



MÓDULO 8

Comunicación inclusiva de género
y lenguaje no sexista en la gestión
del cambio climático







MÓDULO 8 | COMUNICACIÓN INCLUSIVA DE GÉNERO Y LENGUAJE NO SEXISTA EN LA GESTIÓN DEL CAMBIO CLIMÁTICO

Introducción	2
Objetivos	3
Ruta Pedagógica	4
1. Comunicación inclusiva de género y lenguaje no sexista	5
1.1. ¿Cómo volver más inclusiva la comunicación comúnmente utilizada en el ámbito del cambio climático?	6
1.1.1. Estrategias para una comunicación inclusiva de género	8
1.2. Actividad lúdica 1: <i>“Desarrollar una estrategia de comunicación del cambio climático inclusiva y sensible al género”</i>	10
1.3. Para ampliar la información	11
2. El uso del lenguaje no sexista en la práctica	12
2.1. ¿De dónde surge la propuesta de usar un lenguaje no sexista?	12
2.2. ¿Cómo utilizar un lenguaje no sexista?	12
2.2.1. Visibilizar y no excluir	13
2.2.2. No subordinar ni desvalorizar	13
2.2.3. Sugerencias para evitar el uso de un lenguaje sexista	14
2.3. Orientaciones para promover una comunicación inclusiva y un lenguaje no sexista	14
2.4. ¿Cómo verificar si una institución u organización utiliza una comunicación inclusiva de género?	17
2.5. Actividad lúdica 2: <i>“Identificar uso de lenguaje sexista o que reproduce estereotipos de género”</i>	18
2.6. Para ampliar la información	19
3. Marco regulatorio y lineamientos para la incorporación de una comunicación inclusiva y un lenguaje no sexista en la gestión pública	20
3.1. Constitución Política de la República del Ecuador	20
3.2. Ley Orgánica de Comunicación	21
3.3. Ley Orgánica de los Consejos de Igualdad	21
3.4. Código Orgánico Integral Penal	21
3.5. Agenda Nacional para la Igualdad de las Mujeres y las personas LGBTI	22
3.6. Reglamento de comunicación intercultural	22
3.7. Actividad lúdica 3: <i>“Uso de lenguaje inclusivo y no sexista”</i>	23
3.8. Para ampliar la información	23
Anexos	24
Anexo 1: Agenda del Taller	24
Anexo 2: Presentación de diapositivas sobre el módulo	25
Anexo 3: Estudio de caso La campaña de acción de género y clima 2016–2017 de la Alianza Clima y Desarrollo (CDKN por sus siglas en inglés)	25
Estudio de caso sobre una estrategia de comunicación y género	26



INTRODUCCIÓN

“No podemos comunicarnos eficientemente con otra persona si no la reconocemos como igual ante la ley y ante la comunidad, igual en sus derechos. El primer derecho de cualquier persona es existir como ser humano, y eso implica el derecho a ser nombrada” (Instituto Nacional de las Mujeres, 2015: s/p)

El lenguaje es un instrumento privilegiado para comunicarse, a través de él se construye o reproduce la realidad y la cultura. Mediante su uso, podemos transformar juicios, valores o estereotipos presentes en los pensamientos y prácticas de las personas y la sociedad, aspectos que generalmente afianzan la discriminación, las asimetrías y las desigualdades de género.

Las definiciones sobre la realidad y la ideología de las sociedades se construyen en medio de relaciones de poder, “quien tiene el poder tiene la palabra” (Guichard, 2015:14). Así, a una sociedad patriarcal¹ le corresponde un lenguaje sexista al igual que a una sociedad y cultura hegemónicas², les corresponde un lenguaje racista, homofóbico y adultocéntrico. De ahí que la exclusión de mujeres y de grupos minoritarios se reproduce en las narrativas sociales mediante el lenguaje y se materializa en las prácticas culturales (Arias Ortiz, 2018).

1. “Sistema de relaciones sociales sexo–políticas basadas en diferentes instituciones públicas y privadas y en la solidaridad interclase e intragénero instaurado por los varones, quienes como grupo social y en forma individual y colectiva, oprimen a las mujeres también en forma individual y colectiva y se apropian de su fuerza productiva y reproductiva, de sus cuerpos y sus productos, ya sea con medios pacíficos o mediante el uso de la violencia” (<http://www.mujeresenred.net/spip.php?article1396>)
2. “Sociedad es un concepto polisémico (Margulis, 2009), puede ser definida desde distintas concepciones teóricas del campo de las ciencias sociales y en relación a sus distintas posiciones político-ideológicas. Desde la perspectiva de De Souza (2014), la sociedad como objeto concreto de estudio, se teoriza como un entretrejo de fuerza de poderes políticos, ideológicos y económicos que inciden en los distintos grupos humanos que componen la sociedad y que se involucran en los fenómenos sociales a estudiar. Así, la sociedad se define en base a reglas generalizadas y consensuadas desde un grupo social dominante, frente a los demás como un cuerpo doctrinal orgánico que la haga funcionar (Saint-Simont, 1975)”. (<https://www.revistaespacios.com/a19v40n12/a19v40n12p09.pdf>)

Al nombrar el mundo en masculino y en términos de homogeneidad estamos sosteniendo relaciones de poder mediante el lenguaje. Una sociedad pluricultural como la nuestra requiere un lenguaje inclusivo que nombre a todas las personas de diversos géneros, edades y etnias. Esto implica utilizar un lenguaje que sensibilice, visibilice e incluya la diversidad, pero también que promueva el diálogo entre el conocimiento científico y otros saberes.

En las iniciativas sobre cambio climático, la comunicación inclusiva de género constituye un desafío, pero a la vez, es una oportunidad única para trascender el tecnicismo de sus programas y proyectos y llegar a la sociedad de forma sencilla, inclusiva y clara. La estrategia de comunicación debe dirigirse hacia la población beneficiaria y hacia la ciudadanía en general, de forma sensible, no sexista³ y no binaria⁴ (MAE, GIZ y PNUD, 2020:28). Es decir, sin reproducir estereotipos que refuercen normas patriarcales y heteronormativas a través de las cuales se identifican y relacionan los seres humanos (CEAR, 2014)⁵.

En este módulo 8 de la caja de herramientas sobre género y cambio climático, se abordan conceptos clave sobre la comunicación inclusiva al género y el lenguaje no sexista. En cada uno de los tres capítulos de este módulo, además de los contenidos desarrollados, se entregan recomendaciones de documentos para ampliar la información, estrategias metodológicas para el tratamiento de los contenidos en espacios de capacitación y herramientas adicionales (agenda para taller, presentación de diapositivas y estudio de caso) en la sección de anexos.

OBJETIVOS

Los objetivos del módulo son:

- Comprender qué es la comunicación inclusiva de género y el lenguaje no sexista.
- Conocer lineamientos fundamentales para transformar prácticas de comunicación y lenguaje ciegos al género.
- Aprender, identificar y superar en la práctica las barreras lingüísticas desde una perspectiva de género.
- Propiciar la familiaridad con el marco regulatorio para una comunicación inclusiva de género.

-
3. Sexista: reproducción de estereotipos y roles asignados social y culturalmente a hombres y mujeres que menoscaban sus derechos humanos, generan discriminación o incitan a la violencia.
 4. El orden binario responde a las consideraciones de un orden heteronormativo, sin embargo, el sistema internacional de los derechos humanos reconoce la autoidentificación de diferentes diversidades sexo-genéricas que trascienden este orden.
 5. **La heteronormatividad** se refiere al régimen social, político y económico impuesto por el patriarcado. Según este régimen, la única forma aceptable y normal de expresión de los deseos sexuales y afectivos, así como de la propia identidad, es la heterosexualidad, la cual presupone que lo masculino y lo femenino son substancialmente complementarios en lo que respecta al deseo. Esto quiere decir, que tanto las preferencias sexuales como los roles y las relaciones que se establecen entre los individuos dentro de la sociedad, deben darse en base al binario 'masculino-femenino', teniendo que coincidir siempre el 'sexo biológico' con la identidad de género y los deseos asignados socialmente a éste. Lo que pone en peligro la vida de las personas que transgrede la norma (<https://diccionario.cear-euskadi.org/heteronormatividad/>)



RUTA PEDAGÓGICA

El módulo está estructurado en tres secciones, cada una de ellas desarrolla contenidos y actividades lúdicas para los talleres, además cuenta con enlaces a materiales para profundizar en la comprensión de los contenidos.

En la tabla ubicada a continuación se detalla los resultados de aprendizaje, contenidos y las estrategias metodológicas del módulo:

Tabla 1: Ruta pedagógica

Resultados de Aprendizaje	Contenidos	Estrategias Metodológicas
<ul style="list-style-type: none">Comprender el significado de la comunicación inclusiva de género.Comprender la necesidad de desarrollar una comunicación inclusiva y no sexista en la gestión del cambio climático.	<ul style="list-style-type: none">Comunicación inclusiva de género.Comunicación inclusiva en el ámbito del cambio climático.Estrategias para una comunicación inclusiva de género.El uso del lenguaje no sexista en la práctica.Origen de la propuesta del lenguaje sensible al género.	<ul style="list-style-type: none">Síntesis de contenidos.Caso de estudio: Estrategia de comunicación sobre el cambio climático sensible al género e inclusiva.Trabajo grupal práctico: Desarrollar una estrategia de comunicación sobre cambio climático sensible al género.Síntesis de contenidos.Trabajo grupal: Identificar lenguajes ciegos al género o que reproducen estereotipos.
<ul style="list-style-type: none">Identificar lenguajes ciegos al género y aquellos que reproducen estereotipos, en el contexto del cambio climático.	<ul style="list-style-type: none">Lineamientos y orientaciones para un lenguaje no sexista.	<ul style="list-style-type: none">Síntesis de contenidos.Trabajo grupal: Utilizar un lenguaje no sexista.
<ul style="list-style-type: none">Elaborar textos y productos comunicacionales sobre cambio climático mediante el uso de un lenguaje no sexista.	<ul style="list-style-type: none">Marco regulatorio y lineamientos para la incorporación de una comunicación inclusiva de género y un lenguaje no sexista.	
<ul style="list-style-type: none">Conocer la normativa nacional y lineamientos prácticos para la incorporación de la comunicación inclusiva de género en la gestión pública.		



1. COMUNICACIÓN INCLUSIVA DE GÉNERO Y LENGUAJE NO SEXISTA

La comunicación inclusiva de género propone **utilizar la lengua, ya sea mediante el lenguaje oral, escrito o gráfico, de tal manera que no se discrimine ningún sexo, género o identidad de género.** Se trata de utilizar el lenguaje de forma que no se perpetúen estereotipos y prejuicios y que, al contrario, se respete la diversidad y pluralidad humana (Ajuntament Barcelona s/a).

El lenguaje no es neutro, lleva siempre una intención, de manera explícita o no. Es un poderoso agente de socialización y uno de los mecanismos que generalmente sostiene las discriminaciones y desigualdades de género. Esto incluye el refuerzo de estereotipos que discriminan o invisibilizan a las mujeres o a las diversidades sexo genéricas (LGBTIQ).⁶

Desde el enfoque de género se plantea que el lenguaje sea un vehículo para la transformación del sexismo⁷. El objetivo de un lenguaje no sexista es democratizar el lenguaje y dar visibilidad social a los géneros femenino, masculino y diversos de acuerdo con sus características identitarias, logrando de esta manera una sociedad más igualitaria y transparente, desde el punto de vista del género lingüístico (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes Chile, 2016:4).⁸

6. Retomando lo planteado por Hernández, M., Rodríguez, G. y García Valdecasas, J., respecto a género y sexualidad (2010), existen cuatro funciones independientes entre el **sexo**, entendido como la configuración corporal de macho y hembra, el **género** que se refiere a los aspectos de origen social: "lo que se espera de cada cual por tener una determinada forma corporal", **la orientación sexual y la identidad sexual** que puede corresponder o no con el sexo asignado al momento del nacimiento.

7. De acuerdo con la Guía de lenguaje no sexista de UNED, el sexismo lingüístico es el uso discriminatorio del lenguaje en razón del sexo. Además, como afirma la lingüista Eulalia Lledó, "el lenguaje no es sexista en sí mismo, sí lo es su utilización. Si se utiliza correctamente también puede contribuir a la visibilización de la mujer". https://www.udc.es/export/sites/udc/oficinaigualdade/_galeria_down/documentos/GUIA_LENGUAJE.PDF

8. <https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2017/01/guia-lenguaje-inclusivo-genero.pdf>



1.1. ¿Cómo volver más inclusiva la comunicación comúnmente utilizada en el ámbito del cambio climático?



Figura 1: Recorte del diario El País (España) donde se puede observar el uso genérico del masculino en el lenguaje.

El lenguaje utilizado en torno al cambio climático puede ser en exceso técnico, puede inclusive llegar a promover el sexismo lingüístico y social.⁹ Este tipo de lenguaje comunica un conocimiento experto que muchas veces mantiene un sesgo científico.

El lenguaje científico sobre cambio climático puede estar centrado en los aspectos biofísicos de este fenómeno y construido desde la perspectiva masculina, ámbito en el que generalmente no caben los saberes sociales y culturales o las perspectivas de mujeres, jóvenes, pueblos indígenas o comunidades afectadas.

Por ejemplo, en el recorte del diario El País se utiliza el masculino genérico “hombre” para nombrar al ser humano y se utiliza el sustantivo masculino “científicos” para referirse a personas expertas en cambio climático o a científicos y científicas con especialidad en el tema.

De otro lado, el hecho de que “la mayoría de personas expertas en cambio climático sean hombres” puede incidir en que se vincule esta problemática con visiones más masculinas como la seguridad ambiental, modernización o soluciones tecnológicas. O bien, que los efectos materiales del cambio climático sean los que comúnmente interesan más, porque son más visibles y de carácter (en apariencia) más urgentes y menos complejos que los efectos sociales del mismo (Gonda, 2014).

“Hasta la fecha, las investigaciones, intervenciones y políticas de adaptación al cambio climático se han centrado en enfoques de gestión tecnocrática basados principalmente en las ciencias naturales... En efecto, su naturaleza e impactos tienen una dimensión biofísica, pero también son susceptibles de controvertidas interpretaciones culturales y sociales (MacGregor, 2009). Asimismo, las estrategias de adaptación son procesos sociopolíticos que median entre los individuos y los colectivos y su manera de negociar múltiples y concurrentes cambios socioambientales (Eriksen et al., 2015). Por tanto, se ha ignorado el modo en que las narrativas oficiales y las políticas de adaptación ayudan a cambiar o refuerzan las desiguales relaciones de poder existentes en la sociedad, que están en la base de la vulnerabilidad de ciertos grupos frente al cambio climático” (Ravera e Iniesta, 2018:41)¹⁰

9. Sexismo lingüístico y social, son los mensajes que debido a la forma como fueron presentados, y no tanto a su contenido, subordinan, oculta e invisibiliza a un género, principalmente al femenino (Guía para el uso del lenguaje inclusivo, MIMP, 2015)

10. “Perspectivas feministas para repensar la investigación en el cambio climático y las políticas de adaptación”. En Ecología Política/ Antropoceno No. 43, https://issuu.com/entmediambient/docs/53_ok

Desde el enfoque de género se promueve una comunicación y un lenguaje:

“... capaces de ir más allá de lo cognitivo, la predicción y la cuantificación, para captar lo moral, espiritual, emocional, estético, afectivo. De este modo... incluir voces y perspectivas múltiples, y a veces contradictorias,..., interpretando diversos valores, símbolos, percepciones, emociones, relaciones y maneras de conocer en relación con la información producida por las evaluaciones oficiales del clima (expresadas por el IPCC y otros)” (Ravera e Iñesta, 2018:42).

Por otro lado, en la comunicación sobre el cambio climático todavía es necesario profundizar en las complejas relaciones entre género y cambio climático. Normalmente cuando se aborda el enfoque de género se lo equipara con mujeres como grupos homogéneos, o únicamente se reconoce su situación de mayor vulnerabilidad, llegando a reforzar inclusive estereotipos de género que las victimizan y que no permiten reconocer sus capacidades, conocimientos y estrategias de adaptación. Esto, a su vez, limita la deconstrucción de relaciones de poder que generan desigualdad y perpetúan la vulnerabilidad de las poblaciones.

Para superar estos discursos presentes en la gestión del cambio climático, desde la perspectiva de género se aboga por “un análisis interseccional¹¹ que tenga en cuenta cómo la capacidad de las personas se relaciona el género, la sexualidad, la raza, la edad y la clase social. Desde esta perspectiva, una persona puede experimentar de manera simultánea opresión y privilegios, y es necesario un análisis complejo del poder” (Ravera e Iñesta, 2018:43). Por lo que, una comunicación más inclusiva ayudará a redefinir las visiones del mundo y a tener presente toda la diversidad.

De ahí que, además del lenguaje y los mecanismos utilizados en la construcción del conocimiento sobre el cambio climático, es necesario analizar cómo se desarrollan los procesos de información, comunicación y toma de decisiones para abordar los impactos del cambio climático, sobre todo si estos son inclusivos y si consideran las opiniones y necesidades poblacionales.

11. El análisis interseccional responde a una propuesta teórica que propone el análisis de la discriminación como un fenómeno complejo, que permite revelar la existencia de variadas identidades, que combinadas generan diferentes tipos de discriminación. En definitiva, se trata de incorporar una mirada más compleja, rica e interseccional que permita mostrar todas las formas de desigualdades que se dan dentro de la estructura social en contra de la mujer; enfatiza en la necesidad de descripciones y testimonios personales, así como información desagregada de acuerdo con la raza, sexo, etnia, casta, edad, estatus ciudadano y otras formas de identidad. El análisis interseccional plantea que no debemos entender la combinación de identidades como una suma que incrementa la propia carga, sino como una que produce experiencias sustantivamente diferentes. En otras palabras, el objetivo no es mostrar cómo un grupo está más victimizado o privilegiado que otro, sino descubrir diferencias y similitudes significativas para poder superar las discriminaciones y condiciones necesarias para que todo el mundo pueda disfrutar sus derechos humanos (CNIG, 2017).



Para lograr una comunicación inclusiva, es fundamental desarrollar procesos participativos en los que, además de los tomadores de decisiones, se involucren instituciones públicas y privadas, organizaciones de la sociedad civil, academia y ciudadanía en general, teniendo en cuenta sus necesidades e intereses de acuerdo con su ámbito de acción, así como de acuerdo con su género, edad, etnia y otras características poblacionales del contexto específico al que pertenecen.

“Enfrentar el cambio climático requiere cerrar la brecha entre ciencia/política/sociedad civil. Una comunicación e interacción efectiva contextualizan las experiencias vividas por las personas sobre el cambio climático, con hallazgos y análisis científicos, para que puedan dar sentido a los eventos a su alrededor. La interacción efectiva ayuda a los científicos a ‘cimentar la verdad’ de sus hallazgos con las experiencias de las personas y, algo aún más fundamental, a encaminar la investigación para responder las preguntas más urgentes relacionadas con el clima que dan forma a la vida de las personas. Finalmente, los compromisos efectivos catalizan la acción desde el nivel comunitario de base hasta el nivel político. Ayudan a los responsables de la toma de decisiones a comprender dónde se necesitan políticas nuevas o actualizadas, si las políticas se están implementando bien o si las políticas van en contra de la innovación a nivel local” (CDKN, 2019:4)¹²

1.1.1. Estrategias para una comunicación inclusiva de género

Las formas innovadoras de alianzas y comunicación pueden empoderar a las mujeres y otros grupos socialmente excluidos para hacer oír sus voces

TIP 7 Sube el volumen de las voces que no han sido escuchadas

(Curso online gratuito “Comunicando el cambio climático de manera efectiva”. Módulo 7, Comunicación y lenguaje inclusivo de género, CDKN, 2020.)

12. Comunicando el cambio climático: Una guía para profesionales Perspectivas de África, Asia y América Latina, https://cdkn.org/wp-content/uploads/2020/01/Communication-Manual-2019-Spanish_Web_final.pdf

En la guía “Comunicando el cambio climático: una guía para profesionales” (Dupar et al, 2020)¹³, se recomiendan las siguientes estrategias para una comunicación inclusiva de género:

- *Información de colaboración masiva voluntaria (crowdsourcing) para apoyar la acción climática*, en esta modalidad la ciudadanía puede ayudar a identificar los riesgos climáticos y estimular el debate sobre estrategias de adaptación y mitigación, a través de eventos, talleres y campañas de información. Por ejemplo, ver la iniciativa InfoAmazonia.¹⁴
- *Subir el volumen de las voces que no han sido escuchadas*: hacer oír las voces de las mujeres y otros grupos socialmente excluidos, a través de formas innovadoras, por ejemplo: radios comunitarias, uso de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), uso de cámaras de video para identificar riesgos y vulnerabilidades, teatro participativo para desafiar las formas de poder y concebir soluciones nuevas frente a las vulnerabilidades climáticas, entre otros. Esto fomenta el apoyo a estos grupos para acceder a servicios y tecnología que antes no tenían disponible, aporta en su empoderamiento o en evaluar el acceso a la información climática, para mejorarlo. Las TIC tienen un gran potencial para involucrar a los ciudadanos y a las ciudadanas en la identificación de problemas y soluciones relacionados con el cambio climático, sin embargo, hay que considerar quién tiene acceso a las TIC y qué voces pueden ser privilegiadas a través de dicho proceso.
- *Integrar mensajeros climáticos*: trabajar con aliados (organizaciones, blogueros individuales influyentes y portavoces) que estén dispuestos a hablar sobre los impactos y soluciones climáticas.
- *Exponer nuevas perspectivas y contar historias de vida a través de la investigación sobre cambio climático*: presentar información sobre historias de vida y bienestar de las personas o economías sostenibles vinculadas con iniciativas de cambio que permitan conectar las pruebas científicas con información cercana.

1

Acerca de esta guía

Esta guía comparte consejos para comunicar el cambio climático de manera efectiva. Está dirigida a profesionales de la comunicación y otros defensores de la acción climática que trabajan en países en desarrollo. Si alguna vez ha tratado de explicar a los colegas de su organización, a los formuladores de políticas o al público en general cómo está cambiando el clima, cómo les afecta y qué pueden hacer al respecto, entonces esta guía es para usted. Ya sea que se encuentre en el gobierno, en el sector privado, la sociedad civil o el mundo académico, cuando nos referimos a los “comunicadores del clima”, ¡estamos hablando de usted!

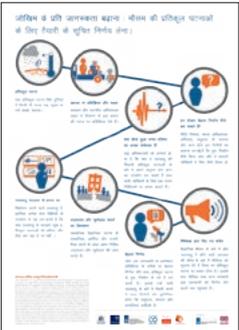
Esta guía se centra en las comunicaciones sobre el clima en los países en desarrollo porque ya se ha escrito y debatido bastante sobre la mejor manera de comunicar los problemas climáticos en los países industrializados. Una gran cantidad de la literatura se centra en convencer a un público escéptico o apático en América del Norte, Europa o Australia sobre la realidad del cambio climático.

Esta guía fue escrita por el personal del área de Gestión del Conocimiento y Comunicaciones de CDKN, que viene trabajando, por contraste, en docenas de países de ingresos bajos y medios en Asia del Sur y en el Sudeste Asiático, África Subsahariana, América Latina y el Caribe desde el 2010. Nuestras comunicaciones han apuntado a concientizar sobre:

- la ciencia física del cambio climático;
- los impactos del cambio climático en la pobreza y el desarrollo;
- el potencial para construir resiliencia al cambio climático;
- las oportunidades de adoptar una economía baja en emisiones.

Más consejos sobre cómo comprometerse con la política y el público de los países en desarrollo han sido aportados por colegas en programas de investigación, entre ellos, la organización Construyendo Resiliencia y Adaptación a Extremos Climáticos y Desastres (siglas en inglés BRACED, www.braced.org) y la Iniciativa de Investigación en Adaptación Colaborativa en África y Asia (siglas en inglés CARI/A, www.cariaa.net).

Conozca los orígenes de esta guía y cómo puede usarla para mejorar sus comunicaciones sobre el cambio climático.



Infografía: Tomar decisiones informadas para prepararse para eventos climáticos extremos (en hindi) – CDKN

4
COMUNICANDO EL CAMBIO CLIMÁTICO: UNA GUÍA PARA PROFESIONALES

13. Dupar, M., McNamara, L. y Pacha, M., 2019. Comunicando el cambio climático: una guía para profesionales. Ciudad del Cabo. Alianza Clima y Desarrollo (CDKN) https://cdkn.org/resource/comunicando-cambio-climatico/?loclang=es_es

14. Para más información, consultar en: www.infoamazonia.org



1.2. Actividad lúdica 1:

“Desarrollar una estrategia de comunicación del cambio climático inclusiva y sensible al género”



Recursos:

- Anexo 3. Caso de estudio: La campaña de acción de género y clima 2016–2017 de CDKN.
- Marcadores de colores.
- Papelógrafos.



Duración de la actividad (60 minutos)

Instrucciones

- Se realiza una presentación sobre comunicación y lenguaje que incluye el enfoque de género y de las recomendaciones para desarrollar este tipo de estrategias en el ámbito del cambio climático (presentación ppt en anexos).
- Se forman grupos de trabajo. A cada grupo se le entrega el caso de estudio impreso.
- A partir del caso de estudio se solicita que los grupos elijan una actividad de sus proyectos sobre cambio climático, para desarrollar una estrategia de comunicación inclusiva, siguiendo los pasos del caso de estudio:
 - Objetivo claro y propósito global.
 - Audiencias.
 - Canales de divulgación y mensajes.
 - Productos y servicios comunicacionales.





1.3. Para ampliar la información

Tema	Descripción y fuente
Comunicación inclusiva de género	<p>Manual de comunicación no sexista. Hacia un lenguaje incluyente (INMUJERES, 2015)</p> <p>Guía para el uso de un lenguaje inclusivo de género (ONU Mujeres, s/a)</p> <p>Comunicación, género y prevención de la violencia. Manual para comunicadores y comunicadoras (PNUD, 2019)</p> <p>Comunicación para la igualdad y no violencia contra las mujeres: Guía para la Administración Pública (PNUD, 2010)</p> <p>Para construir un mundo más igualitario. Guía de comunicación inclusiva (Ajuntament Barcelona)</p>
Comunicación inclusiva de género y cambio climático	<p>Comunicando el cambio climático: Una guía para profesionales Perspectivas de África, Asia y América Latina (Dupar, McNamara y Pacha, M., 2020: CASO DE ESTUDIO 1: Integrando todo, comunicaciones integradas y compromiso con los temas de cambio climático y género (p. 24–28)</p> <p>Perspectivas feministas para repensar la investigación en el cambio climático y las políticas de adaptación (Ravera e Iniesta 2018, en: Ecología Política/ Antropoceno No. 43)</p>
Casos de estudios sobre comunicación inclusiva de género	<p>Comunicando el cambio climático: Una guía para profesionales Perspectivas de África, Asia y América Latina (Dupar, McNamara y Pacha, M., 2020)</p> <p>Caso de estudio 17 INDIA: Destacando a las mujeres que faltan en los planes de acción climática (p. 60)</p> <p>Caso de estudio 18 TODOS: Explorando nuevas realidades climáticas a través del teatro participativo (p. 62)</p>



2. EL USO DEL LENGUAJE NO SEXISTA EN LA PRÁCTICA

2.1. ¿De dónde surge la propuesta de usar un lenguaje no sexista?

El uso del lenguaje no sexista es una propuesta de movimientos feministas y de movimientos de las diversidades sexuales en busca de una reivindicación ideológica para visibilizar su presencia y sus derechos. Desde estos grupos inclusive se ha llegado a plantear modificaciones del lenguaje como: la sustitución de la vocal “o” por una @, una x o una e. Por ejemplo, en lugar de usar la palabra todos, reemplazarla por: tod@s, todxs, todes (Neckerchief, 2019 y INMUJERES, 2015).

El uso de un lenguaje no sexista es promovido integralmente por el sistema de Naciones Unidas como parte del ejercicio de los derechos humanos de las mujeres y las diversidades sexo genéricas. Varias instituciones públicas a nivel global han acogido la propuesta, generando inclusive normativas para su uso, aunque haya reacciones de resistencia total desde la Real Academia de la Lengua (RAE).

“La RAE publicó un “Libro de estilo de la lengua española” (2018) donde incorpora términos como “yutubero”, “wasap”, “tuit” y hasta una serie de normas acerca de cómo deben ser utilizados los emoticones. Pero rechazó de lleno el uso del lenguaje inclusivo: no acepta el uso desdoblado, como “todos y todas”, ni menos las variantes en e, x y @. Nada se puede esperar de una institución que desde el siglo XVIII, nunca tuvo como directora a una mujer y que actualmente solo tiene 7 miembros femeninos de 46” (Neckerchief, V. 2019)¹⁵.

En cuestiones de cambio climático informar sobre las brechas y desigualdades de género y sobre los aportes diferenciados de mujeres y hombres en las respuestas frente al cambio climático, constituye un asunto imponderable para una gestión inclusiva que no refuerce relaciones de poder asimétricas.

2.2. ¿Cómo utilizar un lenguaje no sexista?

Como ya se ha dicho, el lenguaje como medio fundamental de comunicación oral o escrita no queda excluido de reproducir las desigualdades. Es la forma como se utiliza, la que reproduce estereotipos discriminatorios y excluyentes. Es importante tener presente que la lengua castellana cuenta con vastos recursos (semánticos, morfológicos y sintácticos) para referirse a mujeres y hombres con igualdad (INMUJERES, 2015:129).

A continuación, se presentan algunos lineamientos para utilizar un lenguaje inclusivo de género basados en el Manual de Comunicación no sexista (INMUJERES, 2015).

15. #CILE2019: La lengua en disputa, ¿lenguaje inclusivo o economía del lenguaje? <http://www.laizquierdadiario.com/CILE2019-La-lengua-en-disputa-lenguaje-inclusivo-o-economia-del-lenguaje>

2.2.1. Visibilizar y no excluir

- Evitar el uso de material escrito o gráfico que invisibilice a las mujeres y a otros grupos humanos, por ejemplo:
 - Cuando se nombra o visibiliza al colectivo gay normalmente solo se hace referencia a los hombres homosexuales. En este sentido, es necesario visibilizar a lesbianas, transexuales y transgénero, bisexuales, intersexuales, queer, asexuales, etc., con el término LGTBI y sus variantes (LGTBQ, LGBTI+...) (Ajuntament Barcelona s/f).
 - La Convención de las Naciones Unidas sobre los derechos de las personas con discapacidad utiliza el término *“persona con discapacidad”*. No obstante, también se utiliza el término de *“personas con diversidad funcional”*. En relación con ello, es necesario evitar descripciones negativas o sensacionalistas (víctima de, sufre de, relegado a una silla de ruedas), una infantilización permanente (sordito, cieguito, enfermo...) o ser condescendientes (campeones, héroes...) (Ajuntament Barcelona s/f).
 - Es necesario visibilizar la diversidad cultural de un contexto específico. Por ejemplo, en Ecuador, el 77,4 % de su población es mestiza, pero además existen 14 nacionalidades indígenas¹⁶ y cerca de 25 pueblos con identidades diferenciadas conforme sus tradiciones culturales, realidades geográficas y reivindicaciones sociales¹⁷.

2.2.2. No subordinar ni desvalorizar

Algunas recomendaciones para no caer en conductas que subordinan o discriminan a las personas son:

- Evitar el uso de material escrito o gráfico que reproduzca o refuerce estereotipos de género, es decir, la idea de que hay comportamientos, valores, trabajos, actitudes, espacios u otros, propios de mujeres o de hombres, o la idea de que el género masculino es universal y está por encima del resto de géneros, lo que fomenta la desigualdad. Por ejemplo, decir *“el jefe de hogar”* asumiendo que este siempre es un hombre o, nombrar a *“padres de familia o madres de familia”* en lugar de nombrar a familias, considerando que existen diferentes estructuras familiares.
- Utilizar formas de expresión verbal y escrita neutras o que hagan evidente tanto el masculino como femenino, evitando el uso genérico del masculino, para situaciones o actividades donde aparecen mujeres y hombres o personas que no se identifican como hombre o mujer. Por ejemplo: decir o *“trabajadores”* o *“trabajadoras”*, en lugar de *“personas que trabajan”* que es lo correcto.

El sistema lingüístico del castellano ofrece posibilidades para que no haya discriminación en su uso. Existen múltiples recursos lingüísticos para ello:

- El desdoblamiento del lenguaje: nombrar a mujeres y a hombres o usar *“os/as”* en las palabras. Por ejemplo: viajeros/as o personas que viajan.
- Buscar términos neutros que incluyan a mujeres y a hombres y personas que no se identifiquen como hombre o mujer.

Mayores referencias y ejemplos se pueden encontrar en la tabla ubicada a continuación.

16. Chachi, Epera, Awá, Tsáchila, Cofan, Siona, Secoya, Waorani, Quichuas amazónicos, Zápara, Shuar, Achuar, Shiwiar, Quichuas andinos y la presencia de pueblos afrodescendientes y montubios.

17. <https://sites.google.com/site/ecuadormegadiverso/desarrollo/e-la-diversidad-etnica-y-cultural>



2.2.3. Sugerencias para evitar el uso de un lenguaje sexista:

Caso	Lenguaje sexista	Explicación	Términos propuestos
Uso de masculino genérico			
<i>Uso de masculino como genérico</i>	El hombre	Supone nombrar a poblaciones diversas, a mujeres y a hombres.	El ser humano
	Los alumnos	Para nombrar a estudiantes de diferentes géneros.	Los y las estudiantes Las personas que estudian Quienes estudian
	Los profesionales	Nombra a personas de diferentes géneros.	Las personas que ejercen una profesión Mujeres y hombres profesionales
	Los niños	Por nombrar a niños y niñas	La niñez, la infancia
Dar tratamientos igualitarios a varones y mujeres y a sus ocupaciones o uso de profesiones de forma despectiva			
<i>Profesiones y cargos</i>	Abogado Médico Ingeniero Científico	Las mujeres profesionales se enfrentan a la situación de que generalmente no se les denomina con un adjetivo femenino	Abogada Médica Ingeniera Científica
	Los pilotos y las azafatas Los médicos y las enfermeras Las limpiadoras	En algunos contextos se diferencia bien los puestos de poder masculinos y femeninos, por lo que es más conveniente utilizar un lenguaje neutro	La tripulación El personal de salud El personal de limpieza

(Tabla de elaboración propia)

Adicionalmente, se recomienda lo siguiente:

- Evitar el uso de refranes, canciones, chistes y conceptos sexistas, etc.
- Cuestionar el sexismo y la exclusión de todo tipo en los discursos orales o escritos.
- Favorecer la representación de las mujeres, los varones y las diversidades sexo-genéricas en el lenguaje mediante relaciones de igualdad y colaboración.

2.3. Orientaciones para promover una comunicación inclusiva y un lenguaje no sexista

La siguiente lista de orientaciones sobre comunicación inclusiva y lenguaje no sexista está basada en el documento "Orientaciones para promover una comunicación y lenguaje sensibles al género" (PNUD-Ecuador):

<p>1. Abordar la desigualdad de género en lugar de dar énfasis solamente a las mujeres</p>	<p>Evidenciar situaciones de desigualdad, por ejemplo, en los roles de cuidado, en el uso, acceso y control de recursos y en la participación política. Brindar información sobre embarazo adolescente o violencia de género, situaciones que vuelven más vulnerables a las mujeres, niños y niñas.</p> <p>Ilustraciones de esta situación</p> <p>Ejemplo nro. 1: “Las mujeres rurales producen hasta un 60 % de la comida del hogar, pero raramente son propietarias de la tierra. En la zona subsahariana, representan un 75 % de la fuerza de trabajo, pero sólo poseen un 1 % de la tierra, según Oxfam. Y cuando la tienen, en general son terrenos más pequeños y marginales. En la actualidad, el 60 % de las personas que sufren desnutrición son, según el World Economic Forum, mujeres y niños” (CCCBLAB, 2017).</p> <p>Ejemplo nro. 2: “Los impactos del cambio climático, como sequías e inundaciones, cada vez más frecuentes, amenazan los medios de vida de las poblaciones afectadas por este fenómeno. En zonas donde las mujeres se dedican exclusivamente a la agricultura y a la ganadería como única fuente de ingresos, actividades que además garantizan la alimentación de la familia, ellas son las más afectadas”.</p>
<p>2. Visibilización equilibrada de mujeres y de hombres</p>	<p>Presentar a mujeres y a hombres en diversidad de roles no tradicionales (mujeres lideresas, hombres cuidadores, mujeres y hombres en una mesa de discusión). Presentar formas colaborativas de trabajo entre mujeres y hombres (mujeres y hombres en actividades comunitarias).</p>
<p>3. Valorizar las contribuciones de las mujeres</p>	<p>Evidenciar y valorar el trabajo de las mujeres en la misma medida que se lo hace con los hombres, considerando que: <i>“en los roles de género radican las relaciones de poder que han invisibilizado el aporte de las mujeres”</i>.</p> <p>Al momento de redactar un informe, se puede enunciar una oración de las siguientes maneras:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mujeres y hombres de la comunidad participaron en la elaboración del Plan de Gestión de Riesgos. En lugar de: la comunidad participó en... • Las redes de apoyo generadas por las mujeres durante el deslave, constituyen una medida importante para responder a los desastres. <p>En eventos en los que participan personas expertas en cambio climático (en lugar de colocar expertos) es necesario guardar equilibrio en la participación de mujeres y de hombres.</p>
<p>4. Evitar reforzar o profundizar los estereotipos de género</p>	<p>No reforzar los estereotipos de género en los rasgos, comportamientos, actividades o apariencia de mujeres y hombres.</p> <p>Por ejemplo: “Las mujeres tienen las capacidades para ocupar cargos públicos” “Mujeres y hombres comparten las responsabilidades del hogar, ello construye igualdad de género”.</p> <p>Es importante no ser indiferentes respecto al sexismo, la homofobia y la discriminación de las diversidades sexo genéricas. Evitar el uso de testimonios y fuentes de personajes públicos con discursos homofóbicos sin fundamentación u omitir las opiniones, percepciones y experiencias de las personas LGBTIQ.</p>
<p>5. Retratar la diversidad</p>	<p>En material gráfico, por ejemplo, buscar equilibrio en representar diversidad de color de piel, estatura, etnias, formas físicas, identidades de género, edades, etc.</p>



6. Utilizar un lenguaje no sexista	Evitar el uso del masculino genérico. Utilizar sustantivos abstractos como: <ul style="list-style-type: none">• “El equipo coordinador”, en lugar de los coordinadores.• “La asesoría”, en lugar de los asesores.• “El equipo consultor”, en lugar de los consultores.• “La jefatura”, en lugar del jefe. Evitar expresiones de posesión: La mujer del presidente.
7. Evitar reflejar a las mujeres como víctimas	Presentar a las mujeres como agentes de cambio. Presentar a mujeres y a hombres como participantes activos. Retratar a las mujeres logrando grandes resultados, a pesar de las desigualdades estructurales de género. Por ejemplo: Las mujeres contribuyen considerablemente a la reducción de desastres participando en la gestión de catástrofes e interviniendo como agentes de cambio social; sin embargo, su aporte no es valorado a la hora de tomar decisiones. Muchos programas de respuesta frente a desastres y algunas iniciativas de alerta temprana destacan la importancia de contar con la colaboración de las mujeres como actores fundamentales.
8. Presentar hechos no juicios de valor	Utilizar datos cuantitativos y cualitativos para presentar información sobre los impactos del cambio climático según el género. Por ejemplo: Existe mayor probabilidad de muerte de mujeres y niñas en desastres climáticos debido a factores asociados al género. “En ciertas regiones del planeta algunas actividades, como nadar y trepar a los árboles, solo están bien vistas, por lo general, entre los niños. En Sri Lanka, por ejemplo, la ONG Flower Aceh constató que este hecho hizo que más hombres que mujeres sobrevivieran al tsunami que asoló la región en 2004. Según la ONG, en un caso extremo en una determinada localidad, sobrevivieron 750 hombres y solo 40 mujeres” (ECODES, 2019:33).
9. Tener apertura para escuchar, aprender y mejorar	Aplicar el enfoque de género en las comunicaciones es un proceso que toma su tiempo.
10. Nombrar a mujeres y a hombres en los discursos y material comunicacional	En las notas, correos electrónicos, documentos oficiales e informales, investigaciones, análisis situacionales, es necesario representar a mujeres y a hombres. <ul style="list-style-type: none">• Presentar cifras desagregadas por sexo y/o presentar testimonios de mujeres y hombres.• En un discurso evitar el uso de masculino como: “estimados”, “los” aquí presentes, etc.• Utilizar frases genéricas o el género masculino y femenino para nombrar.
11. Contar historias de transformación de relaciones de género	Más allá de visibilizar solamente a las mujeres, es necesario evidenciar ejemplos de casos de cambio en las relaciones de poder entre mujeres y hombres. <ul style="list-style-type: none">• Usar evidencias y datos en lugar de juicios de valor. “Las redes de gestión de riesgos y adaptación al cambio climático (GRIDES-Ancash y Cajamarca-Perú) incentivaron la participación de hombres y mujeres por igual, y por ello en la mayoría de actividades adecuaron los horarios a la disponibilidad de las mujeres. En algunas ocasiones las reuniones se convocaron en sábados o domingos, incluso pasadas las seis de tarde, para contar con su presencia” (Arana, 2016) ¹⁸

18. Enfoques de género en el desarrollo compatible con el clima: Lecciones de Perú: https://cdkn.org/wp-content/uploads/2016/05/GIP01545_SP_Peru-gender.pdf

2.4. ¿Cómo verificar si una institución u organización utiliza una comunicación inclusiva de género?

En la Guía Técnica para la integración del Enfoque de Género en la gestión del cambio climático¹⁹, se propone la herramienta con criterios de verificación sobre el uso de una comunicación inclusiva de género. Esta herramienta consta de 5 preguntas cuya respuesta busca evidenciar si se utiliza o no una comunicación inclusiva de género. También contiene una columna para observaciones sobre dificultades u oportunidades para cada aspecto analizado.

Implementación	Si	No	Dificultades/ Oportunidades
¿Se han identificado las habilidades/debilidades del equipo comunicador en temas de género y cambio climático para realizar al menos un taller de capacitación?			
¿Se ha identificado el grupo poblacional al cual irá dirigida la información para desarrollar la estrategia comunicacional idónea?			
¿Se han diseñado herramientas de sensibilización pensadas para un público diverso: los y las servidores/as públicos/as, personas encargadas de formular políticas, tomadores/as de decisiones de alto nivel y diferentes grupos dentro de la sociedad civil como hombres, mujeres, diversidades sexo-genéricas, activistas, jóvenes, pueblos y nacionalidades indígenas, asociaciones y la academia?			
¿La estrategia comunicacional de la institución es sensible al género y diversidades, para evitar que se reproduzcan estereotipos de género y desigualdades?			
¿Se han incluido en las recomendaciones de lenguaje mensajes clave, lineamientos sobre el uso de imágenes, formatos y lenguaje no sexista, excluyente y no binario?			
¿Se ha realizado al menos una capacitación sobre comunicación inclusiva y lenguaje no sexista con actividades para la reflexión del personal técnico encargado de diseñar e implementar el plan, programa o proyecto de cambio climático?			

(NDC SP MAE, GIZ y PNUD, 2020:32)

19. <https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/10/GUIAarmadaDe2.pdf>



2.5. Actividad lúdica 2:

“Identificar uso de lenguaje sexista o que reproduce estereotipos de género”



Recursos:

- Marcadores.
- Papelógrafos.
- Presentación de diapositivas.
- Documentos de trabajo para cada grupo.
- Matriz para verificar la suficiencia de recursos.



Duración de la actividad (60 minutos)

Instrucciones

1. Presentación de los contenidos del capítulo (anexo presentación en PPT).
 2. Trabajo en grupos:
 - Se divide a las personas en cuatro grupos. Se entrega a cada grupo un documento (recorte de periódicos, artículo de revista, video, etc., seleccionados con anterioridad).
 - Cada grupo analiza los materiales e identifica la existencia de lenguaje sexista o la reproducción de estereotipos de género. Posteriormente, cada grupo presenta su trabajo de análisis en plenaria.
- Grupo 1: Video “Cambio climático e impacto social” (minuto 2,27 al minuto 13): <https://www.youtube.com/watch?v=ym5C6wk8dQk>
 - Grupo 2: Artículo: “El cambio climático” en Revista Ciencia y Sociedad Volumen XXXVII, Número 2. Abril – Junio 2012. Leer la introducción, la conceptualización, la opinión de la comunidad científica, las medidas para combatir el cambio climático, la reacción de los ambientalistas: <https://www.redalyc.org/pdf/870/87024179004.pdf>
 - Grupo 3: Blog Corresponsables: “Los perdedores del cambio climático”: <https://ecuador.corresponsables.com/actualidad/perdedores-cambio-climatico>
 - Grupo 4: Noticia: En 2030, efectos del calentamiento global incidirán en la productividad: <https://news.un.org/es/story/2019/07/1458652>



2.6. Para ampliar la información

Tema	Descripción y fuente
Orientaciones para utilizar un lenguaje inclusivo y sensible al género	<p>Manual de género para periodistas. Recomendaciones básicas para el periodismo con enfoque de género (América Latina Genera-PNUD)</p> <p>Guía de lenguaje inclusivo de género (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2016)</p> <p>Manual para la producción de contenidos con enfoque de género para periodistas y medios de comunicación venezolanos (AVESA, 2019)</p>
Productos comunicacionales inclusivos y sensibles al género	Pautas para la elaboración de productos comunicacionales considerando los enfoques de género, interculturalidad e intergeneracionalidad (Ministerio de Ambiente, Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, y Ministerio de Cultura del Perú, 2019)



3. MARCO REGULATORIO Y LINEAMIENTOS PARA LA INCORPORACIÓN DE UNA COMUNICACIÓN INCLUSIVA Y UN LENGUAJE NO SEXISTA EN LA GESTIÓN PÚBLICA

En Ecuador existe un marco legal que promueve la igualdad y el uso de una comunicación no discriminatoria. Entre estos instrumentos legales se encuentran la Constitución Política, la Ley Orgánica de Comunicación, la Ley Orgánica de los Consejos de Igualdad, El Código Orgánico Integral Penal y la Agenda Nacional para la Igualdad de las Mujeres y las personas LGBTI y el Reglamento de Comunicación Intercultural.

Los avances normativos son importantes y marcan el quehacer de las instituciones públicas y actores de la comunicación; sin embargo, se requiere no solo cumplir con una formalidad establecida, sino sobre todo transformar prácticas de comunicación y lenguaje excluyentes y discriminatorios utilizados habitualmente en los espacios de interacción humana.

En las páginas que siguen se citan artículos importantes referidos a este tema que se encuentran dentro de los instrumentos nombrados.

3.1. Constitución Política de la República del Ecuador

- Art. 11.2 – Todas las personas son iguales y gozarán de los mismos derechos, deberes y oportunidades.
- Art. 19. – Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos.
- Art. 341. – El Estado generará las condiciones para la protección integral de sus habitantes a lo largo de sus vidas, que aseguren los derechos y principios reconocidos en la Constitución, en particular la igualdad en la diversidad y la no discriminación, y priorizará su acción hacia aquellos grupos que requieran consideración especial por la persistencia de desigualdades, exclusión, discriminación o violencia, o en virtud de su condición etaria, de salud o de discapacidad.
- Artículo 2:“(…) El castellano es el idioma oficial del Ecuador; el castellano, el kichwa y el shuar son idiomas oficiales de relación intercultural. Los demás idiomas ancestrales son de uso oficial para los pueblos indígenas en las zonas donde habitan y en los términos que fija la ley. El Estado respetará y estimulará su conservación y uso.”
- Artículo 10: “Las personas, comunidades, pueblos, nacionalidades y colectivos son titulares y gozarán de los derechos garantizados en la Constitución y en los instrumentos internacionales”
- Artículo 16. Numeral 1: “Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a: Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.”

3.2. Ley Orgánica de Comunicación

- Art. 61. – Contenido discriminatorio. Todo mensaje que se difunda y que haga distinción, restricción, exclusión o preferencia que tenga por objeto menoscabar el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos, incite a la propagación de estereotipos que promuevan cualquier tipo de violencia de género o limite la libertad de expresión de los grupos minoritarios.
- Art. 62. – Prohibición. – difusión de contenidos discriminatorios. Se prohíbe la difusión de mensajes que constituyan apología de la discriminación e incitación a la realización de prácticas o actos violentos basados en algún tipo de mensaje discriminatorio.
- La persona afectada podrá ejercer las acciones constitucionales que le asista o acudir a la Defensoría del Pueblo para que inicie los procesos de protección de derechos, de conformidad a sus competencias.
- Artículo 36: “Los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias tienen derecho a producir y difundir en su propia lengua, contenidos que expresen y reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes. Todos los medios de comunicación tienen el deber de difundir contenidos que expresen y reflejen la cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes de los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias, por un espacio de 5% de su programación diaria, sin perjuicio de que, por su propia iniciativa, los medios de comunicación amplíen este espacio.

3.3. Ley Orgánica de los Consejos de Igualdad

Art. 3. – Finalidades:

- Asegurar la plena vigencia y el ejercicio de los derechos consagrados en la Constitución y en los Instrumentos Internacionales de Derechos Humanos.
- Promover, impulsar, proteger y garantizar el respeto al derecho de igualdad y no discriminación de las personas, comunas, comunidades, pueblos, nacionalidades y colectivos, en el marco de sus atribuciones y en el ámbito de sus competencias, a fin de fortalecer la unidad nacional en la diversidad y la construcción del Estado Plurinacional e Intercultural.

3.4. Código Orgánico Integral Penal

Según el Art. 177 Actos de Odio del COIP: cometer actos de odio y sostener discursos discriminatorios, constituye un delito.



3.5. Agenda Nacional para la Igualdad de las Mujeres y las personas LGBTI

La Agenda Nacional para la Igualdad de las Mujeres y las personas LGBTI propone los siguientes lineamientos para una comunicación sensible al género, especialmente citados en el Eje 3.

Eje 3: Liderazgo y transformación de patrones socioculturales

La comunicación y la información

La situación de discriminación y desigualdad que aún enfrentan las mujeres y personas LGBTI en el mundo, se manifiesta de variadas maneras y en diversos espacios sociales, institucionales y, sobre todo, mentales que se expresan en una serie de imaginarios y estigmas hacia esta población.

Política 3. – Fomentar procesos de transformación de patrones socioculturales a través de una comunicación inclusiva, participativa, democratizadora, con énfasis en la erradicación del machismo, el sexismo, la misoginia, el racismo, la xenofobia y la homofobia.

Lineamientos:

- 1.1. Impulsar el desarrollo y difusión de contenidos comunicacionales no discriminatorios, que promuevan los derechos de las mujeres y personas LGBTI, en todos los medios de comunicación públicos y privados.
- 1.2. Promover y facilitar la realización de veedurías ciudadanas respecto al cumplimiento de la Ley Orgánica de Comunicación, en cuanto al control de contenidos violentos y discriminatorios contra las mujeres, niñas, adolescentes y la población LGBTI.
- 1.3. Realizar campañas comunicacionales para deconstruir el rol histórico de las mujeres, promover nuevas masculinidades, y eliminar prácticas cotidianas de discriminación y violencia; e incluyan la evaluación del impacto alcanzado.
- 1.4. Realizar campañas comunicacionales desde el sector público y privado, para informar sobre los derechos de las personas LGBTI, su lucha histórica, y deconstruir prácticas que vulneran sus derechos en todos los espacios del quehacer social, e incluya mecanismos de evaluación de impacto.
- 1.5. Generar acciones afirmativas para la contratación o promoción de mujeres a cargos de dirección, jefatura en redacción, producción, etc., en los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios.
- 1.7. Realizar campañas comunicacionales para informar sobre los derechos de las mujeres urbanas y rurales, su lucha histórica, y deconstruir prácticas que vulneran sus derechos en todos los espacios del quehacer social; e incluya mecanismos de evaluación de impacto.

3.6. Reglamento de comunicación intercultural

El Reglamento de comunicación intercultural define como contenidos interculturales a aquellos que: “expresen y reflejen la cosmovisión, cultura, conocimientos, saberes y ciencias milenarias de diversas culturas, en su propia lengua y sus propios símbolos, así como aquellos que promuevan el respeto, integración y relación intercultural”.

3.7. Actividad lúdica 3: “Uso de lenguaje inclusivo y no sexista”

-  **Recursos:**
- Marcadores.
 - Papelógrafos.

 **Duración de la actividad (60 minutos)**

Instrucciones

- Se pide a las personas participantes que retomen los grupos en los que trabajaron en la actividad dos.
- Se solicita a cada grupo que elabore colectivamente los siguientes documentos, utilizando un lenguaje sensible al género:
 - GRUPO 1: resumen de un informe técnico sobre proyecto de adaptación al cambio climático.
 - GRUPO 2: noticia institucional sobre un evento por el día del ambiente.
 - GRUPO 3: imagen del proyecto REDD+ que incluya género.
 - GRUPO 4: invitación a un evento institucional sobre cambio climático.

3.8. Para ampliar la información

Tema	Descripción y fuente
Comunicación para la igualdad	Comunicar sin discriminar. Comunicación y periodismo para la igualdad. (Consejos Nacionales para la Igualdad, Viceministerio de Movilidad Humana y Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación y Consorcio de Gobiernos Autónomos Provinciales del Ecuador (2016) Guía Básica para la incorporación de la perspectiva de género y no discriminación en los gobiernos autónomos descentralizados (CARE-CNIG s/a)
Recomendaciones para el uso de un lenguaje inclusivo	Guía de la AECID para la transversalización del enfoque de género (AECID, 2015:128–129)



ANEXOS

Anexo 1: Agenda del Taller

Comunicación inclusiva de género y lenguaje no sexista en la gestión del cambio climático



Objetivos del Taller

- Conocer lineamientos fundamentales para desarrollar una comunicación inclusiva y un lenguaje no sexista.
- Aprender en la práctica la identificación y superación de barreras lingüísticas desde una perspectiva de género.
- Familiarizarse con la normativa para una comunicación inclusiva y un lenguaje no sexista.



Duración: 4 horas



Agenda

Tema	Tiempo	Estrategias Metodológicas	Recursos
Bienvenida y presentación del taller	10 minutos	Exposición	Visualización de objetivos y agenda
Retroalimentación del taller anterior	15 minutos	Dinámica para retroalimentación (ver Módulo introductorio: recomendaciones para la retroalimentación).	
Comunicación inclusiva de género. Comunicación inclusiva de género en el ámbito del cambio climático. Estrategias para una comunicación inclusiva de género.	10 minutos 30 minutos 20 minutos	Síntesis de contenidos. Trabajo grupal: Estrategia de comunicación inclusiva de género, sobre cambio climático. Plenaria	Diapositivas Caso de estudio Papelógrafos Marcadores Cinta adhesiva
RECESO (20 minutos)			

Tema	Tiempo	Estrategias Metodológicas	Recursos
El uso del lenguaje no sexista en la práctica.	10 minutos	Síntesis de contenidos.	Diapositivas
Origen de la propuesta del lenguaje no sexista.	30 minutos	Trabajo grupal: Lenguajes ciegos al género y aquellos que reproducen estereotipos.	Papelógrafos
Lineamientos y orientaciones para un lenguaje no sexista.	20 minutos	Plenaria	Marcadores Cinta adhesiva
Normativa y lineamientos para la incorporación de una comunicación inclusiva y un lenguaje no sexista en la gestión pública.	10 minutos	Síntesis de contenidos.	Diapositivas
	30 minutos	Trabajo grupal: Uso de un lenguaje no sexista.	Papelógrafos
	20 minutos	Plenaria	Marcadores Cinta adhesiva
Evaluación, cierre y acuerdos para la próxima sesión.	15 minutos	Evaluación colectiva y anónima (ver la herramienta para la evaluación en el módulo introductorio). Acuerdos de fechas y horarios para la siguiente sesión.	Matriz de evaluación Papelógrafos Marcadores



Anexo 2: Presentación del módulo

[Ir a página principal de la caja de herramientas](#)



Anexo 3: Estudio de caso *La campaña de acción de género y clima 2016–2017 de la Alianza Clima y Desarrollo (CDKN por sus siglas en inglés)*



Estudio de caso sobre una estrategia de comunicación y género²⁰

Campaña de acción de género y clima 2016–2017

La campaña de acción de género y clima 2016–2017 de CDKN es un estudio de caso sobre cómo CDKN aplicó los siguientes fundamentos de una estrategia de comunicación integrada a un tema de clima y desarrollo:

- *Establecer un objetivo claro y un propósito global:* Queríamos demostrar cómo el empoderamiento de las mujeres es parte integral de una acción climática efectiva. Nuestro propósito general fue impulsado por evidencia nueva y convincente sobre los vínculos entre el liderazgo de las mujeres y mejores resultados para el desarrollo resiliente al clima, que surgió de las investigaciones en Perú, Kenia e India.
- *Identificar audiencias clave:* Identificamos una amplia gama de audiencias. Vimos que los directores de programas de desarrollo (incluidas las ONG y las organizaciones de la sociedad civil), las agencias de financiamiento, los investigadores, los académicos y los responsables de la toma de decisiones en todos los niveles del gobierno, así como los medios y los influenciadores ('influencers'), podrían beneficiarse de la nueva evidencia y ser parte de la solución. Queríamos llegar a estas audiencias en los países de investigación (Perú, Kenia e India), así como a audiencias internacionales que pudieran aprender de esta importante experiencia y aplicar los principios en otros lugares.
- *Seleccionar canales de divulgación y enmarcar mensajes de forma específica para los diferentes grupos de audiencias:* Reconocimos que las audiencias relacionadas al desarrollo (las cuales ya eran bastante fuertes en la transversalización de la perspectiva de género) pueden necesitar interactuar con los aspectos climáticos de la investigación, mientras que las audiencias orientadas a la política climática pueden necesitar una interacción especial con los aspectos de transversalización de la perspectiva de género. Como consecuencia, nuestras exposiciones y presentaciones de eventos se dirigieron a: a) actores del desarrollo para quienes la intersección de cuestiones de género y clima sería nueva e interesante, por ejemplo, la conferencia Hábitat III y el Congreso de Ciudades Resilientes, b) actores de la política climática para quienes las recomendaciones de transversalización de la perspectiva de género serían especialmente importantes, por ejemplo, la Conferencia de las Partes de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (CMNUCC) y la Semana Mundial del Crecimiento Verde (Global Green Growth Week).
- *Diseñar productos y servicios comunicacionales apropiados* para los diferentes niveles de comprensión técnica y disponibilidad de tiempo de diferentes audiencias, y en múltiples formatos, para satisfacer las diferentes necesidades y preferencias de las personas.

20. Tomado de: Comunicando el cambio climático: Una guía para profesionales Perspectivas de África, Asia y América Latina (CDKN 2019), https://cdkn.org/wp-content/uploads/2020/01/Communication-Manual-2019-Spanish_Web_final.pdf

Las opiniones expresadas en esta publicación provienen de sus autores y no necesariamente son el reflejo de las opiniones o políticas de las Naciones Unidas, incluidos sus Estados Miembros o NDC SP. La presente publicación puede utilizarse gratuitamente para usos no comerciales y con fines de uso justo, dando debido reconocimiento y atribución de autoría a MAE, FFLA, CDKN y PNUD. Cualquier otro tipo de uso deberá ser autorizado por escrito por las Naciones Unidas en seguimiento a una petición de autorización por escrito.

Este trabajo se llevó a cabo con la ayuda de una subvención del Ministerio de Asuntos Exteriores de los Países Bajos y el Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo (IDRC), Canadá, como parte de la Alianza Clima y Desarrollo (CDKN). Las opiniones expresadas en este documento no representan necesariamente las del Ministerio de Asuntos Exteriores de los Países Bajos, ni del Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo (IDRC) o su Junta de Gobernadores, ni de las entidades que administran CDKN.

Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica



based on a decision of the German Bundestag

