# Comunicación de la ciencia y la tecnología con perspectiva de género

Herramientas para reflexionar y generar propuestas de cambio institucional





# **Autoridades nacionales**

# Dr. Alberto Fernández

Presidente de la Nación

# Mg. Daniel Filmus

Ministro de Ciencia, Tecnología e Innovación de la Nación

### Dr. Juan Pablo Paz

Secretario de Articulación Científica y Tecnológica

## Lic. Gabriela Dranovsky

Subsecretaria de Evaluación Institucional

## Dra. María Guillermina D'Onofrio

Directora Nacional de Programas y Proyectos

## Lic. Julia Gelfman

Coordinadora de Análisis y Gestión de la Información

# Secretaria Ejecutiva del Programa Nacional para la Igualdad de Géneros

Lic. María Victoria Tignino

# Equipo técnico

Jimena Cartechini Bárbara Sambeth Outón Iara Rodriguez

Ciudad Autónoma de Buenos Aires, octubre de 2022





# Introducción

La consolidación y la institucionalización de la perspectiva de géneros como política de Estado hace visible la necesidad de pensar estrategias y prácticas de comunicación inclusivas y no sexistas. En la medida en que el lenguaje y la comunicación refuerzan estereotipos y discriminaciones, también su revisión otorga la posibilidad de visibilizar, nombrar lo que existe y poner en relieve las asimetrías. Desde el Programa Nacional para la Igualdad de Géneros del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación de la Nación, consideramos que las acciones de comunicación no sexista son necesarias para incluir y visibilizar a las mujeres y LGTBI+ y comenzar a desandar las desigualdades existentes en pos de una ciencia y una tecnología más igualitaria y libre de violencias. A partir de las recomendaciones para la comunicación con perspectiva de género elaboradas por el propio Programa y las desarrolladas por el Ministerio de las Mujeres, Géneros y **Diversidad**<sup>1</sup>, el desafío es avanzar sobre la elaboración de criterios para el uso de imágenes inclusivas, no sexistas, uso de colores y tipografías así como formas alternativas para zconvocar a aquellos colectivos que comúnmente no son interpelados, e incluso son invisibilizados. El propósito de este documento es brindar herramientas para realizar actividades de sensibilización y reflexión sobre la temática en los organismos del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación.

<sup>1 |</sup> Ver documento de trabajo "Recomendaciones para una comunicación no sexista", elaborado en el marco del Programa Nacional para la Igualdad de Géneros en CTI, Marzo 2020. https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/guia\_para\_una\_comunicacion\_con\_perspectiva\_de\_genero\_-\_mmgyd\_y\_presidencia\_de\_la\_nacion.pdf





# **Antecedentes**

En el año 2020 el **Programa Nacional para la Igualdad de Género en Ciencia, Tecnología e Innovación**, impulsó, al interior del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación, una mesa de trabajo de comunicación de la ciencia y la tecnología con perspectiva de género.

El objetivo fue delinear y consensuar entre distintas áreas criterios comunes para elaborar piezas comunicacionales con perspectiva de género. Participaron personas dedicadas a la comunicación, el diseño, la fotografía, la edición, la producción, la organización de eventos, la planificación programática, así como las personas responsables de tales áreas, entre otres. Se propuso una dinámica de trabajo en formato de taller participativo, con reuniones en modalidad virtual y un esquema de presentación de casos para discusión, puesta en común de iniciativas diversas y debate sobre las prácticas subyacentes a esas iniciativas, buscando comenzar a delinear estos "criterios comunes o recomendaciones de buenas prácticas comunicacionales inclusivas" para su posterior implementación y difusión. Este documento surge para poner en valor la experiencia desarrollada y extender su alcance a las instituciones del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación.

# **Objetivos**

Este documento de trabajo tiene como objetivos principales proveer a los distintos organismos e instituciones del sistema científico tecnológico argentino, y cualquier organización que esté interesada en darse esta discusión, de una "caja de herramientas" que ayuden a:

- Reflexionar sobre las estrategias y prácticas de comunicación en organismos del SNCTI.
- Generar propuestas de cambio sobre estrategias y prácticas de comunicación incorporando la perspectiva de género.
- Presentar propuestas situadas en la actividad cotidiana de los equipos para incorporar perspectiva de género en la comunicación.

Este espacio contó con la participación de más de 40 integrantes de equipos de comunicación y/o con tareas de comunicación de las Direcciones de Comunicación y Prensa, y de Articulación y Contenidos Audiovisuales, el Centro Cultural de la Ciencia y otras áreas sustantivas del Ministerio.





# Dinámica

La propuesta supone la realización de talleres participativos organizados por las propias instituciones científico tecnológicas, que impulsan la gestión conjunta del conocimiento y el intercambio de reflexiones, a través de la participación de sus integrantes desde sus experiencias y saberes. El formato de taller permite la cercanía y habilita a plantear dudas y temores. El taller tiene la virtud de ser un proceso de enseñanza y aprendizaje para todas las personas que participan, independientemente de su rol en el mismo. El Programa propone la realización de 2 talleres participativos de máximo 1.30 h de duración, que permiten abordar los contenidos propuestos:

# **1º TALLER**

Lenguaje oral y escrito lenguaje inclusivo y no sexista

# 2º TALLER

Lenguaje no verbal, visual y audiovisual

Esta cantidad de talleres puede reducirse o ampliarse en función de las necesidades y disponibilidades de tiempo de las personas que coordinen los talleres y quienes sean destinatarias de los mismos. Asimismo, es aconsejable que los grupos sean reducidos en número de personas dado que de esta forma puede fomentarse una mejor participación e intercambio de su parte.

# Contenidos

- Incorporación de la perspectiva de género en acciones de comunicación para diversidad de públicos y actividades.
- Uso no sexista del lenguaje: técnicas para utilizar un lenguaje inclusivo y no sexista.
- Buenas prácticas en el uso de las imágenes: Puesta en común sobre imágenes sin estereotipos de género.
- Elaboración de contenidos con perspectiva de género:
   cómo romper con los estereotipos de género y ofrecer representaciones diversas de mujeres y LGTBI+.





Lenguaje oral y escrito - lenguaje inclusivo y no sexista

## Modalidad

)	20′-30′	<b>5</b> ′- <b>1</b> 0′	20′-30′	,
	1ª PARTE Intercambio a través de preguntas disparadoras.	2ª PARTE  Breve presentación de qué es y para qué es importante hacer comunicación con perspectiva de género	<b>3ª PARTE</b> Trabajo con notas periodísticas y una guía de preguntas para la discusión	Se utilizan los últimos minutos del encuentro para presentar "qué es el lenguaje inclusivo y no sexista"; y recopilar las reflexiones finales del encuentro.

# 1<sup>a</sup> PARTE: Una pregunta disparadora.

"¿Qué considerás que es la comunicación no sexista (inclusiva, o con perspectiva de género)?" y "¿cuáles creés que serían limitaciones para implementarla?" son buenos puntapiés para identificar prejuicios, saberes, temores y poder trabajar sobre ellos.

En el marco de un taller o espacio de reflexión es importante tomar al menos 30 minutos del encuentro para poner en común las respuestas resguardando la identidad de quienes respondieron, y evitando emitir juicios o dar como inválidas ciertas respuestas. El objetivo del espacio debe ser de construcción, y en esta parte del taller la propuesta es conocer lo que piensan las personas participantes y empezar a jugar con los juicios, estereotipos, conocimiento común que comparte el grupo.

# **2ª PARTE:** ¿De qué hablamos cuando hablamos de comunicación con perspectiva de género?

En esta parte del encuentro se hace una breve presentación de no más de 10 minutos en la que se introducen dos preguntas disparadoras : ¿qué significa hacer comunicación con perspectiva de género? y ¿para qué sirve hacer comunicación con perspectiva de género?

Los ejemplos son aliados a la hora de pensar y repensar la comunicación en clave de género. Cuando nos colocamos "los anteojos violetas" comenzamos a ver publicidades, noticias, cartelería de otra manera.





Lenguaje oral y escrito - lenguaje inclusivo y no sexista



¿DE QUÉ HABLAMOS CUANDO HABLAMOS CON COMUNICACIÓN CON PERSPECTIVA DE GÉNERO? DIVERSIDAD DE PERSONAS DESTINATARIAS DE POLÍTICAS Y DE LA COMUNICACIÓN LENGUAJE ESCRITO

GRÁFICA

AUDIOVISUAL

**EVENTOS** 

# ¿PARA QUÉ COMUNICAR CON PERSPECTIVA DE GÉNERO?

Visibilizar las situaciones de inequidad por razones de género e intervenir para modificarlas Romper con estereotipos y preconceptos

Incluir a personas invisibilizadas

Reconocer derechos de grupos históricamente discriminados y negados

APORTE PARA LA GENERACIÓN DE UN

**CAMBIO CULTURAL** 





Lenguaje oral y escrito - lenguaje inclusivo y no sexista

# 3ª PARTE: ¿Cómo te imaginás a alguien que se dedica a la ciencia?

Durante un máximo de 30 minutos, la propuesta es trabajar con notas periodísticas y una serie de preguntas disparadoras que habiliten el intercambio y la discusión. La pregunta acerca de cómo nos imaginamos a una persona que "hace ciencia" da la posibilidad de deconstruir la imagen clásica de quiénes son esas personas: "varones mayores de 50 años, con anteojos, guardapolvo, solos en un laboratorio". Las notas periodísticas son espacios propicios para trabajar la incorporación de la perspectiva de género, ya que permiten visibilizar diferentes colectivos, o romper sesgos, derribar mitos, modificar estereotipos.

Los siguientes titulares son ejemplos que para pensar y REpensar en esta clave:



El "escuadrón" de científicos argentinos que trabaja para combatir el coronavirus

Investigadores del CONICET buscan desarrollar la vacuna contra el COVID-19





Lenguaje oral y escrito - lenguaje inclusivo y no sexista

Preguntas disparadoras para la discusión

- ¿Qué llama más atención de estas notas?
- ¿Cuál es el mensaje principal que proponen acerca de mujeres o varones?
- ¿Y qué pasa con las diversidades?
- ¿El mensaje representa a mujeres/varones de manera positiva o negativa?
- ¿Incluye o excluye a alguien?
- ¿Refuerza o desafía los estereotipos de género? ¿Por qué?

Al ver las noticias completas, "aparecen" las mujeres invisibilizadas en los titulares.









# TALLER

Lenguaje oral y escrito - lenguaje inclusivo y no sexista

# 4ª PARTE: Reflexiones de cierre

Aún cuando la noticia incorpora en su cuerpo a las mujeres y LGTBI+ que hacen ciencia, el titular que les invisibiliza no hace más que reforzar el estereotipo del científico varón.

El uso que le damos al lenguaje no es neutral, está cargado de sentidos e ideología. Al nombrar visibiliza y al dejar de hacerlo invisibiliza; por lo que se convierte en un instrumento para reconocer derechos.

# ¿Qué es el lenguaje inclusivo y no sexista?



### ALGUNAS DE SUS FORMAS CARECEN DE ACCESIBILIDAD PARA NO VIDENTES



## Tres estrategias de comunicación

### **NEUTRALIZAR**

- Utilizar lenguaje inclusivo genérico y no masculinizado
- " la comunidad científica"

# **VISIBILIZAR**

 Cuando no se pueda utilizar lenguaje sin marcas de género mencionar a varones y mujeres -a pesar del binarismo- y LGBTI+

### **INCLUIR**

- Utilizar la "e" pore sobre la "x"
- Para acciones afirmativas

En esta parte, es importante poder poner en común las reflexiones que fueron surgiendo en el encuentro a modo de resumen o recopilación de lo discutido, avanzando en aquellos acuerdos que excedan los documentos de lectura con los que se trabaja.





Lenguaje no verbal - visual y audiovisual

### Modalidad

	1ª PARTE	2ª PARTE	3ª PARTE	
	Presentación de los objetivos y la importancia de diseñar con perspectiva de género	Trabajo con imágenes y preguntas disparadoras	Trabajo con notas periodísticas y una guía de preguntas para la discusión.	Se utilizan los últimos minutos del encuentro recopilar las reflexiones finales.
)	<b>5</b> ′	20′	5′	

# 1ª PARTE: Lenguaje visual y audiovisual

Al producir contenidos y diseñar materiales, es importante elegir imágenes y recursos visuales que no reproduzcan estereotipos ni una mirada única sobre las identidades.

Cuando usamos figuras humanas, hay un riesgo de sobrerepresentación, subrepresentación identitaria. El lenguaje gráfico y las imágenes expresan formas de mirar o de relacionarse con el mundo, por ello es importante incorporar una nueva mirada al diseño de materiales.

# 2ª PARTE: Las imágenes dicen

Se propone compartir la siguiente imagen y proponer generar un titular de nota que pudiera acompañarlas.







Lenguaje no verbal - visual y audiovisual







Luego de la puesta en común y para profundizar, se sugiere trabajar con las siguientes preguntas guía sobre estas imágenes:

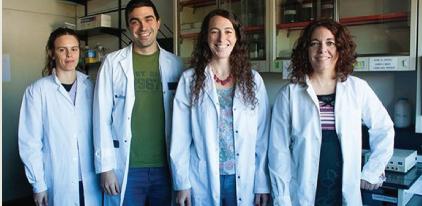
- ¿Qué llama más atención de estas imágenes?
- ¿Quiénes participan en la escena? ¿Qué hace cada persona?
- ¿Refuerza o desafía los estereotipos de género? ¿Por qué?:

Como cierre de esta actividad, se propone presentar alternativas a estas imágenes.



Lenguaje no verbal - visual y audiovisual







# 3<sup>a</sup> PARTE: ¿Y si hablamos todes?

En los últimos años, se hizo visible la preocupación por la participación de mujeres y LGTBI+ en jornadas, simposios y/o paneles de especialistas.

La imagen que se presenta a continuación lamentablemente aún representa muchísimos eventos, talleres, conferencias y encuentros en los que se discuten o comparten los saberes en torno a diversas temáticas, en los que se les da voz sólo a algunas personas.





Lenguaje no verbal - visual y audiovisual



La propuesta es reflexionar a la hora de convocar este tipo de eventos, reflexionar sobre a quiénes se participa de una mesa expositiva o panel, qué imágenes se utilizan para convocar a este tipo de eventos, etc.

# **ACTIVIDAD DE CIERRE**

Esta actividad de entre 1 y 2 horas propone pensar en grupo o de forma individual una propuesta de campaña omnicanal para las siguientes opciones:

- · Lanzamiento del Día Nacional por una Ciencia Diversa
- · Lanzamiento de una convocatoria a investigadorxs a través de cupo laboral trans

La campaña deberá contener tres de las siguientes opciones:

- \_ Gacetilla
- \_ Video para redes sociales (guión)
- \_ Pieza gráfica para redes sociales (propuesta y/o boceto)
- \_ Hilo de twitter
- \_ Evento (propuesta de agenda)

Como cierre de la actividad, cada grupo o persona podrá presentar su campaña en 10 minutos dando cuenta de:

- \_Público objetivo
- \_Elementos vistos en cada taller que se hayan tenido en cuenta para la campaña.
- \_Justificación de los medios y canales a utilizar
- \_Desafíos y dificultades con los que se encontraron al momento de pensar la campaña

