

¿CÓMO CONSTRUIMOS REALIDAD?

ACCION
EMPRESAS
Por un Desarrollo Sostenible



 **FUNDACION
DESCUBREME**



Introducción

La creciente diversidad que se hace presente en nuestro país exige un trato equitativo para todos y todas, especialmente para aquellas personas que han sido limitadas en sus derechos fundamentales, ya sea por barreras sociales, económicas o políticas que no les han permitido una plena participación en todos los ámbitos del desarrollo humano.

La desigualdad de ingresos, la creciente segregación que divide la ciudad, el aumento en la brecha de equidad de género, la difícil incorporación de personas con discapacidad en el mundo del trabajo, los efectos de la homogeneidad socioeconómica y la

Uno de los mecanismos que contribuye a esa ecuación armónica entre personas y grupos diversos, es la comunicación.

ralentizada superación de la pobreza, nos muestran que en la dimensión social aún no encontramos el camino hacia un Desarrollo Sostenible.

Si bien estamos frente a una sociedad globalizada y en constante transformación, claramente existen señales que demandan un nuevo “contrato” de inclusión social, en el que quienes se han sentido excluidos o marginados, tengan oportunidades equitativas y participen del bienestar general.

Este nuevo paradigma social que enfrenta el mundo, requiere de herramientas

concretas que permitan visibilizar las identidades desde un enfoque de derechos humanos y de valoración de la diversidad, y uno de los mecanismos que contribuye a esa ecuación armónica entre personas y grupos diversos, es la comunicación.

La era digital se ha instalado con fuerza, simplificando la manera de enunciar la realidad, y con ello ha profundizado la distancia y la hegemonía de unos por sobre otros.

En este escenario, se hace imprescindible desarrollar una comunicación más consciente, que se haga cargo de la nueva

El acto de comunicar
lleva implícito la
responsabilidad de
construir realidades.

complejidad social, es decir, una comunicación que incluya, que visibilice y que dé cabida a todas las identidades, desde un trato centrado en la persona y no en adjetivos.

Esa comunicación exige una mayor responsabilidad a quienes generan contenidos, respecto a la calidad del material, y por, sobre todo, hacia la comprensión que el acto de comunicar lleva implícito la responsabilidad de construir realidades.

Comunicar desde un enfoque de derechos humanos, donde se enfatice el respeto por la dignidad de las personas y de sus libertades fundamentales,

en particular de minorías y población vulnerable, es un mandato ético cuando la materialidad son las personas.



¿Qué es la diversidad?

Diversidad es hablar de diferencias y similitudes individuales que existen entre las personas¹, las cuales a su vez se vuelven características compartidas. Incluye la originalidad y pluralidad de identidades que caracterizan a los grupos y sociedades que componen la humanidad².

Diversidad no es solo hablar de etnias, de personas con discapacidad, migrantes, orientación sexual o género. Diversidad somos todos, con nuestras semejanzas y diferencias.

Hablar de diversidad es comprender que en una persona

En una persona se conjugan diversas características que los hacen únicos e iguales en la diferencia.

se encuentran distintos rasgos a partir de las distinciones que están presentes en nuestro lenguaje: una mujer puede ser migrante y pertenecer a una etnia indígena; un migrante puede ser a su vez una persona con discapacidad y hombre. En las personas se conjugan diversas características que las hacen únicas e iguales en la diferencia.

Asimismo, existen grupos prioritarios que presentan mayores barreras para su inclusión social o que ven vulnerados sus derechos en mayor medida, por lo que la comunicación como herramienta que construye realidades, que posiciona,

transforma o perpetúa estereotipos, debe considerar estas circunstancias y liderar la disminución y eliminación de esas barreras.

iniciativa

¿Qué es la inclusión?

Es una distinción que reconoce la importancia de la diversidad y dignidad de las personas para participar en la sociedad a partir de la igualdad de oportunidades, vinculada al enfoque de derechos humanos, situando al individuo al centro del desarrollo y entregando una respuesta política a los problemas de integración de las sociedades modernas.


Desde la perspectiva de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), establecidos por Naciones Unidas en la Agenda 2030, el enfoque de inclusión social se encuentra directamente vinculado con el principio fundamental de

que **"nadie quede atrás"**. En otros términos, el concepto de inclusión social se define como un proceso generador de oportunidades para que todas las personas sean partícipes del desarrollo.

¿Qué es la comunicación inclusiva?

Es aquella que, consciente de su poder en la creación de estereotipos, barreras y/o distinciones, hace visibles prejuicios y sesgos inconscientes y utiliza su mejor arma, el lenguaje, para develar todos aquellos rasgos que por distintas razones tendemos a invisibilizar. En la comunicación inclusiva, características como la edad, género, raza, etnia, religión, clases sociales, sexualidad, discapacidad, nacionalidad y todas aquellas que nos hacen únicos e iguales en la diferencia, se enuncian desde un enfoque de respeto hacia la dignidad humana, nombrando a las personas desde la independencia de sus características.

“El lenguaje inclusivo no estereotipa ni menosprecia a las personas en base a las percepciones de las características personales o los antecedentes culturales”³.



Los cuatro descuidos más comunes

1. Generalización

Uno de los errores más comunes en el uso del lenguaje, es generalizar determinadas características según el grupo:

- “Las personas con discapacidad son productivas, buenas y muy alegres”
- “Las personas con asperger son todas muy buenas para las matemáticas”
- “Todos los homosexuales tienen buen gusto”
- “Todas las mujeres lideran desde las emociones”

- “Todos los migrantes son trabajadores”

- “Los pobres son flojos”

2. Reduccionismos

Al hablar de algún grupo en particular, son nombrados con determinada categoría que suprime el resto de condiciones de la persona, destacando **su condición particular**.

- “Discapacitados” en vez de “personas con discapacidad”.

- “Migrantes” en vez de “personas migrantes”.

- “Homosexuales” o “lesbianas” “Gays” en vez de “personas gays” “mujeres lesbianas”.

3. Categorías despectivas

Utilizar categorías que tienen una connotación negativa que perpetúa un lenguaje discriminatorio y estigmatizante.

- “Deficientes mentales”
- “Enfermos mentales”
- “Personas con capacidades diferentes”
- “Personas especiales”
- “Minusválido”
- “Negros”

- “Niñita”
- “Amanerado”
- “Pobrecitos”
- “Mongólico”

También es importante evitar descripciones victimizantes cuando enunciamos a otros:

- “El niño **padece** autismo”.
- La niña **sufre** síndrome de Down”.
- “**Pese a su condición**, logró salir adelante”.
- “**A pesar de su enfermedad**, hoy es médico”.
- “Su familia ha tenido que **soportar** su asperger”.

4. Categorías invisibilizadoras

Enunciar a una persona haciendo referencia a atributos que no tienen que ver con el propósito central de la comunicación, ocurre frecuentemente con las mujeres:

- “La `Alexis Sánchez` que dejó a Chile con un pie en la ronda final de la Copa América Femenina”, (en vez del nombre de la jugadora).
- “Nataly Chilet tendrá de jefe a Jorge Zabaleta”, (en vez de relevar que debutará como locutora radial).

- “Esposa de Obama da discurso ante más de mil personas”, (en vez de nombrarla).

Aunque parecen ejemplos bastante obvios, ¿quieres saber si las comunicaciones que estás construyendo son realmente inclusivas?

— Test de comuni- cación inclusiva

Algunas preguntas para testear si tus comunicaciones están libres de discriminación:

- ¿La publicación enuncia a la persona antes que a su condición?
- ¿La publicación busca resaltar los logros de la persona más que su condición?
- ¿La publicación no victimiza innecesariamente a un grupo en particular?
- Si la publicación incluye opiniones de gente experta, ¿hay paridad en los representantes?

Género:

- ¿La publicación se refiere a la mujer por sus características físicas y/o belleza, aun cuando la información que quiera transmitir no se trate de eso?
- ¿La forma en que enuncia a las mujeres es las “compañeras de/ señora de/alumna de”, sin nombre y cargo propio?
- ¿La publicación trata como minorías a las mujeres?
- ¿La publicación banaliza/invisibiliza los aportes de las mujeres?
- Si la nota incluye opiniones de gente experta, ¿hay paridad en los representantes?

Test de comunicación inclusiva

Discapacidad

- ¿La publicación se refiere a la discapacidad más que a la persona?
- ¿La publicación pone el énfasis solo en las dificultades que enfrentan las PcD?
- ¿La publicación da a entender que la discapacidad es un problema?
- ¿La publicación habla de discapacitados, minusválidos o lisiados?
- ¿La publicación considera la discapacidad solo como una condición de salud o también las barreras del entorno para el desempeño óptimo de las personas?

Migrantes

- ¿La publicación enuncia solo la nacionalidad de una persona?
- ¿La publicación da a entender que hay características transversales a ciertas nacionalidades?
- ¿La publicación victimiza a las personas migrantes?

Diversidad Sexual

- ¿La publicación distingue entre orientación sexual y expresión de género?
- ¿La publicación enuncia por su nombre social a personas transexuales/transgénero?

A black and white photograph of a busy sidewalk with many people walking. The image is intentionally blurred to convey a sense of motion and a large crowd. The people are seen from the waist down, with various styles of clothing and shoes. The sidewalk is paved with large, light-colored rectangular tiles.

3



Recomendaciones
generales

DISCAPACIDAD

RECOMENDACIÓN

La palabra “discapacidad” hace referencia a una condición, no a un grupo de personas.

Se relaciona con la interacción de la persona con el entorno, por tanto los factores que limitan su participación en algún ámbito, no solo tienen relación con la discapacidad sino también con las condiciones que el entorno ofrece.

EVITAR

Afectado/a por, sufre de, discapacitado/a, deficiente mental, capacidades diferentes, personas especiales, enfermo/a, inválido/a, mentalmente incapacitado.

Foco en la condición de salud o en la deficiencia.

USAR

Lenguaje neutral sin una connotación negativa “La persona con discapacidad cognitiva”.

Colocar primero la condición de persona y luego la discapacidad o condición en específico de la que se trate o la categoría general como “discapacidad física”, “discapacidad cognitiva”, etc.

GÉNERO Y ORIENTACIÓN SEXUAL

RECOMENDACIÓN

Género refiere al rol de la persona, no a su sexo biológico.

Identidad de género es la forma en que la persona piensa sobre sí misma: niña/mujer, niño/hombre, transgénero, entre otros. Se relaciona con cómo actúa, viste, se comporta e interactúa, asociado a un determinado estereotipo.

EVITAR

Asumir un género determinado basado en el rol o la apariencia de la persona o usándolo como genérico para una persona de cualquier sexo, utilizando repetidamente “el”.

Evitar usar “homosexual/es” como una variación de estilo, porque ha utilizado en varias ocasiones “gay”.

USAR

Preguntar a la persona: ¿cómo prefieres que te llame?, ¿Cuál es tu pronombre de preferencia?

Se acepta utilizar pronombres en tercera persona neutral para género como “ellos/ellas” para referirse a una persona.

“Gay” (adj.); “hombre gay” o “lesbiana”; “persona/persona gay”.

“Relación”, “pareja” (o, si es necesario, “pareja gay/lesbiana/del mismo sexo”).

GÉNERO Y ORIENTACIÓN SEXUAL

RECOMENDACIÓN

Sin embargo, ésta puede cambiar en el tiempo, incluso algunas personas pueden no sentirse cómodas con una identidad de género en particular, sino que con una combinación.

Orientación sexual se refiere a un patrón de atracción, comportamiento, identidad y contacto social, que puede ser distinto de la preferencia sexual, la que es voluntaria, la orientación sexual no se considera una opción.

EVITAR

Identificar a una pareja del mismo sexo como “una pareja homosexual”, caracterizar su relación como “una relación homosexual” o identificar su intimidad como “sexo homosexual” es ofensivo y debe evitarse.

El término “preferencia sexual” se usa generalmente para sugerir que sentirse atraído por el mismo sexo es una opción y, por lo tanto, puede ser “curado”.

USAR

“Orientación sexual” u
“orientación”

La orientación sexual es la descripción exacta de la atracción física, romántica y/o emocional de un individuo hacia miembros del mismo sexo y/o del sexo opuesto, e incluye a lesbianas, hombres homosexuales, bisexuales y personas homosexuales, así como a hombres heterosexuales y mujeres.

MIGRANTES

RECOMENDACIÓN

Al trabajar con personas de otros países es importante considerar, que otras culturas funcionan de acuerdo a otras costumbres y reglas, muchas veces implícitas (p.e. uso del tiempo y espacio, resolución de conflictos, relaciones jerárquicas, reglas de cortesía, entre muchos otros). Debemos tener consciencia de esas diferencias en el contexto cultural.

EVITAR

Evitar generalizaciones, estereotipos o uso de diminutivos según la nacionalidad, color de piel o país de origen.

Evitar imitar acentos.

Evitar palabras o expresiones coloquiales/chilenismos para evitar malentendidos.

USAR

Referirse a la persona con su nombre.

Al trabajar con personas con otro idioma nativo, asegurarse de que la información clave sea comprendida (p.e traducir señaléticas de seguridad e información contractual, impartir capacitaciones clave en el idioma nativo con ayuda de traductores, usar señaléticas con gráficas/ símbolos, etc.)

Recursos

Recursos

<https://www.glaad.org/reference>

<https://www.marketing-partners.com/guide-to-accessibility-diversity-inclusive-communication#Anchor1>

<http://tsne.org/sites/default/files/Achieve-Diversity-StepByStep-Guide.pdf>

<http://www.diversitystyleguide.com/>

<https://tonl.co/collections>

¹ R. Kreitner y A. Knicki, Organisational Behaviour, Nueva York, McGraw-Hill, 2001.

² Oficina del Alto Comisionado para los Derechos Humanos (ACNUDH). 2001. Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural: Adoptada por la 31ª reunión de la Conferencia General de la UNESCO París, 2 de noviembre de 2001. Recuperado de: <http://www.ohchr.org/SP/ProfessionalInterest/Pages/CulturalDiversity.aspx>

³ Marketing partners. S.f. The Ultimate Guide to Communication for: Accessibility, Diversity and Inclusion. Recuperado de: <https://www.marketing-partners.com/guide-to-accessibility-diversity-inclusion-communication#Anchor1>

⁴ Basado en: Marketing Partners. 2017. The Ultimate Guide to Accessibility: Diversity and Inclusive Communication. Recuperado de: <https://www.marketing-partners.com/guide-to-accessibility-diversity-inclusive-communication#Anchor1>
Glaad Media Contacts. 2016. Glaad Media Reference Guide 10th Edition. Recuperado de: <https://www.glaad.org/reference>

Auto
ría



DESARROLLO DE CONTENIDOS

Camila Ramos

María Soledad Martínez

EDICIÓN DE CONTENIDOS

Susana Rojas

Fernando Thumm

Marcela Baeza

DIRECCIÓN DE ARTE | DISEÑO

María Eugenia Silva

Autoría

ACCION
EMPRESAS
Por un Desarrollo Sostenible



wbcd



FUNDACION
DESCUBREME