



Homens e rapazes no saneamento

As discussões sobre género em saneamento e higiene (S&H) centram-se geralmente nos papéis, posições ou impactos nas mulheres e raparigas, a quem cabe a maior carga de trabalho relacionada com água, saneamento e higiene (water, sanitation & hygiene, WASH). Os esforços para melhorar o S&H e mudar as normas sociais nem sempre envolvem activamente homens e rapazes da maneira mais eficaz ou transformadora. Precisamos de aprender mais sobre os papéis que os homens e rapazes desempenham actualmente e, se necessário, sobre como estes papéis podem ser modificados para que os esforços tenham maior êxito. Esta Nota de Reflexão apresenta os resultados de uma análise focada em homens e rapazes: os problemas que eles causam e os problemas que têm, como os levar (ou não) a participar e como os mobilizar como aliados na transformação dos resultados de S&H.

Esta Nota de Reflexão tem como objectivo:

- Mostrar como homens e rapazes participam actualmente em S&H, e explorar como podem ser levados a participar para obter uma mudança de comportamento sustentável e novas normas sociais;
- Identificar as abordagens e métodos específicos que estão a ser usados em diferentes contextos para que homens e rapazes deixem de praticar o fecalismo a céu aberto (open defecation, OD); e
- Proporcionar um entendimento mais profundo de como o S&H pode constituir uma plataforma para alterar as normas de género, envolver homens e rapazes no diálogo sobre questões de género e reforçar os resultados de igualdade de género.

A nota de reflexão baseia-se numa análise da literatura publicada e da literatura cinzenta, e em entrevistas com respeitados profissionais de WASH e de género, para avaliar o grau e a eficácia da participação de homens e rapazes em programas de saneamento. Os resultados foram transformados em conclusões, a partir das quais foi elaborado um conjunto de recomendações.

Homens e rapazes como objectos para a mudança

O primeiro conjunto de conclusões refere-se às práticas e comportamentos de saneamento por parte de homens e rapazes, e também às campanhas de S&H destinadas a homens. Mesmo em agregados familiares com casas de banho, os homens defecam a céu aberto mais frequentemente do que as mulheres – porque têm mais tempo, maior mobilidade e não têm vergonha do OD (Coffey et al. 2014, Chambers & Myers, 2016). A micção a céu aberto masculina é comum em todo o mundo, apesar das proibições e das campanhas preventivas. Em média, os homens também lavam menos as mãos com sabão: o Programa de Melhoria do Saneamento e Higiene Rural do Camboja tentou promover S&H junto dos homens, com o slogan «A maior parte dos homens não lava as mãos depois de ir à casa de banho. Você lava?» Há alguns bons exemplos, uma grande parte dos quais na Índia, de programas e campanhas de WASH direccionados para a mudança do comportamento de S&H dos homens, mas estes programas não estão a transformar as normas de género – reforçam antes, em muitos casos,

estereótipos e papéis de género. A Unilever criou perfis de personagens para promover mudanças de comportamento dos homens na Índia. As campanhas «homem bom» e «homem duro» pretendem direccionar/publicitar melhor o saneamento para esses homens.

Embora justificado e usado pelo seu «apelo», que funciona para alguns homens, o comércio de estereótipos de «homem duro» tem sido criticado por reforçar estereótipos inúteis (e machistas). As campanhas de S&H muitas vezes jogam com as normas de género existentes (e reforçam-nas) para incentivar os homens a lavar as mãos ou a construir latrinas em casa. Em Haryana, na Índia, a campanha *No Toilet, No Bride* («Sem casa de banho, não arranja noiva») incentivava os rapazes casadouros a construir uma casa de banho na residência da família do marido antes do casamento. A campanha aumentou o investimento dos homens em S&H em Haryana, onde há mais homens do que mulheres, mas não em Madhya Pradesh, onde a proporção de homens e mulheres é mais equilibrada e os homens podem encontrar uma esposa com mais facilidade (Satyavada, 2018). Isto vem sublinhar a forma como o S&H pode depender de um

contexto específico – neste caso, influenciado pela oferta e procura de «noivas» e «pretendentes»! Outras campanhas sugerem que o papel do homem é ser protector da saúde do seu agregado familiar e da dignidade da mulher. Por exemplo, a Missão Swachh Bharat tem sido criticada por reforçar sistematicamente o poder dominante dos homens de fornecer uma casa de banho..

A experiência actual revela uma tensão entre o aproveitamento de normas e estereótipos de género que atraem os homens para mudanças das práticas de S&H a curto prazo e o trabalho mais estratégico visando uma mudança transformadora das questões de género. Actualmente, o sector não é eficaz na confrontação das normas de género e, na maioria das vezes, as agências estão a usar técnicas que reforçam o poder e a desigualdade de género.

Homens e rapazes como agentes de mudança

O segundo conjunto de conclusões diz respeito aos homens como agentes de mudança, defendendo ou promovendo melhores práticas de S&H. Essa área de enfoque cobre a participação dos homens em processos de S&H, bem como estratégias que incidem nos papéis e responsabilidades em S&H. Esses temas são discutidos mais adiante.

Os homens podem constituir uma força de mudança institucional, como aconteceu na campanha nacional de construção de latrinas de Julius Nyerere na Tanzânia na década de 1970, e houve homens famosos a actuarem como agentes de mudança na Missão Swachh Bharat (Índia Limpa). O actor e antigo político Amitabh Bachchan incentiva a mudança de comportamento de homens que têm casas de banho, mas não as usam. Alguns homens podem promover mudanças através dos seus cargos institucionais ou profissionais. No distrito indiano de Nuh, os imãs anunciaram nas mesquitas que não realizariam *nikah* (cerimónias matrimoniais) em agregados familiares que não tivessem casas de banho ou praticassem OD. Da mesma forma, um distrito do Camboja tornou-se livre de feccalismo a céu aberto (*open defecation free*, ODF) quando os monges se recusaram a abençoar as residências que não tinham casas de banho. Há também exemplos em que homens defensores desta causa estão a ajudar a quebrar barreiras e tabus sobre a gestão da higiene menstrual (GHM), em parceria com mulheres e grupos de mulheres. A Plan International, no Uganda, tem funcionários específicos, homens e mulheres, que trabalham com GHM. Os homens são incentivados a tornar-se vendedores de pensos higiénicos reutilizáveis (AFRIPads) e a pôr em causa as normas sociais discutindo GHM na comunidade.

Em alguns países, é difícil envolver os homens em sessões de despertar ou até mesmo garantir que eles estejam fisicamente presentes (por exemplo, homens de grupos de criadores de gado, como os Massais, estão muitas vezes longe, à procura de água e de pastagens para os seus animais). Os facilitadores de Saneamento Total Liderado pela Comunidade (*Community-Led Total Sanitation*, CLTS) precisam de abordagens inovadoras para envolver os homens nas actividades de recrutamento e despertar para o CLTS evitando reforçar os estereótipos de género. Algumas iniciativas incentivam os homens a participar em processos de S&H, como a oferta de carne de cabrito aos homens para participarem em sessões de despertar no Quénia; podem reforçar-se as desigualdades, se não forem dados às mulheres os mesmos incentivos. Estão disponíveis ferramentas participativas experimentadas e testadas para ajudar as equipas dos projectos a ficar a saber mais sobre papéis e responsabilidades de género nas comunidades-alvo antes do início dos projectos (por

exemplo, quem limpa a casa de banho, quem dá apoio às crianças ou a outras pessoas para usarem a casa de banho, etc.). Ferramentas como o «Relógio de 24 horas» e «O coco flutuante» ilustram o trabalho doméstico visível e invisível. As ferramentas podem revelar a diferença das cargas de trabalho de mulheres e homens no que diz respeito a WASH, na família e na comunidade, e identificar o que podem fazer para partilhar a carga de trabalho. Abordagens como a Transformação Participativa de Higiene e Saneamento (*Participatory Hygiene and Sanitation Transformation*, PHAST) e os Círculos de Aprendizagem permitem a participação de homens e a transformação de papéis de género. Ambas as abordagens foram usadas em Fiji e Vanuatu (Halcrow *et al.* 2010).

No Projecto de Ampliação Global da Lavagem das Mãos (WSP, 2010), no Senegal, as mulheres eram o público-alvo inicial, devido ao seu papel central nos cuidados familiares. No entanto, os homens foram posteriormente incluídos nas discussões de promoção de lavagem das mãos, quando se reconheceu que os homens fornecem e controlam o acesso do agregado familiar ao sabão, e podem permitir, reforçar e suportar mudanças de comportamento lavando as mãos com sabão e incentivando os outros a fazerem o mesmo.

Dar aos homens o papel de agentes de mudança nos programas de S&H pode, porém, reforçar (sem querer) normas, papéis e estereótipos negativos de género. Os homens costumam ser os «especialistas técnicos» na concepção, no financiamento e na construção de latrinas, e cabe-lhes a maior partes das funções formais de geração de rendimento no sector de saneamento. Em contrapartida, as mulheres geralmente são vítimas de discriminação e faltam-lhes oportunidades de participação. Um programa do UNICEF no Malawi usou abordagens participativas para pedreiros em projectos de concepção, marketing e modelos de negócios de saneamento (UNICEF, 2015). Pediu-se aos pedreiros que criassem mensagens para comunicar as principais características de uma casa de banho acessível e duradoura; o slogan para a latrina tornou-se «Deixe os homens a sério descansar», aludindo ao facto de os homens decidirem investir em instalações de saneamento e construí-las.

Homens e rapazes como parceiros para a mudança

O último conjunto de conclusões diz respeito aos homens como parceiros para a mudança. Há poucos exemplos de homens que actuam como parceiros para a mudança para ajudar a promover o equilíbrio de género na responsabilidade pelo S&H, apoiando as mulheres para dirigirem o WASH ou promovendo a consideração das questões de género nos movimentos de WASH. O sector de WASH pode facilitar melhor os homens para que, como parceiros na mudança, usem o seu poder, o seu estatuto e os seus recursos para apoiar a liderança, a tomada de decisões e o desenvolvimento de competências técnicas das mulheres em WASH. A experiência em Timor-Leste realça a necessidade de desenvolver a confiança das mulheres e de os homens incentivarem as mulheres a falar em reuniões, para que não se reforce a ideia de que a tomada de decisões é domínio masculino. A autoconfiança é uma questão fundamental na promoção da liderança das mulheres. Em Timor-Leste, os facilitadores dão conta de uma maior representação das mulheres nos grupos de gestão da água, que resultou resultado de processos inclusivos, e em muitas há relatos comunidades de homens que passaram a assumir mais tarefas domésticas para permitir a participação das suas esposas. É fundamental que os homens promotores desta temática não falem pelas mulheres, mas sejam antes parceiros para a mudança de forma transformadora.

Em todas as culturas, as mulheres suportam a maior parte dos cuidados e encargos domésticos, incluindo a responsabilidade das casas de banho privadas, escolares e públicas. A desigualdade na distribuição do trabalho de S&H pode reforçar os papéis de género e em escassez de tempo para as mulheres e limitar assim as suas opções dentro e fora do lar. S&H podem constituir um ponto de entrada para promover identidades, relações e práticas com maior igualdade de género entre homens e rapazes. Campanhas internacionais como [MenCare](#), [He-for-She](#), [We Can](#) e [Promundo](#) trabalham com homens e os seus grupos de pares para transformar as normas de género. Isto inclui o apoio a homens que fazem 50% do trabalho de cuidados, incluindo S&H no lar. Encontram-se na literatura exemplos de programas que:

- envolvem os homens, ao lado das mulheres, na criação, implementação e avaliação dos programas de S&H;
- fazem com que a importância da participação de homens e rapazes se reflecta em trabalho não remunerado de WASH, isto é, desenvolvendo a sua compreensão de que a sua participação nesta área os beneficia a si próprios, às suas famílias e comunidades;
- garantem que homens e rapazes tenham os necessários conhecimentos e competências de S&H; e
- desestigmatizam e desfeminizam o S&H para homens, e fornecem apoio a rapazes e homens para vencerem o medo de serem ridicularizados por adoptar essas atitudes e comportamentos.

O reforço da motivação e capacidade dos homens para serem aliados e o estabelecimento de ligações com organizações não-governamentais (ONGs) de homens e mulheres são estratégias eficazes para reforçar o trabalho de WASH. Os esforços para mudar o papel de homens e rapazes no S&H (dentro e fora do lar) podem, contudo, constituir uma ameaça às normas masculinas de direitos e de poder. Os líderes comunitários masculinos são fundamentais para promover a aceitação pelos homens de seus novos papéis e dos novos papéis das mulheres e os efeitos positivos da mudança transformacional.

Entender as diferenças de classe, etnia, deficiência, sexualidade e níveis de rendimento permite direccionar melhor o trabalho de WASH para grupos de homens e rapazes. São necessárias abordagens intersectoriais de género. Deve haver mais colaboração com ONGs de mulheres e homens. Abordagens mais transformadoras para levar homens e rapazes a participar nos programas fazem com que seja necessário pensar nos nossos próprios valores, preconceitos, erros de perspectiva e medos relativamente a género, poder e sexualidade (na nossa qualidade de profissionais do desenvolvimento). A formação para profissionais de WASH pode promover a auto-reflexão sobre essa parcialidade e ajudar esses profissionais a aprender sobre WASH transformador de género.

Conclusão

A participação activa e positiva de homens e rapazes significa melhorar os resultados de S&H e também redistribuir das mulheres para os homens responsabilidades desiguais relativamente ao lar e aos cuidados. O resultado final que se pretende alcançar é um ambiente propício para que as mulheres tenham uma voz mais forte nos processos deliberativos e que os homens apoiem melhor as mulheres para estas participarem nesses processos. Visa-se também tornar esses processos mais justos e menos discriminatórios e menos subalternizadores das mulheres, o que também significa menos privilégios masculinos. Questionar os papéis de género (também no contexto dos programas de S&H) faz parte do processo de pôr em causa as desigualdades de género e construir sociedades mais igualitárias, mais inclusivas e mais sustentáveis. A literatura destaca os desafios de restringir as definições de masculinidade em relação a S&H e exemplos positivos de homens como defensores da mudança e aliados da equidade de género, através da participação no saneamento e noutras «responsabilidades de cuidados domésticos». Com base nos resultados desta análise, fazem-se as seguintes recomendações gerais para a melhor maneira de envolver homens e rapazes em intervenções de S&H.

Recomendações

Áreas	Recomendação	Possíveis estratégias
Objectos de mudança	Criar campanhas destinadas a homens para mudança transformadora em WASH	<ul style="list-style-type: none"> • Criar um ambiente de apoio aos homens para assumirem publicamente um papel mais activo em S&H no lar, no local de trabalho e na comunidade. • Colaborar com especialistas de género e campanhas de género e ler o que publicam – campanhas como Promundo e MenCare, que conseguiram promover mudanças transformadoras na área de género.
	Melhorar as práticas e comportamentos de saneamento de homens e rapazes	<ul style="list-style-type: none"> • Apoiar homens agentes de mudança em S&H para compreenderem e aplicarem abordagens transformadoras nas questões de género – como sejam apoiar a voz e a participação das mulheres, não falar pelas mulheres, etc. • Monitorar mudanças das normas sociais de género relacionadas com S&H, incluindo: <ul style="list-style-type: none"> ○ comportamento – o que fazem os homens e o que fazem as mulheres; ○ atitudes – o que mulheres e homens crêem dever fazer; ○ expectativas empíricas – o que as mulheres e os homens crêem que os outros fazem; e ○ expectativas normativas – o que as mulheres e os homens crêem que os outros pensam que eles fazem.
Agentes de mudança	Criar estratégias enfocadas em papéis e responsabilidades em WASH	<ul style="list-style-type: none"> • Evitar reforçar papéis tradicionais de género e estereótipos de género em campanhas de mudança de comportamento de S&H. • Levar homens de espírito aberto a fazer parcerias com grupos de mulheres; aconselhar-se com especialistas de género seria um bom porto de partida.
	Maximizar a participação dos homens nos processos de S&H	<ul style="list-style-type: none"> • Usar processos participativos para mudar as expectativas dos homens relativamente às mulheres e das mulheres relativamente aos homens no que diz respeito S&H (ou seja, que os homens se comportem como especialistas técnicos e as mulheres façam a manutenção das casas de banho). Isso pode aumentar o impacto e a sustentabilidade da participação dos homens em S&H.

Parceiros para a mudança	Desenvolver estratégias para homens como parceiros para a mudança.	<ul style="list-style-type: none"> Identificar e envolver os homens (especialmente os pais e futuros pais) e os rapazes que querem ser modelos de comportamento positivos na promoção de S&H no lar e na comunidade. Envolver líderes comunitários e líderes de opinião para influenciar as atitudes de homens e rapazes. Trabalhar com grupos de homens (por exemplo, clubes desportivos, associações profissionais, exército, etc.) para fins de S&H. Dessa forma, pode chegar-se a homens difíceis de alcançar ou marginalizados.
	Abordar as questões de poder de género que afectam o S&H.	<ul style="list-style-type: none"> Referir e analisar o poder dos homens e evitar recorrer a estratégias que reforcem o proteccionismo masculino ou o sentimento de direito dos homens sobre as mulheres. Incentivar a aprendizagem pessoal e a mudança em relação ao género e à sexualidade, para aumentar a eficácia organizacional e o potencial de S6H transformador das relações de género. Aprofundar o incentivo aos homens para apoiar a liderança, a tomada de decisões e a competência técnica das mulheres no sector de WASH e investir mais neste incentivo.

Agradecimentos

Esta nota de reflexão baseia-se no trabalho de Sue Cavill, Joanna Mott, Matthew Bond e Paul Tyndale-Biscoe (FH Designs), em colaboração com Chelsea Huggett (WaterAid), Elizabeth Wamera (WSSCC) e Jerker Edström (IDS).

Em <https://www.communityledtotalsanitation.org/resources/frontiers/envolver-homens-e-rapazes-em-programas-de-saneamento-e-higiene> encontra um número de Fronteiras do CLTS sobre o assunto.

Bibliografia

- Chambers, R. & Myers, J. (2016) 'Normas, Conhecimento e Uso', *Fronteiras do CLTS: Inovações e Ideias* Número 7, https://www.communityledtotalsanitation.org/sites/communityledtotalsanitation.org/files/Fronteiras7_Normas_Conhecimento_Uso.pdf Brighton: IDS (consultado a 22 de Maio de 2018)
- Coffey, D., Gupta, A., Hathi, P., Khurana, N., Spears, D., Srivastav, N. & Vyas, S. (2014) 'Revealed preference for open defecation: Evidence from a new survey in rural North India', *Economic and Political Weekly* 49.38, <http://www.epw.in/journal/2014/38/special-articles/revealed-preference-open-defecation.html> (consultado a 22 de Maio de 2018)
- Halcrow, G., Rowland, C., Willetts, J., Crawford, J. & Carrard, N. (2010) *Resource Guide: Working Effectively with Women and Men in Water, Sanitation and Hygiene Programs*, Sydney: International Women's Development Agency and Institute for Sustainable Futures, University of Technology Sydney.
- Satyavada, A. (no prelo, 2018) 'Encouraging men to stop OD: Local efforts that work', *CLTS Knowledge Hub Learning Paper*, Institute of Development Studies, Brighton
- Routary, P., Torondel, B. & Schmidt, W. (2017) 'Women's role in sanitation decision making in rural coastal Odisha, India', *PLoS One* 12.5: e0178042, <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0178042> (consultado a 22 de Maio de 2018)
- UNICEF (2015) *Going Beyond ODF: Combining Sanitation Marketing with Participatory Approaches to Sustain ODF Communities in Malawi*, WASH Field Note, March 2015, <https://www.unicef.org/esaro/WASH-Field-Malawi-low-res.pdf> (consultado a 22 de Maio de 2018)
- Unilever (2017) More Toilets Used by More People, https://www.unilever.com/Images/sanitation-behaviour-change-source-book_tcm244-510654_en.pdf (consultado a 22 de Maio de 2018)
- Water and Sanitation Program (WSP) (2010) *Global Scaling Up Handwashing Project. Involving Men in Handwashing Behaviour Change Interventions in Senegal*, Washington DC: World Bank <https://www.wsp.org/global-initiatives/global-scaling-handwashing-project> (consultado a 22 de Maio de 2018)

Citação correcta: Cavill, S., Mott, J. e Tyndale-Biscoe, P. com Bond, M., Edström, J., Huggett, C., Wamera, E. (2018) "Homens e Rapazes no Saneamento", *Nota de Reflexão do CLTS Knowledge Hub Learning N° 6*, Brighton: IDS

Primeira edição: 2018
© Institute of Development Studies 2019
Alguns direitos reservados – ver licença de direitos de autor para mais informação.

ISBN 978-1-78118-555-1

Para mais informações, contacte:
CLTS Knowledge Hub, Institute of Development Studies, University of Sussex, Brighton, BN1 9RE
Tel: +44 (0)1273 606261
E-mail: CLTS@ids.ac.uk
Site: www.communityledtotalsanitation.org

Esta série foi licenciada com uma licença Creative Commons de Atribuição-NãoComercial-SemDerivações 3.0 Não Adaptada (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/>).

Atribuição: Deve atribuir o devido crédito da maneira especificada pelo autor ou licenciante.

NãoComercial: Não pode usar este trabalho para fins comerciais
No SemDerivações: Não pode alterar, transferir ou transformar este trabalho .

Os utentes podem copiar, distribuir, exhibir, traduzir ou levar à cena este trabalho sem autorização por escrito. Para cada novo uso ou distribuição, deve deixar claro para terceiros os termos da licença desta obra. Se usar o trabalho, pedimos que faça referência ao site do CLTS (www.communityledtotalsanitation.org) e envie uma cópia do trabalho ou um link para a sua utilização em linha para o seguinte endereço: CLTS Knowledge Hub, Institute of Development Studies, University of Sussex, Brighton, BN1 9RE, UK (CLTS@ids.ac.uk).



Este documento foi financiado pela Agência Sueca de Desenvolvimento Internacional, ASDI. A ASDI não partilha forçosamente os pontos de vista expressos neste material. A responsabilidade do conteúdo cabe exclusivamente aos autores.

