

Guía práctica de comunicación con sensibilidad de género del transporte

Argentina unida



Ministerio de Transporte
Argentina

IF-2020-89224929-APN-DPGYD#MTR
Dirección de Políticas
de Géneros y Diversidades

Página 1 de 26

Índice

1	Introducción	3
2	Objetivos	5
3	Algunos conceptos básicos	6
4	Recomendaciones a tener en cuenta	7
5	Propuestas para comunicar con sensibilidad de género	8
	A Expresiones neutrales en términos de género	9
	B Cambiar la estructura de una frase	13
	C Tipografía para añadir género: el uso de barras oblicuas	14
	D Voz activa y pasiva	14
6	Lista de control para ediciones sensibles al género	15
7	Otras recomendaciones de lenguaje	16
8	Situaciones de violencias por motivos de género	17
9	Formularios y encuestas	18
10	Selección de imágenes y señalética	19
	I. Selección de imágenes	19
	II. Señalética	20
11	Ejemplos de comunicación con perspectiva de género	21
	Bibliografía y fuentes consulta	26

1 Introducción



A través del lenguaje, a diario, construimos nuestra forma de representar la realidad. Por eso, las palabras que elegimos y la manera en que nombramos tienen un rol primordial. Del mismo modo, todo lo que no nombramos queda excluido de nuestra enunciación y, por lo tanto, invisibilizado.

En este sentido, para fomentar una cultura más inclusiva e igualitaria en el Sector Transporte, desde el Ministerio de Transporte consideramos prioritario promover un uso del lenguaje que sea inclusivo, que coadyuve al cambio de paradigma de toda la sociedad, garantizando a las mujeres y colectivo LGBTI+ el reconocimiento y visibilización de una voz hasta ahora silenciada en el sector, producto de los estereotipos y limitaciones culturales vinculadas a competencias supuestamente masculinas.

La introducción por parte del Ministerio de Transporte del vínculo entre el sector transporte y el género, resulta esencial, por ser dicho sector transversal y representativo de las desigualdades socioeconómicas y de género, para reducir y eliminar las diferencias entre hombres y mujeres y colectivo LGBTI+.

Debemos repensar la forma en que veníamos construyendo nuestros significados y discursos, y cómo comunicamos, visibilizando a las mujeres y colectivo LGBTI+ del sector transporte, para terminar con prácticas culturales que las dejan en las márgenes del desarrollo discursivo y erradicar las desigualdades existentes en nuestro sector.

El uso del lenguaje inclusivo es uno de los objetivos asumidos por el Ministerio de Transporte para deconstruir estereotipos y promover la equidad de género, en consonancia con la normativa vigente en la República Argentina.

La Convención sobre Eliminación de todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW) establece,

en su artículo 5°, inciso a, que los Estados Parte tienen que tomar medidas para “modificar los patrones socio-culturales de hombres y mujeres, con miras a alcanzar la eliminación de los prejuicios y las prácticas consuetudinarias y de cualquier otra índole que estén basados en la idea de la inferioridad o superioridad de cualquiera de los sexos o en funciones estereotipadas de hombres y mujeres”.

Por su parte, la Declaración y Plataforma de Acción de Beijing (1995) enumera los compromisos para lograr la igualdad de género en todas las dimensiones de la vida y propone la transversalización de la perspectiva de género en la implementación de estrategias que promuevan las transformaciones culturales necesarias hacia una mayor igualdad entre los géneros.

Asimismo, el Principio 25, inciso b, de los Principios de Yogyakarta, establece que los Estados “adoptarán todas las medidas apropiadas para eliminar los estereotipos y prejuicios referidos a la orientación sexual y la identidad de género que impidan o restrinjan la participación en la vida pública”.

En materia de legislación nacional, la “Ley de Protección Integral para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia Contra las Mujeres en los Ámbitos en que Desarrollen sus Relaciones Interpersonales” define los tipos y modalidades de violencias por motivos de género y, entre sus objetivos, se encuentra el de garantizar “la remoción de patrones socioculturales que promueven y sostienen la desigualdad de género y las relaciones de poder sobre las mujeres”.

Por su parte, la “Ley de Identidad de Género” establece el derecho de toda persona al reconocimiento de su identidad de género y a ser tratada conforme su autopercepción y la correspondiente obligación de llamar a las personas por su género autopercebido, sin necesitar ninguna modificación registral para hacerlo.

Por último, y más recientemente, a través del Decreto N° 721/2020, se estableció el Cupo Laboral Travesti Trans en el sector público, que garantiza un mínimo del 1% de la totalidad de cargos y contratos para personas travestis, transexuales y transgénero. Como establecen los considerandos de este Decreto, “las trayectorias de vida de las personas travestis, transexuales y transgénero están atravesadas por la estigmatización, criminalización y patologización sistemática por una gran parte de la sociedad y de las instituciones” y, por ello, “resulta de vital importancia transformar el patrón estructural de desigualdad que perpetúa la exclusión de esta población que tiene una expectativa de vida de entre TREINTA Y CINCO (35) y CUARENTA (40) años aproximadamente”.

Para dar respuesta a esta realidad y a los compromisos internacionales asumidos frente a toda forma de discriminación y violencia en pos de la construcción de una

sociedad más igualitaria, que promueva la autonomía integral de todas las personas sin establecer jerarquías ni distinción alguna, resulta ineludible construir una nueva manera de construir y representar al mundo.

En virtud de lo precedentemente expuesto, y de acuerdo a los compromisos asumidos por el Ministerio de Transporte en el Plan Nacional de Acción contra las Violencias por Motivos de Género (2020-2022), y a la colaboración y el trabajo articulado con el Ministerio de Mujeres, Géneros y Diversidad, plasmado en el Convenio Marco de Cooperación (CONVE-2020-44915363-APN-MMGYD) de fecha 14 de julio del 2020, cuyo objeto es la mutua colaboración para el desarrollo y coordinación de acciones transversales concernientes a la promoción y protección de los derechos de las mujeres y colectivo LGBTI+ y para la prevención, asistencia y atención de situaciones de violencia por razones de género, entre otros, se detallan seguidamente los siguientes parámetros y lineamientos:

Entonces, ¿por qué empezar a pensar nuestra comunicación con sensibilidad de género?

La comunicación tiene un rol fundamental en la construcción del pensamiento y del imaginario social. De la misma manera sucede tanto en el Ministerio de Transporte como en los organismos descentralizados y empresas de su jurisdicción, ya que podemos ser agentes que propicien el cambio de una cultura organizacional en favor de la igualdad y la equidad de género.

En este sentido, no podemos impulsar políticas públicas con perspectiva de género sin tener en cuenta el componente comunicacional. Por lo tanto, quienes comunican deben otorgar un lugar central a la reflexión crítica en torno a prejuicios, estereotipos, prácticas y costumbres vinculadas a modelos culturales binarios y androcéntricos.

Es fundamental, entonces, pensar la comunicación de manera que promueva climas de trabajo cooperativos, respetuosos y de confianza para la participación y el intercambio colectivo, que pongan en valor la diversidad.



2 Objetivos



Esta guía práctica de comunicación con sensibilidad de género es una herramienta técnica y de consulta para las, les y los comunicadores del Ministerio de Transporte, de los organismos descentralizados y empresas de su jurisdicción.

Este documento es una propuesta didáctica que busca:

1

Generar nuevas formas de comunicar que construyan y expresen igualdad para la diversidad de géneros.

2

Ofrecer asistencia en la redacción de piezas de comunicación y en la generación de contenido audiovisual con sensibilidad de género, cualquiera sea el público o el objetivo.

Cabe señalar que esta guía es un documento que evoluciona con el tiempo, de la misma manera que lo hace el lenguaje. Por eso, las recomendaciones detalladas en este documento no son exhaustivas y siempre se pueden encontrar nuevas formas de incorporar la sensibilidad de género en el uso del lenguaje.



3 Algunos conceptos básicos

Antes de comenzar con las propuestas de comunicación, es necesario aclarar y dejar definidos algunos conceptos básicos que pueden aparecer más adelante en esta guía y, en general, en el camino de construir un lenguaje con sensibilidad de género. Son conceptos que pueden resultar útiles para entender de qué hablamos cuando hablamos de equidad de género.

Estereotipos: son imágenes o ideas simplificadas y deformadas de la realidad, aceptadas comúnmente con carácter inmutable, que se vuelven verdades indiscutibles a fuerza de repetirse. La sociedad ha generado juicios o ideas sobre el ser mujer y el ser hombre, sobre lo masculino y lo femenino, que colocan a las personas en categorías determinadas. Es importante que en la comunicación se conozca la existencia de estos patrones o estereotipos, para no continuar reproduciéndolos y promoviéndolos.

Androcentrismo: Andros se refiere al hombre, por oposición a la mujer. Centrismo, porque se le concede el centro, el privilegio al punto de vista del hombre como partida del discurso lógico científico. Así, el hombre está considerado como centro del universo y define lo masculino como la medida de todas las cosas y la representación global de la humanidad. El concepto de androcentrismo suele hacer referencia a un modelo único de varón: blanco, heterosexual, occidental, de clase media, sin discapacidad. Una consecuencia del Androcentrismo es la ocultación de las mujeres, su falta de definición y la no consideración de sus realidades.

Sexismo: Es un mecanismo por el que se concede privilegio a un sexo en desventaja con el otro. El sexismo es, entonces, pre-condición del androcentrismo. El androcentrismo es la razón detrás de la mayoría de las construcciones sexistas.

Patriarcado: Es un sistema que estructura la desigualdad entre los géneros y lo hace de manera regulada y sistemática. Tiene como causa principal la jerarquía masculina por sobre los demás géneros.

Discriminación positiva: El establecimiento de normas que buscan, intencionadamente, favorecer a un determinado sector que hasta el momento se consideraba minoritario, realizando una acción afirmativa de derechos de las minorías que, a veces, tampoco equilibra esa desigualdad previa.

Identidad de género: Refleja un sentido profundo y experimentado del propio género, comprendido desde la vivencia interna e individual de cada persona.

Orientación afectiva-erótica-sexual: Se trata de la atracción física, afectiva, sexual o emocional de una persona hacia otras, que no se encuentra sujeta a determinaciones biológicas.

Masculinidad hegemónica: Es un modelo predominante de construcción de la masculinidad, que se transmite culturalmente y es adoptado por la mayoría de los varones. Puede expresarse de distintas maneras, pero las más comunes son: el carácter proveedor, la valentía, independencia, potencia, entre otras.

Invisibilidad de las mujeres: cuando las mujeres son excluidas de una realidad en la que son parte activa. Por ejemplo, cuando no aparecen datos estadísticos desagregados por género.

Minimizar la problemática de las mujeres: Consiste en trivializar o no dar importancia a las experiencias, problemas y realidades de las mujeres, por ejemplo: no evidenciar la violencia doméstica o el acoso sexual o laboral cuando es un fenómeno muy común.

4 Recomendaciones a tener en cuenta

Frente al arduo trabajo que representa la inclusión de la sensibilidad de género en el lenguaje como cambio cultural, resulta imprescindible detectar, dentro de nuestro ámbito de influencia, las resistencias y prejuicios sobre las palabras y conceptos. Debemos entender que, pese a su aparente neutralidad, el uso de la lengua es ideológico. Por lo tanto, aquello que no se nombra, no existe.

En estas situaciones es importante trascender estas posiciones para que no actúen de excusas, y tener la determinación de trabajarlas desde la responsabilidad que implica transitar e interactuar sobre los cambios culturales. Es importante darles un lugar a estas resistencias e involucrarse en resolverlas las veces que sea necesario.

Muchas veces se expresa la dificultad para la incorporación de la sensibilidad de género en el lenguaje aduciendo que se trata de **“palabras difíciles”** o **“conceptos abstractos”**. Una buena práctica para trascender esta resistencia es la de utilizar los términos frecuentemente y con naturalidad.

Otra resistencia habitual suele ser la comodidad del **“no sé”** o **“me cuesta”**, lo que genera cierta tendencia a no moverse de aquellos lugares en los que nos ubica el sentido común patriarcal. Habilitar espacios y momentos para que esas preguntas surjan y dar las explicaciones necesarias para despejarlas puede ser una buena herramienta para trabajar en esto.

También es muy común que quienes se resisten a cambios en el lenguaje argumenten sobre las premisas de la Real Academia Española (RAE). El uso del masculino como forma generalizadora para referirse a mujeres y varones ha sido impuesto y admitido por las instituciones que reglamentan y regulan la gramática. Sin embargo, las condiciones sociopolíticas y culturales de los últimos tiempos vienen enfatizando sobre estos usos discriminatorios del lenguaje y, por más que la tradición académica diga que es correcto y normativo usar el masculino para referirse tanto al género masculino como al femenino, las transformaciones sociales indican lo contrario.

Por otra parte, si la lengua que usamos reconoce al género femenino en su vocabulario, no hay motivo, entonces, para omitirlo.



5 Propuestas para comunicar con sensibilidad de género

Varias estrategias pueden ser adoptadas para promover la igualdad de género mediante el lenguaje y, al mismo tiempo, redactar de manera clara y fluida para preservar los objetivos de comunicación:

A Expresiones neutrales en términos de género.

B Cambiar la estructura de una frase.

C Tipografía para añadir género:
el uso de barras oblicuas.

D Voz activa y pasiva.



A Expresiones neutrales en términos de género.

1 Usar sustantivos genéricos, colectivos y abstractos.

La utilización de neutros es una fórmula superadora del abuso del universal masculino. La redacción con sensibilidad de género puede hacer uso de sustantivos genéricos, colectivos o abstractos que no designan lingüísticamente un género y que pueden implicar tanto mujeres, varones e identidades LGBTI+.

Sustantivos genéricos son aquellos términos que se refieren a todos los géneros, en lugar de utilizar el masculino como universal. Por ejemplo:

Genérico Masculino	Alternativa Sensible al Género
Los peatones	Las, les y los transeúntes
El presidente	La presidencia
Las azafatas	El personal auxiliar de vuelo
Los políticos	La dirigencia política
Los niños	La infancia

Los **sustantivos colectivos** son una alternativa que supera el uso de las dobles formas (usar el par femenino y masculino) lo que permite, por un lado, superar el binarismo varón/mujer y, además, agiliza el discurso:

Genérico Masculino	Alternativa Sensible al Género
Los profesores están en reunión	El profesorado está reunido
Los funcionarios, los secretarios	En funcionariado, la secretaría



Los **sustantivos abstractos** son especialmente útiles para hablar en términos generales o si ignoramos el género de las personas a las que nos referimos.

Genérico Masculino	Alternativa Sensible al Género
Los legisladores	Las, Les, Los referentes legislativos
Los trabajadores	El personal, el equipo, el área

2 Eliminar los artículos determinantes.

Este recurso es recomendable para aquellos sustantivos que mantienen la forma en ambos géneros, ya que la omisión del artículo no cambia el sentido de la frase.

Genérico Masculino	Alternativa Sensible al Género
En la manifestación estaban los policías y los activistas.	En la manifestación había policías y activistas.

3 Suprimir los sustantivos con marca de género.

Se puede omitir el sustantivo cuando no aporta nada a la información que provee la frase. Por ejemplo:

Genérico Masculino	Alternativa Sensible al Género
Comisión de Relaciones Exteriores. Diputados que la integran.	Comisión de Relaciones Exteriores. Integrada por.
Es importante tener en cuenta la repercusión de las declaraciones emitidas por el funcionario.	Es importante medir las repercusiones de las declaraciones emitidas.



4 Suprimir el sujeto.

Para ello, se pueden utilizar verbos en infinitivo e imperativo y el pronombre impersonal “se”:

Genérico Masculino	Alternativa Sensible al Género
El solicitante deberá completar la planilla de la siguiente manera.	Se completará el expediente de la siguiente manera.

5 Usar pronombres neutros.

Al igual que los sustantivos, se puede decidir utilizar un pronombre que se refiera a varios géneros. Los pronombres indefinidos como “nadie”, o sintagmas como “la gente” y “la mayoría” son útiles para lograr una comunicación neutral en términos de género. Los pronombres relativos como “quien”, “a quien”, “de quien”, “para quienes” pueden ser utilizados en lugar de “a los que”, “las cuales”, etc.

Genérico Masculino	Alternativa Sensible al Género
Los conductores de camiones deben aprobar el examen psicofísico.	Quienes conducen camiones deben aprobar el examen psicofísico.
Los pasajeros deben cuidar sus pertenencias	Quienes viajen deben cuidar sus pertenencias
Los participantes no aprobaron el resultado	Ningún participante aprobó el resultado
Los usuarios aprobaron la medida	La mayoría aprobó la medida

6 Evitar expresiones que conllevan estereotipos de género.

Es indispensable evitar el uso de cualquier expresión que conlleve estereotipos de género y que puedan tener una connotación negativa, es decir, palabras y expresiones que generalmente contribuyen a la construcción de una idea en la que hacer determinadas cosas es de varón y que algunas tareas están reservadas para las mujeres. Por ejemplo:



Genérico Masculino	Alternativa Sensible al Género
Los pilotos y las azafata	La tripulación aérea, el personal de aviación
Los médicos y las enfermeras	El personal sanitario
Las mujeres de limpieza	El personal de limpieza
Los participantes de la conferencia y sus esposas asistieron al almuerzo	Las y los participantes de la conferencia y sus cónyuges/parejas asistieron al almuerzo
Gloria almorzó con algunas chicas de la oficina	Gloria almorzó con algunas colegas de la oficina
Juan y María tienen empleos de tiempo completo; él la ayuda a ella con las tareas de la casa	Juan y María tienen empleos de tiempo completo; comparten la carga de trabajo doméstico

7 Evitar el uso de sustantivos con la palabra hombre.

Siempre que sea posible, se aconseja evitar el uso de la palabra hombre cuando ésta excluya a las mujeres y LGBTI+.

Genérico Masculino	Alternativa Sensible al Género
El hombre	Los seres humanos
Los derechos del hombre	Los derechos humanos
Los hombres de negocios	Las personas de negocios
Los políticos	Las los y les responsables políticos

En este punto, también **se sugiere el uso del sustantivo “varón”**, en vez de “hombre”, con el fin de evitar la discusión biologicista que acabamos de mencionar, donde se generaliza al “hombre” como sinónimo de la especie humana. Esto nos permite establecer una relación no jerárquica con el sustantivo “mujer” y con los orientados a nombrar identidades no binarias.



8 Evitar aposiciones redundantes

Consiste en destacar la condición sexuada de las mujeres por encima de otros rasgos o atributos que son pertinentes al asunto, por ejemplo, “la mujer trabajadora”. En ese caso, el atributo “mujer” resulta redundante y no es necesario resaltarlo.

9 Uso de la “e”

En algunas situaciones, puede suceder que ninguna de las opciones anteriores sea factible de aplicar. En estos casos, recomendamos utilizar la “e” como genérico. No solo evitamos el masculino genérico, sino que también permite transitar con mayor facilidad de lo escrito a la oralidad, y es legible para los traductores voz/texto.

De todos modos, alentamos a visibilizar todos los géneros, por lo que su uso no debe ir en detrimento del femenino. En este sentido, se puede decir, por ejemplo, si el espacio es reducido, “delegades gremiales”. De lo contrario, es preferible desdoblarse en: “delegadas, delegades y/o delegados gremiales”, o bien, utilizar las barras oblicuas: “delegadas/es/os gremiales”, como veremos más adelante.

B Cambiar la estructura de una frase.

Siempre que sea posible, se debe buscar modificar una frase u oración para que sea sensible al género y evitar los adjetivos masculinos genéricos, así como la concordancia gramatical correspondiente. Por ejemplo:

Genérico Masculino	Alternativa Sensible al Género
Aumenta el número de desempleados en el país: los jóvenes y los inmigrantes, los más afectados	El desempleo aumenta: la juventud y las personas inmigrantes son quienes más lo sufren.
Los ciudadanos votaron por los candidatos más fuertes en las elecciones a gobernador celebradas ayer	En las elecciones a la gobernación celebradas ayer, la ciudadanía votó candidaturas con fuerte respaldo
Rogamos a los asistentes que desalojen la sala	Se ruega desalojar la sala



C Tipografía para añadir género: el uso de barras oblicuas.

Se puede recurrir al uso de barras oblicuas [/] para señalar la existencia de varios géneros. Dado que esta estrategia tiene un impacto negativo en la legibilidad, se recomienda no utilizarla en exceso. Se puede recurrir a ella cuando se cuente con espacio limitado, o a la hora de llenar formularios.

Uso de barras oblicuas
Señor/a/e
Director/a/e
Parlamentaria/o/e
Usted está invitada/o/e

D Voz activa y pasiva.

Además de adoptar las estrategias señaladas anteriormente, como regla general, siempre es útil recurrir al uso de la voz activa y los verbos activos para otorgar a las mujeres y diversidades un rol activo en el discurso. Por ejemplo:

Voz pasiva	Voz activa
En la asamblea se dio la palabra al colectivo trans.	El colectivo trans tomó la palabra en la asamblea.

6 Lista de control para ediciones sensibles al género

A la hora de revisar o editar un texto, se recomienda tomar en cuenta las siguientes preguntas:

1 ¿Contiene el texto expresiones de género (sustantivos, pronombres, etc.) específicas que podrían reemplazarse por otras neutras sin afectar el significado?

2 ¿Presenta el texto determinadas ocupaciones o roles de una forma estereotipada en cuanto al género?

3 ¿Contiene el texto alguna referencia al sexo o género sin que ésta sea necesaria?

4 ¿Presenta el texto a personas de distintos géneros de forma sesgada y/o estereotipada?

Utilizar la técnica de la inversión de las frases:

cuando existan dudas sobre si lo que se mencionará puede provocar susceptibilidades, es recomendable llevar esa frase a la inversa. Si al hacerlo la frase suena rara o mal, es que la expresión original conlleva un sesgo sexista.

Por ejemplo, si se va a hacer referencia “al gobernador y su mujer” se puede intentar llevar esta frase a la inversa “la gobernadora y su hombre”. En el primer ejemplo, por la construcción social se identifica inmediatamente que la frase se refiere al gobernador y su esposa, pero a la inversa suena raro, pues pone de manifiesto que una expresión de este tipo (en la que la esposa pasa a ser “la mujer”, propiedad de un hombre) está normalizada.

7 Otras recomendaciones de lenguaje

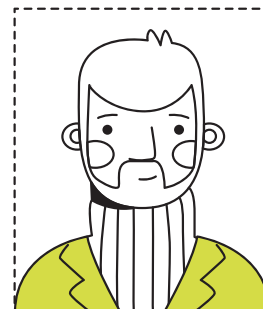
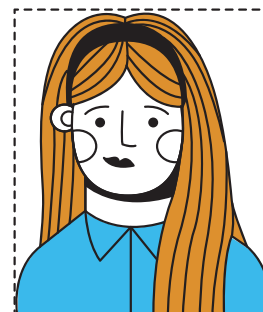
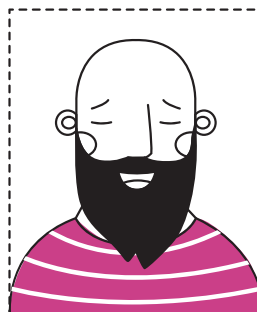
Incluir siempre a identidades no binarias y disidentes en el discurso. La sensibilidad de género no hace referencia solo a las mujeres, sino a todas las diversidades que ocupan un lugar secundario en el uso del lenguaje androcéntrico.

Identidad de género. Al escribir sobre una persona trans, utilizar los sustantivos y pronombres consistentes con la identidad de género de la persona, independientemente de su sexo al nacer. Siempre que sea posible, se debe utilizar el pronombre que la persona haya solicitado para ser nombrada.

Evitar la utilización de la expresión “la mujer” para referirse a las mujeres. Las mujeres no son parte de un grupo homogéneo.

Uso de “x” y “@”. Recomendamos evitar el uso de arroba (@) y equis (x) en los textos en formato digital, ya que, por una cuestión de accesibilidad, un lector de textos utilizado por personas ciegas y con baja visión, reproduce el término de forma literal y no interpreta el desdoblamiento de géneros.

No visibilizar el género cuando no lo exija la situación a comunicar. Por ejemplo, en lugar de poner “los usuarios deben utilizar la tarjeta SUBE para el transporte”, podemos utilizar “es necesario tener una tarjeta SUBE para acceder al transporte”.



Sobre los usos adecuados para referirse a **personas con discapacidad, personas mayores** y otras situaciones de interseccionalidad, recomendamos ver la Guía “(RE) Nombrar” para una Comunicación con Perspectiva de Género, del Ministerio de Mujeres, Géneros y Diversidad, páginas 20 a 23.

8 Situaciones de violencias por motivos de género

Al momento de comunicar sobre violencia de género o, por ejemplo, de pensar una campaña de difusión de la línea 144, suelen surgir algunas dudas sobre qué términos emplear para tratar esta cuestión y cómo emplearlos. En este sentido, se recomienda:

Evitar referirse a las personas que atraviesan violencias por motivos de género como “víctimas”: Siempre es recomendable anteponer la condición de personas y, en este caso particular, es recomendable utilizar la expresión “persona en situación de violencia” para evitar poner la carga sobre la persona, y ubicarla sobre la situación de violencia. Al evitar el concepto de víctima, se promueve desde el discurso la posibilidad de que la persona pueda desplegar estrategias de autocuidado y protección con menos condicionamientos.

No adjetivar cuando se trate de referir a un caso de violencias por motivos de género: Se desaconsejan las valoraciones subjetivas sobre hechos de tanta sensibilidad. Por eso, tampoco consideramos conveniente hablar de “sufrimiento” cuando nos referimos a un caso de violencia por motivos de género. En vez de “si sufrís violencia”, es preferible hablar de “si estás en situación de violencia”

No tratar el tema de violencia de género como una situación en la que se suelen encontrar solo las mujeres. Es un error muy común y es importante resaltar que otras identidades también atraviesan esta situación. Idealmente, recomendamos referirse a “personas en situación de violencia por motivos de género” o “mujeres y personas LGBTI+ en situación de violencia por motivos de género.”

¿Violencia o violencias? Solemos referirnos a “violencias” en plural, puesto que hay muchos tipos y modalidades de violencias por motivos de género descritos en la Ley 26.485: física, psicológica, sexual, económica y patrimonial, simbólica, doméstica, institucional, laboral, contra la libertad reproductiva, obstétrica, mediática, política y en la vía pública.



9 Formularios y encuestas

El pedido de género en formularios y encuestas depende del objetivo que tenga el documento y si tiene la necesidad de estar ligado al género establecido en el DNI o no.

Para este último caso, hasta hoy, el Registro Nacional de las Personas registra oficialmente sólo dos géneros: masculino y femenino. Si la encuesta o formulario que estamos trabajando requiere que los datos proporcionados se correspondan con los del DNI, entonces no hay posibilidad de abrir las opciones.

Si el documento no está ligado a los datos del DNI, se recomienda formular la pregunta de manera que incluya todas las opciones posibles en el pedido de género. Las opciones elegidas también estarán determinadas por los objetivos del documento, si es que permite preguntas con opciones abiertas o no. Por ejemplo:



Pregunta:

Indique el género con el que se identifica:

- A. Femenino
- B. Masculino
- C. Mujer Trans
- D. Varón Trans
- E. Travesti
- F. Transgénero/Transexual
- G. No binario
- H. Otro/Prefiero describirlo yo: _____
- I. Ninguno
- J. Prefiero no decirlo



10 Selección de imágenes y señalética

1 Selección de imágenes

La selección de imágenes para piezas de comunicación es una oportunidad para derribar estereotipos y reflejar la realidad en toda su diversidad. Como se aclaró anteriormente, los estereotipos son imágenes o ideas simplificadas y deformadas de la realidad, aceptadas comúnmente con carácter indiscutible.

Las imágenes pueden ser sexistas y, por ende, no representar la igualdad de género, con el agravante de que la imagen puede tener un mayor impacto en las personas que la ven. Las imágenes pueden tener mucha influencia en el pensamiento de las personas y su forma de entender el mundo.

Muchas veces, se utilizan estereotipos porque resultan más sencillos para que el público en general los entienda. Sin embargo, detrás de cada estereotipo hay una ideología arraigada que, en múltiples ocasiones, es peyorativa y discriminatoria con respecto a ciertas personas y grupos.

Teniendo esto en cuenta, al momento de seleccionar imágenes para piezas de comunicación, se recomienda:



Visibilizar la diversidad y no reforzar los estereotipos binarios. Incorporar como parte del universo familiar a las familias comaternales o copaternales, así como las familias ensambladas o monoparentales.

Representación de las mujeres y otras diversidades. Representar a las mujeres y no a 'la mujer' es decir, representar la heterogeneidad: jóvenes, adultas, de diferentes entornos socioculturales, orientación sexual y cualquier otra característica. Evitar los tradicionales roles genéricos y mostrar a las mujeres y diversidades en otros roles que asumen. Por ejemplo, es común asociar la imagen de motociclistas con una figura masculina.

Representación de los varones. Representar a los varones y no 'al hombre' evitando presentarlo en sus roles tradicionales. Ubicarlos como seres capaces de ejercer otros roles. Por ejemplo, al momento de graficar una familia en un vehículo, se suele ubicar al hombre al volante. En este caso, podríamos pensar en una imagen en la que el hombre no esté cumpliendo el rol que exige el estereotipo.

Mostrar mujeres activas. que estén haciendo uso de la palabra y ocupando distintos puestos.

Utilizar paletas de colores sin distinción de género. Respetar la paleta institucional planteada en el manual de estilo de Presidencia de la Nación.

Evitar la jerarquización de imágenes, lograr un equilibrio numérico y de tamaño entre imágenes de distintas identidades de género. Consejo: Evitar las imágenes de la primera página de los bancos de imágenes porque suelen contener las imágenes más estereotipadas.

2 Señalética

Con respecto a la señalética, podemos encontrarnos muchas veces con complicaciones visuales y gramaticales, dado el lenguaje específico y el poco espacio con el que se cuenta generalmente.

En cuanto a la **gramática**, se puede utilizar el neutro, como se señaló anteriormente. Así, por ejemplo, en la cartelería en la que solemos leer “hombres trabajando”, podemos cambiarla por “personas trabajando”. En el caso de usuarios, por ejemplo, podemos cambiarlos por “las personas usuarias”.

En cuanto a la **imagen**, en el caso específico de representación de personas, es común encontrarse con el dilema de reflejar a la diversidad de personas en símbolos o íconos, sin excluir a nadie. En estos casos, siempre se recomienda representar a las personas lo más neutro posible, reduciendo la imagen a aquellas características que nos hacen pensar rápidamente en una persona, sin generar mayores conclusiones sobre el género.

Veamos el siguiente caso a modo de ejemplo:



Podría pensarse que la imagen B sería la más inclusiva y la adecuada, puesto que incluye a una mujer en los íconos de personas.

Ahora bien, también podemos plantearnos, en este sentido, si la imagen de hombre y mujer que vemos no son un reflejo más de los estereotipos que el patriarcado ha instalado a lo largo del tiempo como lo correcto e indiscutible.

En primer lugar, si esa imagen representa solo al hombre y la mujer, reproducimos una forma de pensamiento binaria, donde las diversidades están siendo excluidas de la señalética. Por otro lado: ¿Por qué pensamos que son un hombre y una mujer? ¿Los hombres no pueden llevar el pelo largo y pollera y las mujeres pantalones y pelo corto?

En este caso, agregar un ícono que suponemos una mujer termina generando el efecto contrario al que queríamos lograr originalmente, porque reproducimos el estereotipo de mujeres con pollera y pelo largo, como si los hombres no pudieran elegir llevar ambas cosas.

Por ende, la elección más adecuada de imagen para esta señalética en particular sería la imagen A, porque es la más neutra para lo que queremos comunicar, que es la distancia entre dos personas, independientemente de su género, porque no es relevante para el mensaje.

Si la imagen A nos resulta rara y no inclusiva, es un ejercicio útil preguntarnos por qué en esa imagen solo vemos dos hombres. Muchas veces, el problema no está en la imagen sino en la forma en la que miramos.

En aquellos casos de señalética donde la distinción entre los géneros resulte parte fundamental del mensaje, por ejemplo, en el caso de los baños, recomendamos usar los símbolos e íconos más neutros posibles.

11 Ejemplos de comunicación con perspectiva de género

En los siguientes ejemplos se pueden ver piezas de comunicación con perspectiva de género y otros a mejorar.

Vía pública



Esta pieza de vía pública, si la vemos con perspectiva de género, deberíamos hablar de pasajeros y pasajeras, para evitar usar el universal en formato masculino. En caso de que el espacio disponible lo impida, podremos usar otra palabra, como por ejemplo, "personas". Como vemos en el ejemplo de abajo:



Cartel de obra



Esta pieza es un ejemplo de cartel de obra con perspectiva de género, cambiando el conocido cartel de “hombres trabajando”, por el de “hombres y mujeres trabajando”.

Comunicación al usuario

Ampliación de la estación Ramos Mejía de la Línea Sarmiento

- Reconstrucción del andén central
- Nuevos accesos y boleterías
- Revitalización del entorno de la estación
- Mejora integral del túnel peatonal existente

22.000 pasajeros diarios beneficiados

Beneficios

- Más seguridad y comodidad para los pasajeros
- Mejoras en el tránsito en la zona
- Más seguridad en la operación de trenes

+Info
0800 222 8736 (TREN)
argentina.gob.ar/trenes-argentinos

TRENES ARGENTINOS
Ministerio de Transporte Argentina

Esta pieza abarca el mismo error que en la vía pública anterior, porque hablamos de “pasajeros diarios”, empleando el universal masculino. De nuevo aquí se podría haber utilizado “pasajeros y pasajeras” o directamente “personas”. Otra posibilidad que nos ofrecen las piezas de comunicación directa es la de hablarle directamente a los usuarios y usuarias, evitando el plural, tal como se ve en el siguiente ejemplo:

Sumamos **8 nuevos servicios** al ramal Bmé. Mitre de la **Línea Mitre**

Ahora vas a poder:



Llegar **más rápido** a destino



estar mejor y **tener más conexión**



tener **mayor seguridad**

Argentina unida



+info

0800 222 8736 (TREN)
argentina.gob.ar/trenes-argentinos

TRENES
ARGENTINOS



Ministerio de Transporte
Argentina

Cuerpos en gráfica










Estos ejemplos corresponden a la comunicación del Ministerio de Transporte en redes por el Día del Orgullo LGBTI+ y, la segunda, a los personajes que se crearon desde SUBE para utilizar en comunicaciones que grafiquen preguntas frecuentes o respondan dudas a los usuarios. En estos ejemplos no hay recortes de un solo tipo de cuerpo. Se puede ver diversidad de géneros, altura, edad, color de piel, estilos de pelo, etc.






Efemérides

Sin perspectiva de género	Con perspectiva de género
Día del Técnico Aeronáutico	Día de los técnicos y técnicas aeronáuticas
Día del Trabajador Ferroviario	Día del trabajador y la trabajadora ferroviaria
Día Internacional del Migrante	Día internacional de las personas migrantes
Felíz día del camionero	Felíz día a quienes conducen

Redes

Desde hace 15 años viajamos con ustedes! Ya somos 14 millones de usuarios y usuarias en todo el país. Realizamos más de 400 millones de viajes mensuales. ¡Y seguimos creciendo!	
Desde hace 15 años viajan con nosotros! Ya somos 14 millones de usuarios en todo el país. Realizamos más de 400 millones de viajes mensuales. ¡Y seguimos creciendo!	
Estamos comprometidos en promover condiciones de igualdad en el ambiente de trabajo.	
Es nuestro compromiso promover condiciones de igualdad en el ambiente de trabajo.	
Estamos mejorando la infraestructura del transporte para todos los argentinos.	
Estamos mejorando la infraestructura del transporte para todas las argentinas y argentinos.	
Estamos mejorando la infraestructura del transporte para todas las personas que habitan nuestro país.	



Mejoramos la conectividad y trabajamos para que todos viajen más cómodos, seguros y en menor tiempo. Unidos, estamos reconstruyendo la Argentina.	
Mejoramos la conectividad y trabajamos para que todas las personas viajen más cómodas, seguras y en menor tiempo. Entre todas y todos, estamos reconstruyendo la Argentina.	
Te invitamos a sumarte a las Jornadas de Transporte 2020, una oportunidad para reflexionar, compartir y aprender de la operativa logística, sobre la que expondrán profesionales del sector.	
Te invitamos a sumarte a las Jornadas de Transporte 2020, una oportunidad para reflexionar, compartir y aprender sobre la operativa logística, en la que expondrán expertos y profesionales reconocidos del sector.	
No uses el #celular al conducir. Estamos controlando.	
No uses el #celular al conducir. Nosotros controlamos.	



Bibliografía y fuentes consulta

- I.** Guía para el uso de un lenguaje inclusivo al género Promover la igualdad de género a través del idioma, ONU Mujeres.
- II.** Guía para el uso de un lenguaje no sexista e igualitario, HCDN.
- III.** Claves para el traslado de contenidos en la práctica, Ministerio de Mujeres, Géneros y diversidad. Abril 2020.
- IV.** Guía 1 práctica sobre género y comunicación, Consejo de Ministras de la Mujer de Centroamérica, Sistema de la Integración Centroamericana.
- V.** Guía de Uso para un lenguaje Igualitario (castellano) Universitat de Valencia. Unitat de Igualtat.
- VI.** Guía de Uso no sexista del vocabulario español. Universidad de Murcia.
- VII.** Recomendaciones para la correcta difusión de los servicios de la Línea 144, Ministerio de Mujeres, Géneros y Diversidad.
- VIII.** Hacia una comunicación con perspectiva de género, AySA, 2020.





República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional
2020 - Año del General Manuel Belgrano

Hoja Adicional de Firmas
Anexo

Número: IF-2020-89224929-APN-DPGYD#MTR

CIUDAD DE BUENOS AIRES
Lunes 21 de Diciembre de 2020

Referencia: EX-2020-84629547- -APN-DGD#MTR--Guía práctica de comunicación con sensibilidad de género

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 26 pagina/s.

Digitally signed by Gestion Documental Electronica
Date: 2020.12.21 16:40:41 -03:00

Florencia Esperon
Directora
Dirección de Políticas de Géneros Y Diversidades
Ministerio de Transporte

Digitally signed by Gestion Documental
Electronica
Date: 2020.12.21 16:40:52 -03:00