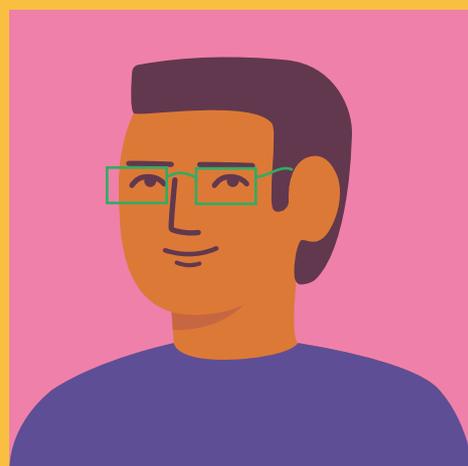
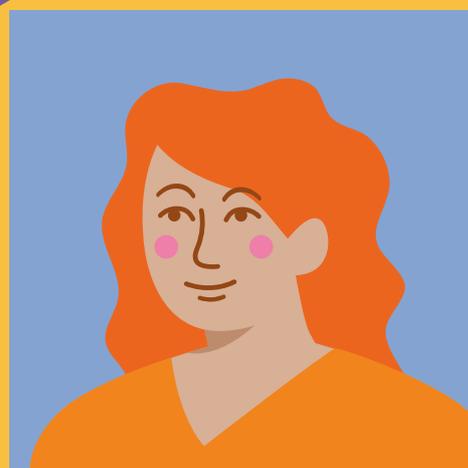
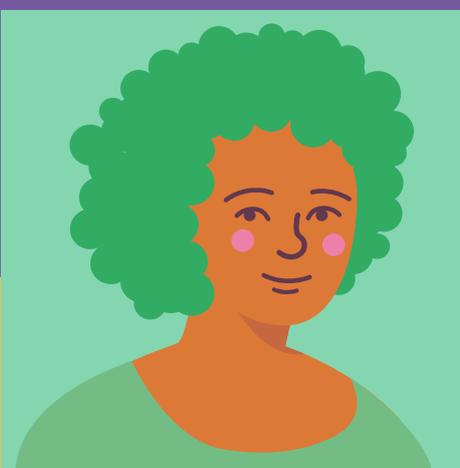


ORIENTACIONES PARA PROMOVER UNA COMUNICACIÓN Y LENGUAJE SENSIBLES AL GÉNERO







**ORIENTACIONES PARA
PROMOVER UNA
COMUNICACIÓN Y LENGUAJE
SENSIBLES AL GÉNERO**

ÍNDICE

1. Introducción	9
<hr/>	
2. Lista de verificación:	10
1. ¿Abordas las desigualdades históricas de género ?	10
2. ¿Muestras a hombres y mujeres de manera equilibrada?	11
3. ¿Evitas menospreciar las contribuciones de las mujeres?	11
4. ¿Evitas reforzar estereotipos de género?	12
5. ¿Retratas la diversidad?	12
6. ¿Utilizas un lenguaje no sexista?	13
7. ¿Retratas a las mujeres como agentes de cambio a lo largo de la historia?	14
8. ¿Rechazas la condescendencia?	15
9. ¿Presentas hechos en lugar de juicios de valor?	15
10. ¿Tienes apertura?	16
11. ¿Nombras a hombres y mujeres por igual?	16
12. ¿Cuentas historias de transformación?	17
<hr/>	
Bibliografía	18
<hr/>	

Autores:

José Martino, oficial de Comunicación,
y Melina Loayza, asistente de Comunicación de PNUD en Ecuador

Revisión técnica

Nathalie Trejo, técnica para la Transversalización del Género del
PNUD en Ecuador

Ilustración y Diagramación: LAINCRE S.A.

© Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD)

El PNUD autoriza la reproducción parcial o total de este contenido, siempre y cuando se realice sin fines de lucro y se cite la fuente de referencia

¿A QUIÉN ESTÁ DIRIGIDO?

- ▶ A personal responsable de Comunicación en el PNUD y sus proyectos, o de otras entidades
- ▶ A profesionales y estudiantes de la comunicación y el periodismo
- ▶ Profesionales y especialistas de la cooperación al desarrollo
- ▶ Personas con interés en esta temática

¿QUÉ SE VA A ENCONTRAR EN ESTA GUÍA?

- ▶ Estándares mínimos de comunicación con enfoque de género y ejemplos de material audiovisual para la comunicación interna y externa
- ▶ Estándares mínimos y ejemplos de uso del lenguaje no sexista

¿CUÁL ES EL OBJETIVO DE LA GUÍA?

Fomentar una comunicación más inclusiva con enfoque de género.

1. INTRODUCCIÓN

La discriminación por razones de género se manifiesta también en el lenguaje y en la comunicación cotidiana. A menudo, ya sea en los medios de comunicación tradicionales, o en las redes sociales, se encuentran contenidos con imágenes y lugares comunes sobre mujeres y niñas, que siguen exacerbando estereotipos y prejuicios, socavando sus derechos y oportunidades.

Por otro lado, y aunque se parte de que el español/castellano no es excluyente en sí mismo, sí se constata que la cultura influye en el lenguaje y la comunicación¹. Por tanto, es importante atender esta realidad, representar y nombrar a las mujeres, sus experiencias de vida y su visión del mundo; incluirlas en la comunicación.

El PNUD destaca las capacidades del lenguaje y la comunicación para promover la igualdad entre hombres y mujeres. Por ello, es importante incorporar un enfoque de género y visibilizar los aportes de las mujeres, partiendo de las siguientes premisas:

a. Existen prejuicios inconscientes de género que se traducen en desigualdades y que se perpetúan en el lenguaje.

b. El lenguaje y la comunicación son herramientas poderosas para visibilizar la historia, las contribuciones y las experiencias de vida de hombres y mujeres.

2. LISTA DE VERIFICACIÓN

Con el objetivo de facilitar una herramienta útil, sencilla, comprensible y ágil, el Área de Comunicación y la Unidad de Género del PNUD en Ecuador diseñaron una lista de verificación para comprobar si un mensaje, texto o producto comunicacional incorpora un enfoque de género y contribuye a visibilizar el aporte de las mujeres.

Tan solo es necesario hacerse cada una de las preguntas planteadas (todas son relevantes y aplicables en distinta medida) en cada texto y comprobar si se están siguiendo las recomendaciones.

1. ¿ABORDAS LAS DESIGUALDADES HISTÓRICAS DE GÉNERO³?

Para eso, procura:

a. Reconocer las diferencias entre las condiciones de hombres y mujeres.

b. Ser conciente de la discriminación por género. Es decir, identifica la discriminación en costumbres, actividades y comportamientos típicos de la sociedad. No olvides que la violencia es la forma más extrema de discriminación por género contra las mujeres, niñas y adolescentes⁴.

c. Recordar los estereotipos que profundizan las desigualdades de género o vuelven más evidentes las formas de discriminación.

d. Reconocer las barreras que enfrentan las mujeres.

Ojo: esto no significa que debes dejar de retratar a las mujeres como cuidadoras. Al contrario: tu texto debe valorar las tareas de cuidado, ya que son esenciales para que otras personas puedan salir a trabajar y producir. La diferencia es que ahora no se visibilizará a las mujeres únicamente como cuidadoras.

² PNUD "10 Principios de Comunicación Sensible al Género para el Desarrollo del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo". "Principles of Gender-Sensitive Communication UNDP Gender Equality Seal Initiative".

³ Recuerda que el análisis de género es siempre relacional: es decir no puedes concluir que las mujeres están en desventaja si no comparas su vida con aquella de los hombres.

⁴ Si tienes dudas al respecto, revisa la "Guía para la incorporación del género en programas y proyectos de PNUD Ecuador, 2019".

2. ¿MUESTRAS A HOMBRES Y MUJERES DE MANERA EQUILIBRADA?

Para eso, asegúrate de lo siguiente:

a. El texto es diverso, equilibrado y equitativo con hombres y mujeres. Por ejemplo, muestra a mujeres trabajando en actividades no tradicionales, con maquinaria pesada o en puestos de liderazgo, y a hombres realizando trabajos de cuidado, ya sea del medio ambiente, o de otra persona. Por ejemplo: un padre ayudando con las tareas escolares a su hijo o hija.

b. El texto muestra un equilibrio entre el número de mujeres y hombres y lo hace en igualdad de condiciones. Les damos a ambos un mismo liderazgo y comparten actividades que evidencian el trabajo en comunidad y solidaridad.

3. ¿EVITAS MENOSPRECIAR LAS CONTRIBUCIONES DE LAS MUJERES?

Para eso es recomendable hacer lo siguiente:

a. Tomar en cuenta cómo las relaciones de poder afectan las maneras en las que las personas son representadas. Cuida los detalles. Para equilibrar desigualdades históricas, evidencia y valora el trabajo de las mujeres igual que al de los hombres. Por ejemplo, cita de la misma manera los cargos y títulos cuando correspondan. Sr. o Sra; coordinador o coordinadora; diputado o diputada. Evitar usar el diminutivo en los nombres, que además tradicionalmente se usa con mayor frecuencia con las mujeres.

b. Cuestionar que las actividades dominadas por hombres tengan más valor que las tradicionalmente asociadas con las mujeres. Por ejemplo: el trabajo en oficina en contraste con el trabajo doméstico. Aunque las actividades relacionadas con la ciencia, ingeniería y la construcción son obviamente muy valiosas, es necesario recalcar y valorar aquellas actividades que son usual o injustamente mal remuneradas.

⁵ Department of Economic and social affairs. Division for the advancement of women (2003). "The role of men and boys in achieving gender equality" Expert Group Meeting. Disponible en: <https://www.un.org/womenwatch/daw/egm/men-boys2003/documents.html>

4. ¿EVITAS REFORZAR ESTEREOTIPOS DE GÉNERO?

Revisa si tu producto comunicacional cumple con estos criterios:

- a.** Retrata a hombres y mujeres en diversos roles que desafían los estereotipos tradicionalmente asignados.
- b.** No recurre a los estereotipos de género sobre los rasgos, comportamientos, actividades y apariencia supuestamente típicas de mujeres y hombres.
- c.** Evita los estereotipos que afectan a las comunidades LGBT+ (lesbianas, gays, bisexuales, transexuales e intersexuales).
- d.** No usa colores estereotipados para representar a mujeres y hombres. Por ejemplo, evita el rosa para las mujeres y el azul para los hombres.

5. ¿RETRATAS LA DIVERSIDAD?

Para ello, lo mejor es:

- a.** Evitar asumir que todas las mujeres enfrentan las mismas desigualdades y que todos los hombres tienen los mismos privilegios.
- b.** Prestar atención a cómo condiciones externas como, por ejemplo, etnia, raza y religión también generan desigualdad, exclusión y vulnerabilidad.
- c.** Incluir experiencias y necesidades diversas de hombres y mujeres de diferentes orígenes.

6. ¿UTILIZAS UN LENGUAJE NO SEXISTA⁶?

Aquí intenta:

- a.** No usar el masculino como sinónimo de universal. Por ejemplo: en lugar de decir “el hombre llegó a la luna” es preferible decir “la humanidad llegó a la luna”.
- b.** Utilizar términos neutros como: “el equipo coordinador” en lugar de “los coordinadores”, “la Representación” en lugar de “los representantes”, “la asesoría” o “el equipo asesor” en lugar de “los asesores”.
- c.** Dejar de usar las palabras que expresan posesión. Por ejemplo, en lugar de decir “la mujer del presidente de la Junta Parroquial”, es preferible decir “la compañera del presidente de la Junta Parroquial”, o mencionar a ambos cónyuges. Recordemos que las personas no se poseen.

⁶ Venegas, Paki, Pérez Cervera, Julia (2006). Manual para el uso no sexista del lenguaje. Aliusprint S.A. de C.V.

7. ¿RETRATAS A LAS MUJERES COMO AGENTES DE CAMBIO A LO LARGO DE LA HISTORIA?

Asegúrate de que:

a. Las mujeres no son principalmente retratadas como:

- Víctimas de violencia sexual y doméstica (en cambio, es mejor enfatizar las formas como se han recuperado o logrado superar)
- Madres que se sacrifican por sus hijos
- Incapaces de escapar de la pobreza
- Vulnerables e impotentes
- Dependientes de la bondad ajena

b. Incluyes opiniones y criterios de las mujeres sobre los temas que les afectan.

c. No retratas a las personas en general como víctimas, sino en su rutina diaria y de manera digna.

8. ¿RECHAZAS LA CONDESCENDENCIA?

Aquí, lo importante es:

a. Evitar expresiones paternalistas que subestiman el trabajo de las mujeres, como por ejemplo:

- Las mujeres **necesitan** ser educadas acerca de sus derechos.
- Las mujeres **deben** mejorar su autoestima.
- Las mujeres **tienen que** estar motivadas para participar en la vida pública.
- Las mujeres **tienen que** darse a respetar.

b. Retratar la capacidad de las mujeres de conseguir grandes resultados a pesar de las desigualdades estructurales de género.

9. ¿PRESENTAS HECHOS EN LUGAR DE JUICIOS DE VALOR?

Esto es clave. Lo esencial es:

a. Evitar hacer juicios sobre las relaciones de género en base a anécdotas. Utiliza datos y hechos. Por supuesto, haz uso de los estudios del PNUD y de otras entidades que demuestran los cambios transformativos para la igualdad de género.

b. Aparte de la información disponible, apoyarse en una persona experta y titulada en género en caso de cualquier duda.

c. Analizar, pensar críticamente y cuestionar.

d. Al escribir sobre situaciones traumáticas, enfatizar los hechos y utilizar citas para personalizar la historia.

10. ¿TIENES APERTURA?

Intenta:

- a.** Mostrar disponibilidad para escuchar, aprender y mejorar.
- b.** Tener paciencia, pues aplicar el enfoque de género a nuestras comunicaciones es un proceso que toma tiempo. Hay una curva de aprendizaje. Rara vez se domina del todo y a la primera.
- c.** Discutir y conversar con colegas y con colegas especialistas de Género en tu organización o a quien puedas acudir.

11. ¿NOMBRAS A HOMBRES Y MUJERES POR IGUAL?

Para esto procura:

- a.** Incluir en notas, correos electrónicos, oficios, investigaciones y análisis a hombres y mujeres de la misma forma. Por ejemplo, al realizar una nota de prensa sobre los resultados de un proyecto, presenta testimonios de hombres y de mujeres.
- b.** Evitar usar el masculino para hablar en discursos oficiales de toda la gente presente como, por ejemplo, “estimados”, “los aquí presentes”. Es preferible utilizar frases genéricas o nombrar a cada grupo específicamente: “Estimados y estimadas”.
- c.** Promover el apoyo de todo el equipo para que las actividades⁷ organizadas por el PNUD se realicen con éxito, como por ejemplo:
 - Discursos oficiales o mensajes en espacios o días conmemorativos de importancia para el PNUD (día internacional para la erradicación de la pobreza, día de gestión de riesgos, etc.).
 - La participación paritaria y alterna de hombres y de mujeres en los eventos de los que participa la institución.
 - La participación y creación de alianzas o lazos con organizaciones de mujeres o que implementen proyectos de igualdad de género.

⁷ PNUD (2018). *Estrategia Global de IG 2018-2021* ONU (2017). *System-Wide Strategy on Gender Parity*

12. ¿CUENTAS HISTORIAS DE TRANSFORMACIÓN?

El enfoque de género va más allá de visibilizar solamente a las mujeres. El enfoque de género invita a cambiar las relaciones de poder entre hombres y mujeres a través de narrativas que reflejan los distintos retos en la vida de hombres y mujeres. Usa datos y evidencia en lugar de juicios de valor. Esto es importante también para mostrar las contribuciones de nuestros proyectos para eliminar las desigualdades de género.



Bibliografía

Naciones Unidas-Lenguaje inclusivo en cuanto al género: <https://www.un.org/es/gender-inclusive-language/index.shtml>

Organización de las Naciones Unidas ONU (2017). System-Wide Strategy on Gender Parity

Pérez, Cervera Julia, Paki Venegas Franco (2006). "Manual para el uso no sexista del lenguaje". Disponible en: http://porelpanylasrosas.weebly.com/uploads/1/1/8/1/11810035/paki_venegas_y_julia_perez_-_manual_para_el_uso_no_sexista_del_lenguaje.pdf

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, PNUD, (2018). Estrategia Global de IG 2018-2021

United Nations Development program (s/F). Principles of gender sensitive communication. Disponible en: <https://www.undp.org/content/dam/jamaica/docs/gender/JM-AUG-29-UNDP%20Gender%20Seal-Principles%20of%20gender-sensitive%20communications.pdf>

United Nations Development program (s/F). *Ten principles of gender-responsive communications for development*



