

LENGUAJE INCLUSIVO

EN LOS PROGRAMAS DE LA GIZ

EN LA REGIÓN CENTROAMERICANA

Este instructivo busca plantear pautas, para el uso del lenguaje en la redacción y formulación de textos y elaboración de materiales comunicacionales (audio-visuales o gráficos) que muestren la participación y el papel de las mujeres de forma inclusiva y clara; a manera de disminuir la discriminación léxica en los programas de la GIZ en la región Centroamericana - SICA -.

Consideramos la importancia del lenguaje inclusivo, para disminuir los posibles efectos que tiene el uso de masculino como genérico, ya que éste excluye la participación de la mujer y comunidad LGBTI+ ya sea en la consecución de los objetivos en el trabajo planeado, así como en negar necesidades y capacidades.



CaPAZ



Secretaría de la Integración Social
Centroamericana
Por una Región SICA con Inclusión, Bienestar y Equidad



SICA
Sistema de la Integración
Centroamericana



A través de un lenguaje inclusivo, queremos remarcar la identificación adecuada de todas las personas que forman parte del trabajo planteado, la visibilización de su aporte en la planeación y cumplimiento de metas. Queremos también que las imágenes que acompañen los textos apoyen en la orientación de todas las acciones de los programas de manera que fomenten la igualdad de condiciones y posibilidades para la población vulnerable que sufre discriminación múltiple.

Además, más allá del cuidado del lenguaje, es importante considerar la inclusividad en todo nuestro trabajo, tanto en la formulación del texto en sí, como también en su contenido, la temática, en quiénes son las personas ahí representadas, reducir brechas de género, y una comunicación de participación diferenciada etc. Una perspectiva que contemple el lenguaje y las acciones incluyentes más allá del texto promueve la no minimización ni reducción del papel de las mujeres o la comunidad LGTBI+ a segundo plano en la construcción y ejecución de los programas.

Ese documento plantea algunas sugerencias que no pretenden ser exhaustivas ni únicas, sino un primer documento que se complementa con las experiencias propias y el contexto de cada caso y con la posibilidad abierta a profundizar con otros materiales y referencias.

Principios de la propuesta

- Simplificación y economía del lenguaje.
- Reconocimiento de que, el lenguaje discriminatorio se sustenta en el uso de masculino como genérico.

Las tipografías, las ilustraciones y el balance visual

•El lenguaje o el texto audiovisual cuenta o narra a través de la aplicación de símbolos, mediante el encuadre, movimiento, la angulación; ambientación, sonido e imagen que, dependiendo cómo se combinen, generan expresividad y claridad en el mensaje.

•El lenguaje influye en cómo percibimos el mundo, por lo cual, desarrollando productos de conocimiento, reportes o similares, indirectamente contribuimos a las brechas de género mediante el refuerzo de prejuicios e inclinación a determinado sexo y/o género, por poner un ejemplo, al hablar de "jefes" y "secretarías". La regla más importante de la cooperación para el desarrollo en contextos de crisis es el principio de Do No Harm (Acción sin daño) de Mary B. Anderson. Uno de sus objetivos es minimizar el riesgo de intensificación involuntaria de las dinámicas negativas de conflicto y/o fragilidad (BMZ, 2013). Ser consciente del uso del lenguaje puede ayudar a minimizar esos riesgos.

Recomendaciones para evitar el uso de sexismos en el lenguaje

El masculino como término no marcado o genérico.

Al otorgar a los varones la representación de los dos sexos, se incurre en sexismo.

El término no marcado acarrea, en consecuencia, problemas de inclusividad del lenguaje pues:

- a) no siempre incluye a las mujeres; por eso muchas veces realmente se trata no de vocablos genéricos sino de pseudogenéricos.
- b) tiende a ocultar o invisibilizar lo femenino.
- c) a veces supone incluir a las mujeres en circunstancias de las que, en realidad, están ausentes.
- d) no se trata de un problema meramente lingüístico, a juzgar por la indignación y las burlas que provoca en muchas personas el intento por superarlo

"Se considera que el desglose o desdoblamiento de género en el artículo o sustantivo, tanto en singular como en plural, tiene efectos en el lenguaje que contradicen los criterios de simplicidad y economía". Partiendo de nuestra justificación, sugerimos reducir el uso del masculino genérico que invisibiliza a las mujeres y sus acciones, ejerciendo discriminación simbólica, por lo que se plantean algunas recomendaciones:

En la medida de lo posible evitar el uso desmedido del desdoblamiento o desglose de género en artículo y sustantivo (Ej.: las jóvenes y los jóvenes) en su lugar, emplear formas genéricas o neutrales en lugar de sustantivos o expresiones que expliciten la referencia a un determinado sexo.



LA EQUIDAD DE GÉNERO
VALE LA PENA

giz Deutsche Gesellschaft
für Internationale
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

En el siguiente cuadro se plantean algunas sugerencias, de apenas algunos ejemplos del amplio repertorio que el idioma posibilita:

En vez de:	Proponemos:
Los adolescentes	La adolescencia
Amigos	Amistades
Beneficiarios	Personas beneficiadas, quienes se beneficien, población beneficiaria
Compañeros	Colegas o equipo
Cada uno	Cada quien
Niños y niñas	Niñez, la niñez participante
Empleados	Personal
Empresarios	Empresariado
Expertos	Personas expertas
Finqueros	Familias finqueras
Indígenas	Población indígena
Inversionistas privados	Inversionistas del sector privado
Los jóvenes	Juventud
Los demás	El resto de las personas / el resto del grupo
Muchos piensan	Muchas personas piensan
Pobres	La población pobre
Técnicos	Personal técnico
Todos	Todo el equipo, toda la población
Todos sabemos	todo el mundo sabe, de sobra es sabido
Trabajadores	Personal de planta, personas trabajadoras, clase trabajadora
Políticos	Clase política
Salvadoreño/sampedrano/capitalino	Persona salvadoreña/sampedrana/capitalina
Colaboradores	Las personas que colaboran, personas colaboradoras
Los docentes / los formadores	Personal docente, personal de formación.

1. Cuando no se pueda usar una forma genérica, se debe emplear los artículos en femenino y masculino y un solo sustantivo (Ej. las y los jóvenes).

2. Se recuerda que la arroba @ y el * no son considerados como caracteres lingüísticos por la Real Academia de la Lengua Española (RAE), por lo que no se recomienda su uso en trabajos profesionales como herramienta de lenguaje inclusivo. Aunque algunos países latinoamericanos en los que la GIZ trabaja se suele utilizar la arroba. Su uso podría limitarse a comunicaciones informales como el envío de SMS o WhatsApp. Además, evitar el uso de paréntesis ya que su uso refiere a ideas incidentales o aclaratorias en un texto o enunciado.

3. Nombres abstractos: personas beneficiadas, en vez de beneficiarios; es un gran logro para la humanidad, en vez de un gran logro para el hombre.

4. Pronombres neutros (quien/es o cual/es): Quienes piensan que, en vez de los que piensan que.., a quien interesa en vez de "el interesado".

5. Sustituir los verbos ser y estar por tener: Tienen un compromiso con, en vez de están comprometidos,

tenemos pasión en vez de somos apasionados.

6. Quitar el artículo: "con actores" en vez de "con los actores".

7. Evitar u omitir el uso del plural de modestia 'nosotros': En vez de "nosotros valoramos en esta guía", usar "yo valoro en esta guía", o simplemente "valoramos en esta guía"



Recomendaciones para utilizar lenguaje inclusivo en materiales impresos y audiovisuales

Muchas veces, y sin mala intención, disminuimos o aumentamos la importancia de las personas según la posición que tengan en un encuadre.

Para que en el proceso de recolección de material para productos o proyectos de tipo gráfico y audiovisual garanticen la adecuada visualización de las personas participantes, acotamos algunos detalles a tomar en cuenta a la hora de supervisar y revisar los procesos en esta materia. También se plantean algunos ejemplos que nos ayuden a tener una idea más clara de la importancia de la imagen en nuestro trabajo integrando y visibilizando de manera adecuada la importancia de los roles cuando utilizamos fotografía y video.

Las imágenes, los gráficos, los materiales de video y audio son poderosas herramientas de comunicación para influir en las percepciones, las actitudes y, finalmente, los cambios sociales. Los principios para las comunicaciones escritas y orales con inclusión de género también se aplican a los materiales de audio y visuales, es decir, videos, fotografías e infografías. Dado que GIZ utiliza muchos de estos productos de comunicación de forma regular, es importante aplicar los principios de las comunicaciones sensibles al género para estos productos también, y evitar cualquier representación estereotipada de hombres y mujeres en términos de creencias sociales, normas de com-

portamiento esperado, división sexual del trabajo, acceso y control a los recursos, toma de decisiones y diferenciales de poder.

Por ejemplo, si bien una mujer usualmente se encarga de actividades domésticas, no cambiar la foto por la de un hombre, sino intentar incluir a éste, sin ignorar a la mujer en dichas actividades.

1. Asegúrese de que las mujeres y los hombres estén representados por igual

Al preparar materiales escritos, de audio y visuales, incluidas las voces en off, recuerde incluir mujeres como entrevistadoras, entrevistadas y oradoras en los eventos, así como combinar voces femeninas y masculinas en las voces en off. Esto debe hacerse independientemente del tema de desarrollo y debe asegurarse de que el estilo de expresión y los mensajes transmitan un estatus y autoridad iguales al alterar las voces masculinas y femeninas.

2. Desafiar los estereotipos de género con imágenes

Al igual que los materiales escritos, la representación de mujeres y hombres debe intentar romper con

las nociones de roles de género que perpetúan las desigualdades de género. Las mujeres y los hombres deben ser retratados como iguales, en lugar de tener roles y características tradicionalmente asignados sobre la base de las normas de género dominantes. Las mujeres deben ser representadas como capaces de aprovechar las oportunidades o tener las mismas oportunidades; estar en puestos de poder y en profesiones que no suelen estar vinculadas a las mujeres, como profesoras, médicas o jefas de Estado. Además de elegir imágenes que muestren a mujeres en roles y profesiones no tradicionales y no estereotipadas y para garantizar un número igual de mujeres y hombres en nuestra selección de imágenes, es importante tener en cuenta los mensajes subliminales sobre las normas de género. Por ejemplo, se recomienda elegir imágenes en las que posturas, expresiones, gestos y vestimentas transmitan igual estatus y autoridad.

Evite los estereotipos: evite el uso de imágenes estereotipadas.

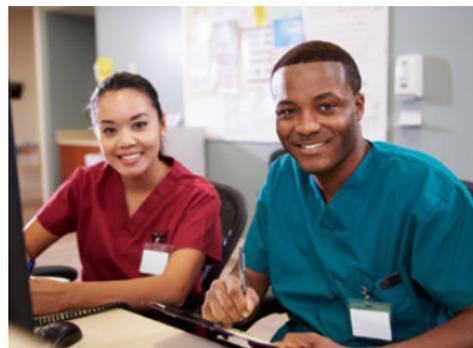
La posición de una persona, a izquierda o derecha del encuadre, determina también relaciones de poder. A la izquierda de la pantalla, una persona se verá más poderosa que a la derecha de esta. Por eso se aconseja, observar y analizar las posiciones de quienes estén presentes en la fotografía o video.



Las imágenes siguientes representan imágenes estereotipadas de médicos como hombres y enfermeras como mujeres.



Para ser inclusivo en cuanto al género, puede ser una buena idea tener más de una persona a tu imagen.



Nota: es importante validar los materiales de apoyo con el grupo al que va dirigido. Se valida el contenido y la forma con algunas personas del grupo beneficiario

Comentarios adicionales: Este documento puede ser utilizado por el equipo de los programas, el equipo consultor y contrapartes con quienes se trabajó o se tiene comunicación.

Bibliografía:

Pautas para la transversalización de género, interculturalidad y sensibilidad al conflicto en textos, uso del lenguaje y productos comunicacionales en la GIZ Bolivia y Paraguay

Recomendaciones para utilizar un lenguaje no sexista – GIZ Ecuador S/F

Photography Techniques

Principles of Gender-Sensitive Communication Introduction for GIZ India, S/F

Pautas para la transversalización de género, interculturalidad y sensibilidad al conflicto en textos, uso del lenguaje y productos comunicacionales en la GIZ Bolivia y Paraguay

Principles of Gender-Sensitive Communication Introduction for GIZ India, S/F

Fotos y texto adaptados de Toolkit on Gender-sensitive Communication - European Institute for Gender Equality, EIGE S/F

Publicado por Deutsche Gesellschaft für
Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

Domicilios de la sociedad, Bonn y Eschborn, Alemania

Promoción del empleo juvenil, la formación y capacitación para
jóvenes marginados para contribuir a la prevención de la violencia juvenil en Centroamérica
(CaPAZ) Programa Alternativas a la migración irregular
generando perspectivas para que niños y jóvenes centroamericanos puedan permanecer
en su lugar de origen (ALTERNATIVAS)

Boulevard Orden de Malta, Casa de la Cooperación Alemana, Urbanización Santa Elena,
Antiguo Cuscatlán, La Libertad,
El Salvador, C.A.
T +503 2121-5100
F +503 2121-5101
www.giz.de

Autores: Evelyn Santiago
Luis Zavala

Responsable: Felicitas Eser

Publicado en: Diciembre 2021

GIZ es responsable del contenido de esta publicación

En cooperación con: Secretaría de la Integración Social Centroamericana (SISCA)

Por encargo de: Ministerio Federal de Cooperación Económica y Desarrollo (BMZ)
División 315 Centroamérica

Dirección del BMZ: BMZ Bonn / BMZ Berlin
Dahlmannstrasse 4
Stressemanstrasse 94
53113 Bonn, Alemania / 10963 Berlin, Alemania

T +49 (0)228 99 535-0 T +49 (0) 30 18 535-0
F +49 (0)228 99 535-3500 F +49 (0) 30 18 5352501
poststelle@bmz.bund.de
www.bmz.de

