En 2015 la empresa lanzó un *e-learning* sobre Diversidad Sexual, acompañado por talleres, en Buenos Aires, para gerentes y, en el interior, para colaboradores/as. El *e-learning* se distribuye a través de una plataforma virtual de capacitación interna, en el marco de la Universidad Virtual. No es obligación de los/las colaboradores/as usar la herramienta, pero desde el área de Mercedes, periódicamente se encargan de promocionarlo para “poner el tema en la mesa”. Nuevamente para la elaboración de este material se convocaron voces autorizadas: Fundación Huésped, FALGBT y Secretaría de Derechos del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Di Maggio no pudo brindarnos datos acerca del alcance que ha tenido este material de sensibilización, con lo cual es posible interpretar que solo las personas que tengan un interés particular en el tema son quienes accedieron a él, mientras que el resto de la población de la empresa no cuenta con este tipo de formación.

En la actualidad, sostuvo Mercedes, el Grupo Telecom analiza la posibilidad de inclusión de personas trans como parte de su equipo. Los casos de transición, afirmó, les permitieron organizarse y entender qué trabajo tenían que hacer para poder acompañar y respetar los derechos de las personas, y para 2016 están empezando a plantearse la inclusión. Para eso están evaluando la posibilidad de ponerse en contacto con organizaciones trans. “No va a haber cataratas de ingresos, pero está bueno para nosotros cambiar la empleabilidad de una, dos, tres chicas”.

Cuando le preguntamos a Mercedes cuál era el requisito laboral mínimo nos respondió que es contar con secundario completo. La visión de Telecom, puesta en palabras de Mercedes, da cuenta de ciertos prejuicios respecto de la formación de las personas trans. Su discurso políticamente correcto no le permitió hacer referencia a otras “barreras” para el ingreso de personas trans, como por ejemplo la imagen o el cuerpo, como refirió Arturo Mercado. Sin embargo, sí hizo referencia al “miedo a lo desconocido”, posicionando a las personas trans en un lugar de generadores de este tipo de sensaciones: las identidades trans “son distintas”. Distintas de quién, podríamos preguntarnos. Y la respuesta es “distintas a las identidades sexuales hegemónicas”.

“No vamos a cambiar el mundo de un día para el otro, pero el contagio entre empresas funciona”, sostuvo Mercedes. Y este dato, también es un insumo para pensar nuestra estrategia. Porque nos permitió investigar ciertas dinámicas empresariales y pudimos observar que en el universo de las grandes empresas privadas el “contagio” en relación a políticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) funciona y tiene que ver con la imagen que quieren brindar al mundo, les sirve a nivel competencia de mercado.

Por su parte, Carolina Russo, líder en el área de Diversidad e Inclusión dentro de RR.HH. de IBM, nos comentó que desde sus inicios, los fundadores de la casa matriz sostuvieron fuertes políticas de inclusión de la diversidad, apuntadas a “minorías discriminadas como afroamericanos, mujeres y discapacitados”, hacia 1980 se incluyó la orientación sexual y, luego, la identidad de género.

El lema del área de Diversidad e Inclusión es *Diversity of people. Diversity of thought. A smarter planet for everyone* (Diversidad de personas. Diversidad de pensamientos. Un planeta más inteligente para todos). Desde su web, promueven este mensaje de diversidad en sentido amplio y comunican las actividades de los grupos. La empresa deja muy en claro que no acepta ninguna acción discriminatoria o acoso por parte de sus empleados y empleadas.

Respecto de la diversidad por identidad de género, Carolina nos comentó que trabajan la temática LGBT a partir de la formación de un grupo, nuevamente englobando orientación sexual e identidad de género. El grupo está formado por voluntarios que trabajan con un líder (persona con trayectoria, capacidad de liderazgo e interés en el tema). Los voluntarios pueden ser *close* (no visibilizados) u *open* (visibilizados). También participan empleados y empleadas con el rol de “aliados heterosexuales”. Aunque por el momento las actividades del grupo son cerradas, planean abrirlas “porque si no, no tiene sentido, porque los actores del cambio somos todos”, comentó Carolina Russo.

“A pesar de la política de diversidad de la empresa, todavía cuesta mucho lograr que todos los empleados se familiaricen con el tema. Es un tabú (el tema trans) porque se toca con la sexualidad”, explicó Carolina. Y agregó que, para ella, el discurso de inclusión de la empresa puede modificar la percepción de los empleados y empleadas.

A la formación de este grupo LGBT, se suman algunos talleres de lenguaje inclusivo dictados por la R.E.D. y jornadas de cine debate brindadas por la Subsecretaría de Derechos Humanos y Pluralismo Cultural.

Como comentamos más arriba, IBM incluyó a una mujer trans en su equipo de trabajo. Cuando le preguntamos a Carolina Russo si estaban planificando contratar más personas trans, nos explicó que la empresa busca a los “mejores talentos” y si una persona trans es el “mejor talento” en una actividad específica, no dudarían en contratarla. La referencia de la entrevistada a la idea de “mejor talento”, nos alerta respecto de las posibilidades de inclusión real en IBM porque entendemos que se refiere a personas con larga trayectoria de formación, experiencia que, como vimos más arriba, no es común en el colectivo trans.

3.1.5 IDENTIFICACIÓN DE PROBLEMAS

A partir del análisis situacional que realizamos identificamos una serie de problemas asociados a la falta de inclusión laboral de las personas trans. Para determinar el nudo crítico sobre el cual trabajaremos, analizaremos la multicausalidad en torno a este tema en clave de los siguientes aspectos: viabilidad política, relaciones de poder, intereses de los actores, vínculos entre ellos, nuestra capacidad de intervención.

- **Ámbitos de expulsión y la falta de inclusión laboral de personas trans.**

Así como la familia, la escuela también se constituye como uno de los primeros ámbitos de expulsión de las personas trans. Como consecuencia, la mayoría no cuenta con el nivel de formación requerido para ingresar al ámbito de empleo formal. En el análisis observamos que existen iniciativas de formación que buscan reparar la falta de acceso a la educación y preparar a las personas trans para posibles trabajos.

Consideramos que los espacios educativos de personas trans podrían ser escenarios de intervención porque por un lado, nuclean personas trans que cuentan con formación para insertarse en el mercado laboral. Por otro lado, tienen el interés de mejorar la empleabilidad de las personas trans. Y además, tendrían un rol fundamental en una posible alianza estratégica con espacios laborales.

- **El rol del Estado en la mejora de la empleabilidad de las personas trans.**

Si bien el gobierno anterior desarrolló políticas públicas destinadas a favorecer la empleabilidad de las personas trans, estas se encuentran en proceso de revisión luego del cambio de gestión.

Como planteamos en el análisis, estas iniciativas no estaban dirigidas específicamente a personas trans, sino que fueron pensadas para un público LGBT, omitiendo diferencias y particularidades al interior de este amplio sector de la población. Asimismo, observamos que el acceso a los programas de subsidios es bajo. Esto posiblemente se deba al poco alcance que tienen estas iniciativas y a que, en el caso de las personas trans que se dedican al trabajo sexual/prostitución, los subsidios no se equiparan a los ingresos que ellas generan.

Además podemos destacar que, a pesar del avance legislativo que implicó la sanción de la Ley de Cupo Laboral Trans en la provincia de Buenos Aires, su implementación aún no se ha efectivizado.

Si bien pensamos que desarrollar estrategias de incidencia política que promuevan políticas públicas para favorecer el acceso al trabajo de las personas trans puede ser un espacio de intervención, consideramos que no tiene viabilidad política en este contexto, en el que las iniciativas desde el Estado se descontinuaron y la Ley de Cupo Laboral Trans no se ha implementado.

- **La respuesta del colectivo trans a la falta de inclusión laboral.**

Aunque las organizaciones políticas del colectivo trans lograron un avance significativo en el reconocimiento de sus derechos, la inclusión laboral es el tema de mayor prioridad en sus agendas. Observamos que sus iniciativas en este sentido todavía no han logrado la visibilidad y el alcance necesarios para cumplir sus objetivos y que la articulación entre las organizaciones no es suficiente.

Sin embargo, algunas organizaciones del colectivo trans han desarrollado espacios de formación que podrían ser contemplados a la hora de pensar una estrategia para favorecer la inclusión laboral de las personas trans.

- **La posición de las Empresas con relación a la falta de inclusión laboral de personas trans.**

Así como identificamos en el Análisis Situacional, en la Argentina hay varias empresas que han desarrollado acciones de inclusión de la diversidad sexual. Sin embargo, una de las principales barreras que encontramos para contratar personas trans, está vinculada con la presunción de falta de formación y capacitación. En términos generales, al interior de las empresas se observa falta de información sobre las identidades trans, lo que genera prejuicios y representaciones negativas en torno a las personas trans. Pensamos que las iniciativas llevadas a cabo hasta el momento son aisladas y no están enmarcadas en una política de inclusión más general, desde la cual se efectivice la contratación de personas trans.

Las mismas empresas son las que asumen la falta de información, herramientas y recursos para concretar la inclusión de personas trans en sus equipos de trabajo. Si bien varias de las empresas con las que nos contactamos manifestaron la idea de favorecer la empleabilidad de las personas trans, DOW Argentina expresó un interés concreto de avanzar en esta línea dándonos capacidad de intervención. Para lograr una experiencia satisfactoria al momento de dar empleo a personas trans, DOW Argentina expresó la necesidad de instancias de formación y sensibilización para promover ámbitos laborales inclusivos y respetuosos de la diversidad sexual y el acompañamiento durante el proceso de inserción.

Si bien podemos pensar que detrás de esto hay una búsqueda de sentar precedente o que sucede porque “lo trans se volvió *trendy*” (como dijo María José Sucarrat de la R.E.D. de Empresas por la Diversidad) o porque realmente quieren dar un paso más en las iniciativas que vienen llevando a cabo en sus áreas de diversidad sexual, nosotras encontramos en este interés manifiesto, un espacio de potencial intervención.

a) Identificando necesidades y demandas

Sotelo Maciel⁸⁷ plantea que la necesidad surge cuando se constata la distancia entre la situación dada y la situación deseada. Esto constituye el problema y representa lo que se requiere hacer para cerrar dicha brecha. Hay diferentes tipos de necesidades: la necesidad normativa (definida por la persona experta, profesional, administradora en relación con una norma deseable); la sentida (percibida por la población afectada por un conjunto de problemas sobre la base de lo que consideran deseable como solución); la expresada (necesidad sentida y explicitada) y la necesidad comparativa (la que se presume que un individuo o grupo debería tener dado que presenta las mismas características que otro individuo o grupo en el que ya se ha identificado esa necesidad).

En el análisis de problemas que presentamos anteriormente, aparece en la voz de referentes del colectivo trans la necesidad de mejorar su empleabilidad en el mercado laboral formal. Es decir que la necesidad es expresada ya que es sentida y explicitada por parte del colectivo trans. Por ende, y como toda necesidad expresada, constituye una demanda actual, mientras que cuando se trabaja con los otros tipos de necesidades mencionados más arriba, se trata de una demanda potencial. Además, encontramos la demanda de la empresa DOW Argentina por incluir a personas trans en sus equipos de trabajo.

⁸⁷ Sotelo Maciel, Aníbal. El análisis PROBES (Problemas, Objetivos y Estrategias). Un método para el Análisis Situacional y la Formulación de Estrategias. ESTS-UNLP, La Plata, 1997.

3.1.6 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA FOCAL Y DEL PATRÓN GENERAL DE ACTUACIÓN

El análisis situacional nos permitió identificar los nudos críticos más relevantes. Como plantean Uranga, Bruno y Vargas⁸⁸ la selección de nudos críticos facilita la construcción de orientaciones generales a modo de líneas de acción. En esta instancia es importante pensar en las posibles respuestas para abordar esos problemas centrales contemplando a los actores como agentes del cambio. El diseño estratégico desde y de la comunicación activa la producción y circulación de los sentidos sociales y aporta a la construcción social.

Todos los problemas asociados a la falta de inclusión laboral de personas trans que mencionamos anteriormente están atravesados por las representaciones sociales que giran en torno a las personas trans y a su vez las retroalimentan. La identidad trans choca con la matriz binaria de sexo y género que estructura el modo de pensar la sexualidad y las identidades y el resultado de esta tensión es la construcción de representaciones sociales que estigmatizan a las personas trans. Consideramos pertinente para nuestra planificación definir un solo nudo crítico estratégicamente seleccionado, en el cual poder trabajar con las representaciones sociales mencionadas en un espacio determinado.

Entonces, a partir del análisis de nudos críticos, definimos que el problema focal que abordaremos estratégicamente es la falta de inclusión de personas trans en ámbitos laborales del sector privado. Consideramos que este es el nudo crítico que debemos atender por las siguientes razones:

- existe una demanda por parte de las empresas privadas de incluir personas trans en sus equipos de trabajo,
- las empresas solicitan asesoramiento para concretar la contratación de personas trans,
- las empresas cuentan con los recursos necesarios para desarrollar un programa de inclusión laboral de personas trans,
- hay organizaciones de personas trans que cuentan con espacios de formación que podrían articularse con las empresas que disponen de puestos de trabajo destinados a personas trans,
- consideramos que una experiencia de inclusión laboral en una empresa generaría un efecto de “contagio” a otras.

Luego de identificar el problema focal, definimos que nuestro propósito estratégico es favorecer la inclusión laboral de las personas trans en el ámbito empresarial privado. Para cumplir dicho propósito, establecemos un patrón general de actuación que consiste en articular espacios de formación de personas trans con ámbitos laborales dispuestos a incluir personas trans. Este patrón define las líneas de acción. En este sentido, el abanico de posibles alianzas es amplio ya que se podrían establecer entre espacios de formación de Nivel Medio, Superior, de Oficios (tanto del

⁸⁸ Uranga, Washington, Bruno, Daniela, Vargas, Teresita. Diseño estratégico. Cuaderno de cátedra N° 7 del Taller de Planificación de Procesos Comunicacionales – Facultad de Periodismo y Comunicación Social UNLP, 2012.

sistema educativo formal como informal y tanto del sector público como del privado) con PyMES, empresas multinacionales y otros ámbitos laborales del sector privado.

En clave de la clasificación de estrategias que hacen Uranga, Bruno y Vargas⁸⁹ y que suelen implementarse complementariamente, podríamos sostener que el tipo de estrategia que estamos pensando es, por un lado, de alianzas y concertación y, por el otro, de educación/comunicación.

Algunas alianzas en este sentido que presentamos como ejemplos son:

- La articulación entre el Observatorio de Comunicación, Género y Diversidad con perspectiva en DD.HH. de la Facultad de Periodismo y Comunicación de la Universidad Nacional de La Plata (integrado por personas trans) con empresas de medios de comunicación.
- La alianza entre el área de formación de la Cooperativa Textil “Nadia Echazú” (integrada por personas trans) con empresas del sector textil.
- El vínculo entre la Secretaría de Extensión Universitaria de la Universidad Nacional de Avellaneda, en la cual, por ejemplo, se forman personas trans en la carrera de Enfermería con clínicas, laboratorios y vacunatorios privados.

Retomando las ideas de Carlos Matus que analiza Sotelo Maciel, identificamos variables condición, variables instrumento y variables que son de control compartido. Las variables condición, que son aspectos que influyen en el plan que no pueden modificarse, es decir que están “fuera de control” que tienen que ver con nuestro patrón general de acción son: la cantidad de puestos de trabajo que las empresas destinen a personas trans y los roles y funciones que les asignarán.

Dentro de las variables instrumento, que son aspectos que pueden modificarse y que pueden servir para transformar la situación inicial sobre la que se está trabajando, identificamos algunas de control total y otras de control compartido, es decir que el proyecto puede llegar a incidir en ellas; pero que dependen también de otros actores. Una variable instrumento bajo el control total de quienes llevaríamos adelante la propuesta está conformada por el enfoque de derechos que será transversal a las acciones en cualquier ámbito en que se lleven a cabo. Una variable instrumento de control compartido será qué tipo de acciones se desarrollarán para que se materialice la estrategia en cada caso. Otra variable instrumento de control compartido es la elección conjunta (con los espacios de formación o las empresas) del otro actor que formará parte de la experiencia.

Ahora que hemos definido el propósito de nuestra estrategia y presentado algunas líneas de acción posibles, presentamos los objetivos comunicacionales que nos planteamos:

1. Informar y sensibilizar sobre diversidad sexual e identidad de género a personal de empresas que contratarán a personas trans.

⁸⁹ Uranga, Washington, Bruno, Daniela, Vargas, Teresita. Diseño estratégico. Cuaderno de cátedra N° 7 del Taller de Planificación de Procesos Comunicacionales – Facultad de Periodismo y Comunicación Social UNLP, 2012.

2. Promover en las empresas el uso de lenguaje inclusivo desde una perspectiva de comunicación inclusiva.
3. Deconstruir las representaciones sociales que giran en torno a las identidades trans al interior de los ámbitos de trabajo.
4. Brindar información y herramientas a las personas trans que se insertarán en los ámbitos de trabajo del sector privado.

a) De la estrategia al plan de acción

Desde el punto de vista operativo, la estrategia que pensamos se concreta en tres dimensiones⁹⁰:

- la política: involucrando a los decisores dentro del ámbito empresarial para que conozcan, respalden y aporten al logro del escenario deseado.
- la socio-cultural: trabajando con las representaciones de empleados/as de la empresa y promoviendo, de este modo, ámbitos laborales más inclusivos y respetuosos de la diversidad sexual.
- la organizativa: articulando espacios educativos y de formación de personas trans encuentro entre actores estratégicos, la empresa y el bachillerato).

El plan de acción que desarrollaremos consiste en la articulación entre el Bachillerato Popular “Mocha Celis” y la empresa DOW Argentina. A continuación presentaremos la propuesta de acciones.

⁹⁰ Dimensiones tomadas del documento *Funciones Básicas de Información y Comunicación en Salud Pública* elaborado por la Coordinación Nacional de Información Pública y Comunicación del Ministerio de Salud de la Nación 2011 a partir de una adaptación del documento de Jaramillo López Juan Camilo. *Modelo de comunicación pública organizacional e informativa para entidades del Estado*, Santa Fe de Bogotá, 2004, USAID, Casal y Comunicación Publica Estrategias y citada en Uranga, Washington; Bruno, Daniela; Vargas, Teresita. *Op. Cit.*

4. PROPUESTA

4.1 TRABAJO⁹¹ EN EMPRESAS - PRIMERAS EXPERIENCIAS LABORALES DE PERSONAS TRANS

A partir del análisis situacional que realizamos y del diseño estratégico que planteamos, desarrollamos un plan operativo de asesoramiento y acompañamiento para empresas que incorporarán a personas trans en sus equipos de trabajo. Este proyecto incluye acciones, que plantearemos en términos propositivos en el marco de esta tesina, con perspectiva de llevar adelante en una instancia futura.

Como planteamos anteriormente, el propósito estratégico es contribuir en los procesos de inclusión laboral a personas trans que se lleven a cabo desde ámbitos de trabajo privados. Para ello se acompañará tanto a las empresas como a las personas trans que se sumen a los equipos de trabajo. El proyecto incluye diferentes componentes/acciones, algunos de los cuales se trabajarán con integrantes de la empresa y otros con personas trans.

Por un lado, al interior de la empresa pensamos llevar a cabo acciones con el objetivo de sensibilizar al personal de la empresa, brindar información para lograr la deconstrucción de representaciones en torno a las personas trans y fomentar el uso de lenguaje inclusivo con el fin de garantizar el respeto por las diversidades. Por el otro, las acciones que desarrollaremos con personas trans se proponen brindar herramientas para favorecer la preparación y su desenvolvimiento en el nuevo trabajo. El conjunto de todas estas acciones tiene como objetivo lograr ámbitos laborales libres de discriminación y acompañar la experiencia de las personas trans contratadas.

Pensamos utilizar el taller como metodología central porque abre espacios de reflexión, intercambio y formación, haciendo énfasis en la sensibilización. Consideramos que este recurso metodológico nos permitirá interpelar a los actores en cuestión y, al mismo tiempo, podremos brindar información para configurar en conjunto nuevos saberes.

Las acciones que se llevarán adelante en la empresa son:

- Talleres de sensibilización y formación al personal de Recursos Humanos (RR.HH).
- Talleres de sensibilización y formación al equipo de trabajo al que se integrará la persona trans.
- Taller de Producción de piezas de comunicación.

Principalmente estas acciones se proponen como metas construir ámbitos laborales inclusivos y de no discriminación y promover el respeto por la diversidad sexual.

⁹¹ El uso de la "V" en la palabra trabajo retoma la búsqueda de resignificación del término "trava" que forma parte de la lucha simbólica del colectivo trans.

Las acciones que se desarrollarán con personas trans son:

- Taller de armado de Currículum Vitae (CV).
- Taller de entrevista laboral y conversatorio.
- Charla introductoria sobre la inducción/capacitación en acción que recibirán, de acuerdo a la especificidad de la empresa y la tarea que vayan a realizar.

Empoderar a las personas trans y lograr el reconocimiento propio de su capacidad y formación constituyen las metas de estas acciones.

PRESENTACIÓN DE LAS ACCIONES EN LA EMPRESA

1) Talleres de sensibilización y formación al personal de Recursos Humanos (2 encuentros)

El objetivo de esta instancia es capacitar al personal de RR.HH. en temas vinculados con diversidad sexual, haciendo foco en las particularidades de las personas trans, y en herramientas de comunicación inclusivas.

Además, se realizará la articulación entre la empresa y el Bachillerato Popular “Mocha Celis” para llevar adelante la selección del personal que ingresará.

Primer Encuentro

- Diversidad Sexual
- Identidad de Género

Segundo Encuentro

- Reformulación de búsquedas de personal
- Adaptación de entrevistas laborales

2) Talleres de sensibilización y formación a líderes y equipos de trabajo (2 encuentros)

El objetivo de estos encuentros es sensibilizar al equipo de trabajo en el que se integrará la/las personas trans que se contraten.

Primer Encuentro

- Diversidad Sexual
- Identidad de Género

Segundo Encuentro

- Ambientes inclusivos / Comunicación inclusiva
- Una inducción adecuada

3) Taller de Producción de piezas de comunicación.

El objetivo de este taller es que los/las participantes voluntarios produzcan una pieza de comunicación con un mensaje de sensibilización, a partir de los contenidos trabajados en los talleres. La pieza estará dirigida a todo el personal de la empresa y buscará sensibilizar en temas vinculados a la diversidad sexual e identidad de género, haciendo foco en personas trans, y en cómo crear ambientes de trabajo inclusivos.

Lograr equipos de trabajo respetuosos e inclusivos de la diversidad sexual y que la inclusión laboral de las personas trans sea una experiencia positiva (tanto para ellas, como para quienes ya trabajan en la empresa) son los resultados que se esperan alcanzar con estas acciones.

PRESENTACIÓN DE LAS ACCIONES EN EL ESPACIO EDUCATIVO DE PERSONAS TRANS

1) Taller de armado de CV (1 encuentro)

El objetivo de esta acción es que las personas trans que participen en el taller puedan organizar la información vinculada a sus estudios y espacios de formación/capacitación dentro de un formato tradicional de Currículum Vitae para presentar a la empresa involucrada en el proyecto, y para que también puedan presentar en otros ámbitos en los que les interese insertarse.

2) Taller de entrevista laboral y conversatorio (1 encuentro)

El objetivo de esta acción es abordar dudas e inquietudes en torno a la instancia de la entrevista laboral. La idea del conversatorio permitirá lograr un espacio de diálogo y construcción colectiva.

3) Charla introductoria sobre la inducción que recibirán, de acuerdo a la especificidad de la empresa y la tarea que vayan a realizar (1 encuentro)

El objetivo de esta acción es presentar a la empresa, sus áreas y focalizar en roles y funciones de las personas trans que se sumen a alguna de ellas.

Los resultados que se esperan de estas acciones son: que las personas trans elaboren su CV, trabajar en el reconocimiento de sus capacidades y empoderarlas para que atraviesen satisfactoriamente la experiencia de una entrevista laboral.

4.2 PLANIFICACIÓN DE LAS ACCIONES

4.2.1 Planificación de las acciones en la empresa

a) Talleres de sensibilización y formación al personal de Recursos Humanos (2 encuentros)

PRIMER ENCUENTRO: Diversidad sexual e Identidad de Género

INICIO

ACTIVIDAD: *¿Quién soy?*

CONCEPTO: IDENTIDAD

OBJETIVO:

- Que los/las participantes puedan identificar aspectos que constituyan su identidad.

DESCRIPCIÓN:

Ronda rápida de presentación con dinámica de lanzamiento de pelota. Quien recibe la pelota se presenta diciendo su nombre y tres frases que sigan a la palabra “soy”. Por ejemplo:

“Mi nombre es María. Soy Psicóloga. Soy mamá de Tomás. Soy muy charlatana.”

“Soy Luis. Soy capricorniano. Soy futbolero. Soy soltero.”

DURACIÓN: 10 minutos

DESARROLLO

ACTIVIDAD: *¿Quiénes son?*

CONCEPTOS: REPRESENTACIÓN – ESTEREOTIPOS - PREJUICIOS

OBJETIVOS:

- Trabajar los conceptos de representación y estereotipos de género.

- Presentar conceptos vinculados a la diversidad sexual.

- Conocer las representaciones que los/las participantes tienen de las personas trans.

DESCRIPCIÓN:

a) Repartir a los/las participantes las fotos de dos personas trans para que inventen y escriban una presentación de forma anónima. Se recolectan todas las presentaciones para compartirse luego.

Fotos:



b) Proyección del video de sensibilización: “Mensaje de la oficina de la ONU para los Derechos Humanos contra la Homofobia”, realizado por la ONU en el marco de la campaña “Free and Equal”.



Mensaje de la oficina de la ONU para los Derechos Humanos contra la Homofobia

VIDEO 1 en DVD ANEXO: www.youtube.com/watch?v=a1rQ_KyRs-Y

c) Con las presentaciones inventadas de las personas trans de las fotos y retomando ideas presentadas en el video se abre a la discusión en torno a estereotipos y representaciones. Luego se introducen algunos conceptos vinculados a la diversidad sexual.

Preguntas guía para el debate

¿Qué características aparecieron en las presentaciones?

¿Qué características no aparecieron?

¿Cómo defino al “otro”?

¿Cómo representan los medios a las personas trans?

¿Qué define la identidad? ¿Qué aspectos de la identidad se eligen y cuáles no?

Glosario orientador

Sexo: lo que nos da la naturaleza; nacemos.

Género: lo que establece e impone la cultura; aprendemos.

Identidad de género: se refiere a la vivencia interna e individual del género tal como cada persona la siente y vive profundamente, la cual puede corresponder o no con el sexo biológico.

Expresión de género: es la manera en que nos mostramos al mundo. Cómo nos nombramos, nos presentamos, nos vestimos, etc.

Estereotipos de géneros: asignación diferenciada de atributos, tareas, comportamientos y responsabilidades según sea el sexo de las personas.

Orientación sexual: es la atracción, emocional, afectiva, física y sexual que se siente hacia otra persona. Las orientaciones sexuales preponderantes son: heterosexualidad, homosexualidad y bisexualidad.

Diversidad sexual: es la pluralidad de prácticas y manifestaciones emocionales, afectivas y sexuales en una cultura dada, comprendiendo a heterosexuales, gays, lesbianas, bisexuales, travestis, transexuales, transgéneros, intersexuales.

Ideas fuerza para el/la facilitador/a

- Existe un marco legal nacional e internacional que promueve la diversidad y los derechos sexuales y reproductivos.
- Los prejuicios están basados en estereotipos.

d) Proyección de un compilado de personas trans presentándose.





Testimonios

- 1- “Soy estudiante del Mocha Celis”
- 2- “Soy trans, soy feliz”
- 3- “Soy jugador de fútbol”
- 4- “Me gusta tocar la guitarra”
- 5- “Soy Lohana, tengo tetas y tengo pene. Soy maravillosa”

DURACIÓN: 60 minutos

ACTIVIDAD: *¿Cómo somos?*

CONCEPTOS: DISCRIMINACIÓN - DERECHOS – IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

OBJETIVOS:

- Reflexionar sobre las propias prácticas discriminatorias.
- Conocer el marco legal y garantista de la identidad de género y los derechos sexuales y reproductivos de todas las personas en nuestro país, desde una perspectiva de derechos humanos.
- Reforzar la importancia de la igualdad de oportunidades, haciendo hincapié en ámbito laboral.

DESCRIPCIÓN:

a) Visualización del spot “Comunicar Diversidad – Spot Policía”, realizado por el Observatorio para la Promoción de Derechos de la Diversidad de Salta. Pausar el video después de la placa “¿Te parece increíble?”. Abrir el debate en torno a la escena y a los posibles desenlaces que los/las participantes se imaginen.



Comunicar Diversidad - Spot Policia Versión 2010



Comunicar Diversidad - Spot Policia Versión 2010

VIDEO 2 en DVD ANEXO: www.youtube.com/watch?v=zb7ej490tkY

b) Terminar de ver el spot y retomar los finales propuestos para trabajar en torno a la discriminación que sufren las personas trans.



Comunicar Diversidad - Spot Policia Versión 2010

Preguntas guía para el debate

¿Por qué las fuerzas de seguridad pueden detener a una persona trans y no a un hombre haciendo deporte?

¿Qué los diferencia?

¿Esto es legal?

¿Las personas trans están protegidas frente al abuso policial?

Glosario orientador

Transgéneros: Son las personas que se autoperciben con un género distinto al que se les asigna socialmente.

Transexuales: Son personas transgénero que además de construir un género distinto al asignado socialmente, realizan intervenciones en su cuerpo que las alejan de su biología original.

Travestis: Son personas que utilizan vestimenta, lenguaje, modos, que en determinado contexto sociocultural se consideran propios del género opuesto. Las personas pueden travestirse de forma permanente, frecuente o esporádica.

Ideas fuerza para el/la facilitador/a

- Existe un marco legal nacional e internacional que promueve la diversidad y los derechos sexuales y reproductivos.
- La empresa a la cual pertenecen fomenta prácticas de NO discriminación.
- Integran la diversidad sexual: personas trans, homosexuales, heterosexuales, intersexuales, bisexuales y queers.
- La identidad de género y la orientación sexual NO se eligen; se sienten y se viven.

DURACIÓN: 35 minutos

CIERRE

a) Proyección del spot “Expectativas”, realizado por Fundación Huésped.



Expectativas-Fundación Huésped

VIDEO 3 en DVD ANEXO: www.youtube.com/watch?v=l8dnEZRU-5o

b) Reflexión de cierre en torno a las siguientes preguntas:

¿Qué nos dicen las identidades trans?

¿Son diferentes? ¿A quién/es?

¿Por qué una persona se sometería a tanto sufrimiento si no fuera un sentimiento real?

¿Cómo podemos modificar su realidad?

DURACIÓN: 15 minutos

SEGUNDO ENCUENTRO: Búsqueda de personal y entrevistas laborales

INICIO

ACTIVIDAD: *Las 4 esquinas*

CONCEPTOS: RESPETO – DERECHOS

OBJETIVO:

- Que los/las participantes reflexionen sobre sus prácticas en las búsquedas de personal y en las entrevistas laborales que realizan.

DESCRIPCIÓN:

En el espacio se delimitan 4 esquinas, o 4 zonas, cada una identificada con un cartel. Los carteles dicen “SIEMPRE” / “MUCHAS VECES” / “POCAS VECES” / “NUNCA”. La persona que facilita la actividad leerá algunos enunciados en voz alta y los/las participantes deben moverse hacia alguna de las esquinas/zonas de acuerdo a su respuesta. Se pueden habilitar también zonas intermedias entre las categorías de los carteles. Lo más importante es que solo se ponga en juego el cuerpo y no la palabra.

Algunos enunciados para esta actividad:

- Las búsquedas de personal se publican en una bolsa de trabajo interna.
- Las búsquedas de personal tienen difusión en plataformas online de oferta de empleo.
- En las búsquedas se especifican las tareas principales a desarrollar.
- El contenido de la búsqueda se piensa de acuerdo al puesto vacante.
- Los contenidos de las búsquedas ya están armados y se ajustan de acuerdo al puesto que se esté ofreciendo.
- En las búsquedas se especifica si el puesto es para una mujer o para un varón.
- En las búsquedas se hace referencia a la experiencia previa.
- En las búsquedas se especifica el rango de edad.
- Manejar idiomas es requisito en las búsquedas.
- En la entrevista laboral participa solo una persona de la empresa.
- En la entrevista participan varias personas de la empresa.
- En las entrevistas se hacen preguntas sobre la vida privada.
- En las entrevistas se pide DNI.

DURACIÓN: 15 minutos

DESARROLLO

ACTIVIDAD: *Incluyendo diversidad*

CONCEPTOS: DIVERSIDAD – RESPETO – DERECHOS

OBJETIVOS:

- Que los/las participantes identifiquen prácticas inclusivas y prácticas no inclusivas en las búsquedas de personal y en las entrevistas laborales que realizan.
- Que los/las participantes piensen cómo modificar estas dos instancias en la empresa para volverlas más inclusivas pensando en las personas trans que contratarán.

DESCRIPCIÓN:

a) Luego de la dinámica de *Las 4 esquinas* se abre el intercambio y el debate.

Preguntas guía

¿Cómo se sintieron poniendo en juego solo el cuerpo y no la palabra?

¿Se sintieron condicionados por las respuestas de los/las otros/as participantes?

¿Apareció alguna cuestión nueva en la que no habían pensado antes, con relación al trabajo que hacen en RR.HH.?

¿Qué requisitos serían realmente excluyentes?

¿Qué modificaciones sugerirían hacer en las búsquedas y en las entrevistas para hacerlas más inclusivas?

b) A partir de este trabajo de sensibilización, se propone un trabajo vinculado al lenguaje inclusivo en las búsquedas de trabajo. Los/las participantes reciben tarjetas con ítems de búsquedas de trabajo para que los organicen en inclusivos o no inclusivos.

Ítems inclusivos	Ítems no inclusivos

Ejemplos de ítems para las tarjetas:

- Nos encontramos en la búsqueda de una recepcionista administrativa.
- Es necesario que el postulante sea capaz de promover el trabajo en equipo.
- Buscamos una persona dinámica, predispuesta, con excelente trato, buenas relaciones interpersonales y capacidad para trabajar en equipo.
- Solicitamos que quien postule tenga conocimiento de herramientas de diseño.
- Requisitos que deben cumplir los postulantes: Sexo: femenino (excluyente)
- Se busca incorporar estudiante avanzada o graduada de las carreras de Administración de Empresas o Marketing, quien acredite de 2 a 4 años en tareas de asistencia en áreas de Marketing.

Además de trabajar con estas tarjetas, se pedirá que los/las participantes aporten algunas búsquedas realizadas por la empresa para evaluar el nivel de inclusión que poseen desde la comunicación y el lenguaje utilizados.

c) Se proyecta un fragmento del video “¿Cuál es la diferencia?”, material realizado en 2012 como parte de la iniciativa "Centros Libres de Homofobia" de Uruguay, llevada adelante por diferentes organizaciones de Uruguay (el Colectivo Ovejas Negras, el Ministerio de Salud Pública, la Universidad de la República Oriental del Uruguay y UNFPA Uruguay). El fragmento elegido es el de Jorge, quien se define como trans masculino y de Ana María que se define como trans femenina. Luego de ver el video se abre el debate para relacionar este fragmento relacionado al ámbito de salud con el ámbito laboral.



¿Cuál es la diferencia? A continuación Reproducción automática



¿Cuál es la diferencia? A continuación Reproducción automática

TRANS MASCULINO

MÉDICO I

Mujer, 30 a
No entra a la consulta

MÉDICO II

Trans masculino, 30 a
MC: Dolor cervical
Inicio reciente. No calma con ibuprofeno. Rotación dificultosa. Hormigueo distal.
Usuario no mastectomizado. Faja elástica prácticamente a permanencia.
Conducta:
Se indica reposo por 72 hs
Analgésicos cada 8hs
Se orienta sobre prácticas que fomentan una espalda saludable
Se explica riesgos de uso prolongado de faja y formas de disminuir el riesgo
Se orienta sobre prevención de cáncer

TRANS FEMENINA

MÉDICO I

Transexual, 28 a
Trabajador sexual

MC: Angustia, llanto fácil

¿Depresión?

Conducta:

Interconsulta con Salud Mental

MÉDICO II

Trans Femenina, 28 a
Heterosexual
Trabajadora sexual
MC: Labilidad emocional
Hace dos meses en tratamiento hormonal irregular sin control médico.
Sin paraclínica previa.
Recientemente cambios de humor bruscos, crisis de llanto, angustia, cefaleas, náuseas.
Conducta:
Solicito Hemograma, Funcional y enzimograma hepático, perfil lipídico, glicemia en ayunas, nivel de testosterona en sangre
Oriento sobre efectos de hormonización
Interconsulta con Psicología y Endocrinología

VIDEO 4 en DVD ANEXO: www.youtube.com/watch?v=WUnGHQnpXQY

Preguntas guía

- ¿Cuál es la diferencia en el trato y la atención en las diferentes consultas médicas?
- ¿Qué factores piensan que se ponen en juego para los/las profesionales de la salud a la hora de atender a una persona trans?
- ¿Aparecen esos factores en la atención a personas CIS (cissexual, es decir, que personas que no son transexuales)?
- ¿Qué se imaginan que pasaría en una entrevista de trabajo a una persona trans? ¿Por qué?
- ¿Qué les preocuparía? ¿Qué les impactaría?

e) Los/las participantes reciben tarjetas con preguntas que podrían hacerse en una entrevista laboral para que las organicen de acuerdo a si les parecen pertinentes o no, teniendo en cuenta todo lo trabajado hasta el momento. Se puede habilitar un espacio intermedio entre ambas categorías.

Preguntas pertinentes	Preguntas no pertinentes

Preguntas de las tarjetas:

¿Te gusta trabajar en equipo?

¿Cuál fue la decisión más importante que tomaste en la vida hasta el momento?

¿Con quién vivís?

¿Cuáles fueron tus trabajos anteriores?

¿Qué actividades disfrutás al margen del estudio y el trabajo?

¿Tenés hijos/as?

¿Qué sabés sobre nuestra empresa?

¿Qué te ves haciendo dentro de dos o tres años?

f) Armar un decálogo para garantizar “ENTREVISTAS LABORALES INCLUSIVAS”.

DURACIÓN: 90 minutos

CIERRE

ACTIVIDAD: *Trans y trabajo, algunas voces y algunas reflexiones*

CONCEPTOS: DIVERSIDAD – DERECHOS – IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

OBJETIVO:

- Que los/las participantes logren empatía con las personas trans.

DESCRIPCIÓN:

Se comparte el video “El colectivo trans y el complicado acceso al trabajo formal” de la Agencia de noticias Télam. El mismo presenta los testimonios de tres personas trans que cuentan sus experiencias de trabajo y se abre el espacio para algunas reflexiones de cierre. Los relatos son de: Alma Fernández, Virginia Silveira y Elián Faiman.



VIDEO 5 en DVD ANEXO: www.youtube.com/watch?v=hSWIIA90o-k

DURACIÓN: 15 minutos

b) Talleres de sensibilización y formación a líderes y equipos de trabajo (2 encuentros)

PRIMER ENCUENTRO: Diversidad sexual y colectivo trans

La planificación del primer encuentro con líderes y equipos de trabajo sobre “Diversidad sexual e Identidad de Género” es la misma que la que presentamos para trabajar con personal de RR.HH. Por esta razón, dicho encuentro puede realizarse con los dos grupos juntos o separados, según lo decida la empresa.

SEGUNDO ENCUENTRO: Comunicación inclusiva, ambientes inclusivos

INICIO

ACTIVIDAD: *El lenguaje construye realidad. ¿Qué realidad queremos construir?*

CONCEPTOS: INCLUSIÓN – NO DISCRIMINACIÓN – DIVERSIDAD - COMUNICACIÓN

OBJETIVOS:

- Que los/las participantes comprendan que el lenguaje construye representaciones.
- Que los/las participantes puedan reconocer palabras que son discriminatorias.

DESCRIPCIÓN:

a) Se reparten entre los/las participantes notas periodísticas que tienen como protagonistas a personas trans. Luego se proyecta un fragmento del programa “Bendita TV” que retoma la visita de Cris Miró al programa “Almorzando con Mirtha Legrand”.



VIDEO 6 en DVD ANEXO: www.youtube.com/watch?v=-sV34d7dtkg

Preguntas guía para el debate

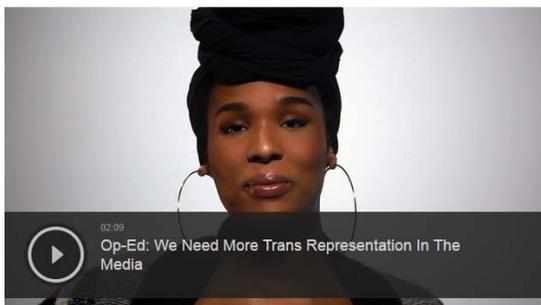
¿Hay algo en el material que les genere rareza/incomodidad?

¿Está bien decirle “Señor” a alguien cuya expresión de género es femenina?

¿De qué manera los medios representan a las personas trans?

¿Qué lenguaje es el que se utiliza más frecuentemente para hablar de las personas trans?

c) Luego de la puesta en común de ideas respecto al lenguaje, se proyecta el video “*Trans representation on the media*” de The Huffington Post.



VIDEO 7 en DVD ANEXO: www.youtube.com/watch?v=bf1CCKEbOTA

Preguntas guía para el debate

¿Qué sienten las personas trans respecto de su imagen en los medios?

¿Qué características no son valoradas?

¿Qué tenemos que hacer para incluir y no discriminar?

Sugerencias orientadoras

- Utilizar los artículos correspondientes al nombre que se autoasigna cada persona.
- Optar por términos genéricos, por ejemplo: reemplazar aquellos/aquellas por quienes.
- Usar masculino y femenino cuando se trata de grupos mixtos de personas.

Ideas fuerza para el/la facilitador/a

- A través de la comunicación - verbal, visual, gestual, escrita – se transmiten ideas, sentimientos y esquemas de percepción y valoración.
- El lenguaje no inclusivo se materializa cuando el lenguaje resulta discriminatorio debido a la elección de las palabras.
- El lenguaje construye representaciones.

DURACIÓN: 60 minutos

DESARROLLO

ACTIVIDAD: *Una realidad inclusiva*

CONCEPTOS: INCLUSIÓN – NO DISCRIMINACIÓN - DIVERSIDAD

OBJETIVOS:

- Que los/las participantes promuevan ámbitos laborales diversos a través de lenguaje inclusivo y prácticas no discriminatorias.

DESCRIPCIÓN:

a) Se colocan 4 carteles en 4 paredes distintas del espacio. Cada uno con el siguiente texto: “ES INCLUSIVO” – “NO ES INCLUSIVO” – “NO SÉ” – “QUIERO DECIR ALGO”

Se invita a los/las participantes a ubicarse bajo cada cartel, luego de que los/las facilitadores/as del taller leen el primer enunciado.

Enunciados:

- Afirmar que ser trans es una elección.
- Conocer una persona trans en sus vivencias cotidianas sin prejuizar.
- Juzgar a las personas trans a partir de tus creencias religiosas o ideológicas.
- Usar el pronombre (él o ella) con el cual esta persona se identifica.
- Hacer saber que es una persona trans sin su autorización.
- Igualar la identidad de género a la orientación sexual.
- Referirse a una persona trans con el pronombre con el cual **NO** se identifica (él o ella).
- Preguntar por el nombre de nacimiento de una persona trans como si fuera el de otra persona.
- Asumir la orientación sexual de una persona trans.
- Respetar la identidad de género auto-percibida, más allá de tus creencias.

b) Una vez que cada participante está ubicado/a bajo algún cartel, se realizan las observaciones pertinentes y se da la palabra a quien se haya ubicado bajo el cartel que dice “Quiero decir algo”.

c) La misma dinámica debe repetirse con todos los enunciados, teniendo como objetivo dejar en claro qué es inclusivo y qué no lo es.

DURACIÓN: 30 minutos

CIERRE

ACTIVIDAD: *Decálogo de inclusión*

CONCEPTOS: INCLUSIÓN – NO DISCRIMINACIÓN - DIVERSIDAD

OBJETIVOS:

- Construir un decálogo en conjunto con los/las participantes que contenga premisas acerca de cómo lograr ámbitos laborales inclusivos.

DESCRIPCIÓN:

a) Se reparten 20 tarjetones con 10 enunciados inclusivos y 10 no inclusivos. Se convoca a los y las participantes a que se agrupen en función de los que consideran que tienen enunciados inclusivos y los que no.

Ejemplos de tarjetones:

Llamar a las personas por el nombre que eligen en función de su género autopercebido.

Sostener que hay orientaciones sexuales naturales y otras que no lo son.

Preguntarle a una persona trans cómo se llama/ba en función de su sexo biológico.

Utilizar los artículos correctos en función de la persona con quien se habla.

b) Luego se ponen en común los resultados. Se elige un representante para escribir los enunciados inclusivos en una pizarra para conformar el Decálogo. Agregar enunciados si los/las participantes lo desean.

Opcional: se invita a que los y las participantes tomen fotos con su celular, para circular el Decálogo al resto de la empresa.

Preguntas guía para el debate

¿Qué hace que un enunciado sea inclusivo o no inclusivo?

¿Qué tienen en común los enunciados inclusivos? ¿Y los no inclusivos?

¿Qué puedo hacer desde mi espacio de trabajo para que mis compañeros y compañeras se sientan cómodos y cómodas?

¿Me sentí alguna vez discriminado/a en algún ámbito?

DURACIÓN: 30 minutos

c) Taller de Producción de piezas de comunicación con participantes voluntarios de los otros talleres

INICIO

ACTIVIDAD: *Comunicarse*

CONCEPTOS: COMUNICACIÓN - INCLUSIÓN – NO DISCRIMINACIÓN - DIVERSIDAD

OBJETIVOS:

- Que los/las participantes identifiquen cuáles eran las representaciones de las identidades trans que tenían antes de participar de los talleres.
- Que elaboren argumentos que puedan contraponerse a esas visiones en función de los conocimientos adquiridos en los talleres.
- Que construyan un mensaje de sensibilización destinado a compañeros/as de la empresa.

DESCRIPCIÓN:

Tomando como marco el proceso de producción de mensajes propuesto por Gabriel Kaplún⁹², se orientará a los/las participantes voluntarios del taller para que elaboren una pieza de comunicación destinada a compañeros/as de la empresa.

a) Con orientación del/a facilitador/a los/las participantes deberán elaborar un mapa conceptual acerca de las problemáticas que rodean a las personas trans y que dificultan su inserción laboral.

b) Una vez que estas problemáticas son definidas, los/las participantes deberán seleccionar una que funcionará como eje conceptual del mensaje a comunicar. Luego, se pondrán en común las reflexiones que tenían al respecto antes de participar de los talleres.

c) Luego de identificar las ideas constructoras, el/la facilitador/a deberá orientar a los/las participantes en la elaboración de argumentos que pongan en tensión estas ideas.

d) Por último, entre todos/as se define el mensaje, el canal de comunicación, el contenido final y el diseño de la pieza. El/la facilitador/a podrá mostrar algunos ejemplos que resulten inspiradores.

⁹² Kaplún, Gabriel. "Contenidos, itinerarios y juegos. Tres ejes para el análisis y la construcción de mensajes educativos." Ponencia presentada en el VI Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación, Santa Cruz, Bolivia, 2002.

4.2.2 Planificación de las acciones en el espacio educativo de personas trans

a) Taller de armado de CV (1 encuentro)

INICIO

ACTIVIDAD: *Recopilación y organización de la información*

CONCEPTOS: EMPODERAMIENTO - AUTOVALORACIÓN

OBJETIVO:

- Que los/las participantes identifiquen sus capacidades y seleccionen los aspectos que incluirán en el CV.

DESCRIPCIÓN:

a) Cada participante recibe cuatro fichas para completar y unas tarjetas con frases. Cada ficha posee un título: Quién SOY / Qué SÉ / Qué puedo HACER / Qué deseo HACER. Las tarjetas tendrán frases como por ejemplo: nombre y apellido, estudios, formación, experiencia laboral, DNI, teléfono de contacto, otras actividades, mail, etc. Primero, cada participante debe agrupar las tarjetas teniendo en cuenta los títulos de las fichas y luego debe completar las fichas con su propia información y teniendo en cuenta las frases de las tarjetas.

b) Una vez que las fichas están completas con la información de cada participante, deberán ordenarlas del 1 al 4, teniendo en cuenta el mejor orden de presentación en su CV.

DURACIÓN: 45 minutos

DESARROLLO

ACTIVIDAD: *Armado de CV*

CONCEPTOS: CAPACIDADES - FORTALEZAS

OBJETIVO:

- Que los/las participantes armen su CV destacando sus capacidades.

DESCRIPCIÓN:

a) A partir de ver algunos CV a modo de ejemplo, los/las participantes deberán pensar otros títulos para las fichas que ya completaron y que se adecuen más al formato tradicional de CV. Por ejemplo: datos personales, formación, otros conocimientos, experiencia laboral, referencias, otros datos de interés.

b) Para trabajar la presentación de la información en el CV se reparten tarjetas que deberán ubicarse en un cuadro que posee dos categorías: “los SÍ de un CV” y “los NO de un CV”.

Los SÍ de un CV	Los NO de un CV

Las tarjetas poseen las siguientes características:

- Errores de ortografía.
- Tamaño de letra 11/12.
- Mentir / exagerar los datos.
- Redacción en primera persona.
- Amplios márgenes y espacios entre líneas.
- Errores de tipeo.
- Buena jerarquía de contenidos.
- Firma al final.

b) Luego, cada participante arma su CV en una plantilla que entrega quien facilita y con todo lo trabajado hasta el momento.

c) Sesión de fotos para incluir en los CV.

DURACIÓN: 45 minutos

CIERRE

ACTIVIDAD: *Identificándonos*

CONCEPTO: RESPETO – EMPATÍA – SEMEJANZAS - DIFERENCIAS

OBJETIVO:

- Identificar semejanzas y diferencias con las historias de vida de otras personas trans con relación a la inserción en el mercado de trabajo formal.

DESCRIPCIÓN:

a) Se comparte el video “El colectivo trans y el complicado acceso al trabajo formal” de la Agencia de noticias Télam que presenta los testimonios de tres personas trans que cuentan sus experiencias de trabajo y se abre el espacio para algunas reflexiones de cierre. Los relatos son de: Alma Fernández, Virginia Silveira y Elián Faiman.



VIDEO 5 en DVD ANEXO: www.youtube.com/watch?v=hSWIIA90o-k

b) Se abre el debate para que los/las participantes expresen sus opiniones y reflexiones en torno a la identificación con otras historias de vida de personas trans.

DURACIÓN: 30 minutos

b) Taller de entrevista laboral y conversatorio (1 encuentro)

INICIO

ACTIVIDAD: *La entrevista laboral*

OBJETIVO:

- Que los/las participantes se familiaricen con la instancia de la entrevista laboral.

DESCRIPCIÓN:

Se presenta un listado de aspectos que se pueden poner en juego a la hora de tener una entrevista laboral. Se propone clasificarlos en “controlables” y “no controlables”.

¿Qué aspectos PUEDO controlar?	¿Qué aspectos NO PUEDO controlar?

Lista de aspectos:

- Los nervios
- La puntualidad
- La organización en las ideas
- Las preguntas que haga quien realice la entrevista
- La claridad en las respuestas
- Lograr afinidad con quien realice la entrevista
- Conocer la actividad de la empresa antes de ir a la entrevista
- Planteo de preguntas con relación al puesto y a las actividades que éste requiere

DURACIÓN: 20 minutos

DESARROLLO

ACTIVIDAD: *Role playing de entrevista laboral*

CONCEPTOS: AUTOVALORACIÓN - AUTOCONFIANZA

OBJETIVO:

- Que los/las participantes vivan la experiencia de la entrevista, en un formato de simulacro, para identificar dudas y miedos.

DESCRIPCIÓN:

a) Repartir roles: entrevistador/a – entrevistado/a. En un primer ejercicio el rol de entrevistador/a puede tomarlo quien facilita la actividad y que sea voluntario quien quiera participar como

entrevistado/a. El resto de los/las participantes serán observadores/as y deberán prestar atención a los aspectos que resulten valiosos para apropiarse y los aspectos que podrían mejorarse.

b) Puesta en común de las sensaciones que tuvieron entrevistado/a y entrevistador/a y de las observaciones que haya hecho el resto del grupo.

c) Repartir nuevamente los roles para hacer el ejercicio nuevamente y abrir a otra puesta en común para identificar otros aspectos que resulten relevantes y otros que resulten críticos.

ACTIVIDAD: *Buzón de preguntas y conversatorio*

OBJETIVO:

- Que los/las participantes puedan plantear y resolver las dudas e inquietudes que les genere la instancia de la entrevista laboral.

DESCRIPCIÓN:

a) Se reparten hojas en blanco para que cada participante escriba entre una y cinco preguntas con relación a la entrevista laboral.

b) Se reúnen todas las preguntas en un buzón y se van respondiendo entre todos/as a medida que van saliendo.

DURACIÓN: 70 minutos

CIERRE

ACTIVIDAD: *10 consejos para tener en cuenta en una entrevista laboral*

OBJETIVO:

- Que los/las participantes armen un listado con lo que le aconsejarían a otra persona que va a tener una entrevista laboral.

DESCRIPCIÓN:

Armar un decálogo con consejos, tips y sugerencias de cómo comportarse en una entrevista de trabajo: cómo prepararse para la entrevista, cómo vestirse, cómo manejar los tiempos de la entrevista, cómo responder a las preguntas que haga quien lleva adelante la entrevista, qué información dar y qué información no dar, qué preguntar, cómo repreguntar en caso de que sea necesario, etc.

DURACIÓN: 20 minutos

c) Charla introductoria sobre la inducción que recibirán, de acuerdo a la especificidad de la empresa y la tarea que vayan a realizar (1 encuentro)

INICIO

ACTIVIDAD: *¿Qué sabemos sobre la empresa?*

OBJETIVO:

- Que los/las participantes conozcan algunas características sobre la empresa en la que empezarán a trabajar y las actividades que ésta realiza.

DESCRIPCIÓN:

a) Se reparten tarjetas entre los/las participantes con afirmaciones sobre la empresa y su actividad. Cada participante debe responder por Verdadero o Falso a esa afirmación y luego se colocan en una pizarra/atril donde queden organizadas las frases en dos grupos: las verdaderas y las falsas.

b) Se proyecta un video institucional sobre la empresa que permitirá corroborar si las frases que se utilizaron en la actividad quedaron bien ubicadas o no.

DURACIÓN: 20 minutos

DESARROLLO

ACTIVIDAD: *Preparándose para la inducción/capacitación*

OBJETIVO:

- Que los/las participantes se preparen para la inducción/capacitación que recibirán por parte de la empresa para aprender su tarea.

DESCRIPCIÓN:

a) Cada participante recibe el modelo de una línea de tiempo y tarjetas con situaciones, estados, sensaciones para que ubiquen en la línea de tiempo de acuerdo a cómo creen que será su proceso de incorporación a la empresa.

Algunas frases que recibirán para colocar en la línea de tiempo:

- Ansiedad y nervios
- Conocer al equipo de trabajo
- Sentirse en confianza con el equipo
- Aprendizaje
- Paciencia

- Dudas y preguntas

DURACIÓN: 20 minutos

CIERRE

ACTIVIDAD: *Conociendo otras experiencias*

OBJETIVO:

- Que los/las participantes se acerquen y tomen conocimiento de las experiencias laborales de otras personas trans.

DESCRIPCIÓN:

Testimonio de alguna persona trans que esté trabajando en otra empresa. Idealmente se invitaría para que participe en la charla y se armara un espacio de intercambio; si esto no fuera posible se produciría un material audiovisual en donde alguna de las personas trans que ya están trabajando en alguna empresa y que conocimos a lo largo de nuestra investigación puedan hacerlo. Una vez que la experiencia de TraVajo en empresas – Primeras experiencias laborales se replique habrá más personas trans con experiencia en empresas para contactar.

DURACIÓN: 20 minutos

Todos los encuentros fueron planificados para desarrollarse en 120 minutos, excepto la charla introductoria sobre inducción/capacitación en acción con las personas trans que dura 60 minutos. La inducción/capacitación queda a cargo de la empresa.

5. CONCLUSIONES

Consideramos que nuestro trabajo representa un aporte significativo desde la comunicación a la lucha política del colectivo trans con relación a su inclusión laboral en el mercado de trabajo formal.

Desde el inicio del proceso nos acercamos a las organizaciones integradas por personas trans para investigar qué temas había en sus agendas políticas y todos/as sus referentes coincidieron en que la inclusión laboral era el tema de mayor preocupación. A partir de esta necesidad, empezamos a pensar de qué modo abordar este problema desde la comunicación.

En el transcurso de nuestra investigación, exploramos iniciativas estatales y privadas llevadas a cabo con el objetivo de favorecer la empleabilidad de las personas trans. En el recorrido, el cambio de contexto político y la demanda explícita de la multinacional DOW Argentina nos condujeron a recortar nuestro tema de tesina y a empezar a pensar un diseño estratégico para favorecer la inclusión laboral de personas trans en el ámbito empresarial privado.

El enfoque de la planificación social de Eduardo Bustelo y el modelo de planificación estratégico situacional de Carlos Matus fueron los pilares teórico metodológicos que utilizamos para desarrollar nuestro diseño estratégico.

Teniendo en cuenta los actores en cuestión, los intereses, las tensiones, las relaciones de poder, las posibles negociaciones, nuestra capacidad de incidencia, los recursos disponibles y otros factores, definimos trabajar en la articulación de espacios educativos y de formación de personas trans con el sector empresarial privado. A partir de esta definición, armamos un plan de acción aplicado a la articulación entre el Bachillerato Popular “Mocha Celis” y la multinacional DOW Argentina. La propuesta “TraVajo – Primeras experiencias laborales de personas trans” consiste en una serie de acciones de formación y sensibilización para trabajar con representaciones y estereotipos sobre las identidades trans al interior de la empresa y brinda herramientas a las personas trans que vayan a insertarse en el mercado laboral formal.

Si bien en el marco de la presentación de dicha tesina, nuestro diseño estratégico culmina con la descripción de las acciones que planificamos para llevar adelante en DOW y el “Mocha Celis”, en el caso de concretar la implementación de la propuesta, sería necesario pensar las instancias de seguimiento y evaluación de la misma. En línea con otras acciones que podrían darle continuidad al trabajo que presentamos, consideramos que el registro de la experiencia podría ser un recurso muy valioso para trascender la articulación del “Mocha Celis” y DOW Argentina y generar así otras articulaciones entre otros espacios educativos y de formación de personas trans y otras empresas.

El diálogo y la interacción con los actores involucrados permitieron hacer de nuestra tesina un proceso de construcción colectiva que representa un aporte desde la comunicación para contribuir en la transformación social en torno a la situación de las personas trans en el mercado de trabajo formal.

5.1 A MODO DE CIERRE

A lo largo del camino que recorrimos se nos abrieron muchos interrogantes, fuimos encontrando algunas respuestas, identificamos dificultades, surgieron ideas, algunas las mantuvimos y otras las descartamos, fuimos tomando decisiones, superamos limitaciones, avanzamos y retrocedimos.

En un primer momento nos habíamos planteado trabajar las representaciones de las identidades trans en prensa gráfica, antes y después de la sanción de la Ley Nacional de Identidad de Género. Luego de descartar esta línea de trabajo, pensamos diseñar una campaña de bien público sobre inclusión laboral de personas trans; pero dado el nuevo contexto político de nuestro país después del cambio de gestión de fines de 2015, definimos desarrollar un diseño estratégico de comunicación que incluyera espacios de formación de personas trans y empresas privadas que venían desarrollando iniciativas sobre diversidad sexual.

En el transcurso de nuestra investigación forjamos un fuerte vínculo con referentes y estudiantes del Mocha Celis y conocimos el interés concreto de DOW Argentina, y allí fue donde vimos luz para realizar nuestro aporte desde la comunicación. Si bien la idea de hacer una tesina propositiva nos cargó de energías; también nos llenó de responsabilidades ya que la complejidad del escenario con el que elegimos trabajar es altísima y porque desentrañar prejuicios y estereotipos es una tarea muy difícil, sobre todo cuando se trata de colectivos que sufren una histórica marginación, exclusión y estigmatización por parte de nuestra sociedad.

Esta tesina significó para nosotras un gran esfuerzo y disfrute y, sobre todo, nos invitó a pensar y reflexionar sobre nuestro rol como comunicadoras y nuestro lugar en el escenario de intervención.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Alfaro Moreno, Rosa María. "Una comunicación para otro desarrollo. Para el diálogo entre norte y sur", Editorial Calandria, Lima, Perú, 1993.
- Appella, Gabriel, Huarte, Cecilia, Vargas, Teresita. "Análisis situacional desde la comunicación. Capítulo I: Diseño del trabajo de campo. Cuaderno de cátedra N° 6 del Taller de Planificación de Procesos Comunicacionales", Facultad de Periodismo y Comunicación Social UNLP, 2012.
- Aprea, Gustavo. "Problemas de Comunicación y desarrollo". Prometeo.
- Arfuch, Leonor. "Identidades, sujetos y subjetividades". Prometeo Libros, Buenos Aires, 2003.
- Atención de la salud integral de personas trans. Guía para equipos de salud. Programa Nacional de Salud Sexual y Procreación Responsable, Ministerio de Salud de la Nación, 2015.
- Barbero, Jesús Martín. "Los métodos: de los medios a las mediaciones. En De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía". G. Gili, México, 1987.
- Barbero, Jesús Martín. "Retos a la investigación de comunicación en América Latina". En Procesos de Comunicación y matrices de cultura. G.Gili, México. 1988.
- Barreda, Victoria. "Después del género, un cuerpo". Universidad Peruana Cayetano Heredia (UPCH), Lima, 2014.
- Berkins, Lohana. "Cumbia, copeteo y lágrimas. Informe Nacional sobre la situación de las travestis, transexuales y transgéneros". Asociación de la Lucha por la Identidad Travesti y Transexual (ALITT), Buenos Aires, 2007.
- Berkins, Lohana. "Travestis: una identidad política". En Grande, Alfredo (Comp). La Sexualidad Represora. Editorial Topia. Buenos Aires. 2008.
- Berkins, Lohana. "Cumbia, copeteo y lágrimas". Ediciones Madres de Plaza Mayo. Buenos Aires. 2006.
- Berkins, Lohana y Fernández, Josefina. "La gesta del nombre propio". Editorial Madres de Plaza de Mayo. Buenos Aires. 2015.
- Bruno, Daniela. "Comunicación y Políticas Públicas en la Argentina Posneoliberal. Propuestas para una práctica profesional políticamente situada", Revista Question, UNLP, 2012.
- Bruno, Daniela; Guerrini, Lucía. "Cultura y posdesarrollo. Perspectivas, itinerarios y desafíos de la comunicación para el cambio social". IICOM, Ediciones EPC, 2014.

- Bruno, Daniela; Demonte, Flavia. “La planificación como narrativa argumentativa de construcción de un mundo compartido”. Capítulo IV.
- Bustelo, Eduardo. “Planificación social: Del rompecabezas al ‘abrecabezas’”, Cuaderno de Ciencias Sociales, Programa Costa Rica, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSCO), 1996.
- Butler, Judith. “Deshacer el género. Introducción: Actuar concertadamente”. Editorial Paidós. 2006.
- Butler, Judith. “El género en disputa: Feminismo y la subversión de la identidad”. Editorial Paidós. 2011.
- Carballada, Alfredo. “La intervención en lo social”. Paidós, Buenos Aires, 2002.
- Castro, Victoria Justina. “Representaciones de la comunidad travesti en Argentina. Una mirada comparativa de su construcción identitaria desde la revista El Teje y el suplemento SOY”. Tesina de licenciatura, Facultad de Ciencias de la Comunicación Social, UBA, 2011.
- Comunicación, Desarrollo y derechos Humanos, cuadernillo n° 1 de la colección: Comunicación, Desarrollo y Derechos. UNICEF – EDUPAS. 2006.
- Correa García, Noelia. “Trayectorias y relatos de personas trans en relación al mundo del trabajo. Un acercamiento desde los métodos biográficos”. Montevideo, Uruguay, 2015.
- Cuadernillo “Inclusión Laboral para el colectivo Trans”. INADI, MTEySS, Ministerio de Justicia y Derechos Humanos y Red de Servicios de Empleo.
- Cuadernillo “Intersexualidad. Documento temático”. INADI y Ministerio de Justicia y Derechos Humanos. 2015.
- Cuadernillo “Promoción de los derechos humanos de personas LGBT en el mundo del trabajo”. Proyecto «Construyendo la igualdad de oportunidades en el mundo del trabajo: combatiendo la homo-lesbo-transfobia». (OIT, UNAIDS y PNUD) Chile – Brasil (1era edición: 2014 / 2da edición: 2015)
- Cuadernillo “Trabajo sin discriminación. Colectivo trans”. INADI, MTEySS y Ministerio de Justicia y Derechos Humanos.
- Cuberli, Milca. “Acerca de la Promoción de la salud y una perspectiva comunicacional como proceso social en el campo de la salud”, IV Jornada de Jóvenes Investigadores, 2007.
- Derecho al Trabajo sin Discriminación. Hacia el paradigma de la igualdad de oportunidades. Documento temático. INADI y Ministerio de Justicia y Derechos Humanos. 2013.

- Enz, Angélica; Franco, Valeria; Spagnuolo, Vanesa. “Manual de comunicación para organizaciones sociales: hacia una gestión estratégica y participativa”. Asociación Civil Comunia. Buenos Aires, 2012.
- Fernández, Josefina. “Cuerpos desobedientes. Travestismo e identidad de género”. Edhasa, Buenos Aires, 2004.
- Foucault, Michel. “Historia de la sexualidad, Tomo I: La voluntad del saber”, Siglo XXI, Buenos Aires, 1977/2012.
- Foucault, Michel. “Saber y verdad”. Ediciones de la Piqueta, Madrid, 1985.
- Foucault, Michel. “Vigilar y castigar. El nacimiento de la prisión”. Siglo XXI, Buenos Aires, 1978/2004.
- Goffman, Erving. “Estigma: la identidad deteriorada”. Amorrortu, Buenos Aires, 2001.
- Hiller, Renata Hiller; Mallimaci Barral, Ana; Moreno, Aluminé Moreno. “Chiruzas improvisadas. Conclusiones preliminares a partir de una investigación con travestis”, 2011.
- Huertas, Frando. “El método PES”. CEREB, ALTADIR, Ecuador, 1993.
- Informe preliminar sobre la situación de las travestis en la Ciudad de Buenos Aires que realizó la Defensoría del Pueblo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y la Asociación de Lucha por la Identidad Travesti y Transexual (ALITT), 1999.
- Jaramillo López, Juan Camilo. “¿Comunicación estratégica o estrategias de comunicación?” en El arte del ajedrecista. Asunción, 2011.
- Horizontes de cambio. Incidir por nuestros derechos. TRAMA, Buenos Aires, 2012.
- Kaplún, Gabriel. “Contenidos, itinerarios y juegos. Tres ejes para el análisis y la construcción de mensajes educativos”. Ponencia presentada en el VI Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación, Santa Cruz, Bolivia, 2002.
- Laclau, Ernesto. “¿Por qué los significantes vacíos son importantes para la política?” en Emancipación y diferencia. Ariel, Buenos Aires, 1996.
- “Ley de Identidad de Género y Acceso al cuidado de la Salud de las personas trans en Argentina”. Publicación de Fundación Huésped, ATTTA y ONUSIDA, Buenos Aires, 2014.
- Maffia, Diana. “Sexualidades migrantes. Género y transgénero”. Feminaria Editora, Buenos Aires. 2003.
- Manual “Trabajo y Diversidad Sexual. Un material para la formación sindical”. Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social, 2015.

- Marques de Melo, José. "Identidades culturales latinoamericanas", en Tiempo de la comunicación global, Sao Pablo, Editorial Imes, 1996. Pp 35.
- Mattelart, Armand y Michéle. "La teoría de la información", en Historia de las teorías de la comunicación, Paidós, España, 1997. Pp 42.
- Mattelart, Armand y Michéle. "Los empirismos del Mundo Nuevo", en Historia de las teorías de la comunicación, Paidós, España, 1997. Pp 28.
- Matus, Carlos. "Política, Planificación y Gobierno, versión preliminar". Fundación ALTADIR / Organización Panamericana de la Salud, Caracas, 1987.
- Medios de comunicación y discriminación: desigualdad de clase y diferencias de identidades y expresiones de géneros y orientaciones sexuales en los medios de comunicación. Facultad de Filosofía y Letras, Secretaría de extensión y bienestar estudiantil, Área Queer, UBA, 2007.
- Montero, Maritza. "Hacer para transformar: El método de la psicología comunitaria". Paidós, Buenos Aires, 2006.
- Pecheny, Mario; Figari, Carlos; Jones, Daniel. "Todo sexo es político. Estudios sobre sexualidades en Argentina". Libros del Zorzal, Buenos Aires, 2008.
- Pecheny, Mario; Figari, Carlos; Jones, Daniel (Comps.). "Todo sexo es político: Estudios sobre sexualidades en Argentina". Buenos Aires. Libros del Zorzal. 2008.
- Pérez, R. "Estrategias de comunicación para el cambio social. Un enfoque cultural para el diseño de políticas anti-corrupción". 2006.
- Preciado, Beatriz. "Manifiesto contrasexual. Prácticas subversivas de identidad sexual". Ópera Prima, Madrid, 2002.
- Primera Encuesta sobre Población Trans 2012: Travestis, Transexuales, Transgéneros y Hombres Trans. Informe Técnico de la Prueba Piloto, Municipio de La Matanza. INDEC – INADI. 2012.
- Principios de Yogyakarta sobre la aplicación de la legislación internacional de derechos humanos en relación con la orientación sexual y la identidad de género. 2007.
- Robirosa, Mario. "Articulación, negociación, concertación", en Revista Mundo Urbano, No. 28, febrero-marzo-abril 2006, en Algranati, Santiago; Bruno, Daniela; Iotti, Andrea. Mapear actores, relaciones y territorios. Una herramienta para el análisis del escenario social. Cuaderno de cátedra N° 3 del Taller de Planificación de Procesos Comunicacionales – Facultad de Periodismo y Comunicación Social UNLP, 2012.

- Rodríguez, María Graciela. "Representaciones: el juego incompleto" en 1eras. Jornadas sobre Representaciones Sociales.
- Scott, Joan. "Género e historia". México: FCE, Universidad Autónoma de la Ciudad de México, 2008.
- Serie de cuadernillos Pico de lora. TRAMA.
- Settanni, Sebastián. Sexualidades politizadas y medios de comunicación: la Marcha del Orgullo LGBT de Buenos Aires en AVATARES de la comunicación y la cultura, Nº 5. ISSN 1853-5925. Junio de 2013.
- Sotelo Maciel, Aníbal. "El análisis PROBES (Problemas, Objetivos y Estrategias). Un método para el Análisis Situacional y la Formulación de Estrategias". ESTS-UNLP, La Plata, 1997.
- Taylor, S.J.; Bogan, R. "Introducción a los métodos cualitativos de la investigación. La búsqueda de significados". Paidós, 1986.
- Torrico Villanueva, Erick. "Abordajes y períodos de la teoría de la comunicación". Editorial Norma, Colombia, 2004.
- "Trabajo y diversidad sexual en el Observatorio de Políticas Públicas de la Jefatura de gabinete de Ministros". Noticia del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social. Dirección de Prensa y Comunicaciones. Septiembre de 2012.
- Uranga, Washington. "Mirar desde la Comunicación. Una manera de analizar las prácticas sociales", Buenos Aires, 2007.
- Uranga, Washington. "Planificación prospectiva estratégica desde la comunicación. Proceso metodológico de diagnóstico y planificación". 2007. <http://www.washingtonuranga.com.ar/>
- Uranga, Washington, Bruno, Daniela, Vargas, Teresita. "Análisis situacional desde la comunicación. Capítulo I: Diseño del trabajo de campo". Cuaderno de cátedra Nº 6 del Taller de Planificación de Procesos Comunicacionales". Facultad de Periodismo y Comunicación Social UNLP, 2012.
- Uranga, Washington, Bruno, Daniela, Vargas, Teresita. "Diseño estratégico". Cuaderno de cátedra Nº 7 del Taller de Planificación de Procesos Comunicacionales. Facultad de Periodismo y Comunicación Social UNLP, 2012.
- Vásquez Haro, Claudia. "Configuraciones de identidades trans en medios gráficos argentinos: nociones identitarias en disputa. Buenos Aires, 1998-2005". Tesis de grado, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata.
- Wittig, Monique. El pensamiento heterosexual y otros ensayos. Egales. Madrid. 2006.

