

Indice

Introducción

- | | |
|---|----|
| 1. Marco de referencia y fundamentación | 7 |
| 2. El papel de la sistematización, disseminación y transferencia de resultados y lecciones aprendidas | 9 |
| 3. Las Publicaciones FORMUJER: modalidad, composición y algunas claves para la lectura | 11 |

I. Estrategia de comunicación:

Una herramienta para la gestión de políticas de formación y equidad de género

- | | |
|--|----|
| 1. Fundamentación y conceptualización | 19 |
| 2. Diseño e Implementación | 26 |
| 3. Resultados alcanzados | 31 |
| 3.1 Sitio web Mujer, formación y trabajo | 34 |
| 4. Lecciones aprendidas y recomendaciones para la sostenibilidad | 40 |

II. Una estrategia de comunicación focalizada en las instituciones coejecutoras y para la transferencia y disseminación del modelo - FORMUJER Argentina

- | | |
|--|----|
| 1. Fundamentación | 47 |
| 2. Perfil de la estrategia comunicacional de FORMUJER Argentina | 48 |
| 3. Diseño, desafíos y enfoques de una planificación comunicacional para un modelo de intervención descentralizado y para viabilizar la transferencia y la sostenibilidad | 51 |
| - Diagnóstico | 52 |
| - Elaboración de lineamientos y pautas de trabajo | 54 |
| 4. Plan Global de Comunicación | 59 |
| 4.1 Plan de alcance general de la UNE | 59 |
| 4.2 Planes descentralizados, focalizados en los Institutos de Formación Profesional | 62 |

III. Una estrategia de comunicación para hacer de la equidad de género y el valor de la formación sellos de identidad e imagen institucionales - FORMUJER Bolivia

1. Fundamentación y conceptualización	71
2. Diseño	73
- Fortalecimiento Interno	73
- Comunicación externa e intensiva. Promoción y Campaña Pública	74
3. Implementación	75
3.1 Fortalecimiento interno	75
3.2 Promoción y Campaña Pública	77
4. Resultados y lecciones aprendidas	83
4.1 Fortalecimiento Interno	83
4.2 Comunicación externa e intensiva. Promoción y Campaña pública	84
5. Recomendaciones y sugerencias para la sostenibilidad	88

IV. Una estrategia de comunicación para la transversalización de la perspectiva de género FORMUJER Costa Rica

1. Fundamentación y conceptualización	93
2. Diseño de la Estrategia de Comunicación	93
- Componente interno	94
- Componente externo	94
3. Implementación	96
- Asesoría de Comunicación	98
- Asesoría de la Mujer	99
- Núcleos Tecnológicos	100
4. Resultados alcanzados y lecciones aprendidas	101
4.1 Componente interno	101
4.2 Componente Externo	105
4.3 Lecciones aprendidas	108
5. Recomendaciones y sugerencias para la sostenibilidad	112