

14/04/2015

Importancia del género y diferencias regionales en el uso de los recursos forestales



Este interesante estudio muestra una visión nueva e integrada de las hipótesis sobre la importancia de la consideración del género en el análisis del uso de productos forestales en varias regiones del mundo. Los resultados indican que los hombres y las mujeres, en medios de vida rurales, contribuyen casi por igual al valor de los ingresos familiares gracias a productos forestales no elaborados, si bien existen fuertes diferencias al respecto entre las regiones del sudeste asiático, África y América Latina.

Hombre recolectando corteza para hacer vino de palma.

Autor: Romain Duda.

Esta investigación utiliza datos de varios casos de estudio para cuestionar los supuestos actuales sobre la diferenciación de género en el uso de productos forestales. Comprobamos la validez de algunas de las ideas comúnmente aceptadas sobre cómo los hombres y las mujeres acceden, administran y utilizan los diferentes productos forestales. En general, encontramos diferencias de género en la recolección de productos forestales, sin embargo, también encontramos que los hombres contribuyen con productos forestales de forma más importante y diversa de lo que se pensaba, aunque con fuertes diferencias entre Asia, África y América

Latina.

Este estudio es uno de los resultados de la Red Pobreza y Ambiente (PEN de sus siglas en inglés) (www.cifor.org/pen), un esfuerzo de colaboración dirigido por el Centro para la Investigación Forestal Internacional (CIFOR). Hasta la fecha, PEN constituye el mayor proyecto de investigación cuantitativa comparativo sobre los bosques y los medios de vida rurales. El estudio analiza los datos recogidos en unos 8.000 hogares de 24 países en desarrollo.

En el debate con respecto a la importancia relativa de hombres y mujeres en el uso de los recursos forestales, una creencia común es que las mujeres son las principales recolectoras de productos forestales. Sin embargo, los resultados de nuestro estudio sugieren que los hombres y las mujeres contribuyen casi por igual al valor de los ingresos familiares de los productos forestales no elaborados, tales como madera, frutas y setas. Esta conclusión general, sin embargo, esconde diferencias regionales. En América Latina, por ejemplo, los hombres obtienen ingresos de productos forestales no elaborados, como las nueces de Brasil, por valor de siete veces más que las mujeres. En África, las mujeres desempeñan un papel más importante en la obtención de productos orientados a la subsistencia, mientras que los hombres y las mujeres del sudeste de Asia tienden a compartir más responsabilidades en la gestión forestal y la producción agrícola.

Otra generalización común es que los hombres venden productos de más alto valor, mientras que las mujeres –en el caso de que comercialicen– se centran en los productos de subsistencia a pequeña escala. Pero, de hecho, hay una variación regional increíble. En África, donde los mercados tienden a ser más orientados a la subsistencia, las mujeres tienden a dominar. En América Latina, que tiene mercados más especializados, los hombres dominan y en Asia es una mezcla de los dos.

Los resultados de este estudio no contradicen necesariamente estudios anteriores, sino que dan una visión más de conjunto. A menudo, los resultados de un sitio se han extrapolado para hacer generalizaciones. Este estudio muestra que los hombres recogen leña y las mujeres producen para los mercados. La división de género es mucho menos pronunciada de lo que pensábamos.

Victoria Reyes-García (Profesora de Investigación ICREA)

Instituto de Ciencia y Tecnología Ambientales (ICTA)

Victoria.Reyes@uab.cat

Referencias

Sunderland, Terry; Achdiawan, Ramadhani; Angelsen, Arild; Babigumira, Ronnie; Ickowitz, Amy; Paumgarten, Fiona; Reyes-García, Victoria. [Challenging Perceptions about Men, Women, and Forest Product Use: A Global Comparative Study](#). *World Development*. 2014, vol. 64, sup. 1, p. S56-S66. doi: 10.1016/j.worlddev.2014.03.003.

[View low-bandwidth version](#)