

ABC

DIVERSIDAD, INCLUSIÓN Y COMUNICACIÓN INCLUYENTE

2 0 2 1



La cultura
es de todos

Mincultura

ALEGRÍA
COMUNICACIONES

Par

ORGANIZACIÓN
GANADORA DEL
RANKING PAR
LATINOAMÉRICA
2020

ABC

**DIVERSIDAD, INCLUSIÓN
Y COMUNICACIÓN INCLUYENTE**

2 0 2 1

Ministerio de Cultura de Colombia

Dirección de Audiovisuales, Cine y Medios interactivos

www.mincultura.gov.co

Calle 9 # 8-31

Teléfono: (60+1) 342 4100

Bogotá, Colombia.

   @MinCultura

Fondo Mixto de Promoción Cinematográfica - Proimágenes Colombia

www.proimagenescolombia.com

Calle 35 # 5-89

Teléfono: (57) 310 8059040

Bogotá, Colombia.

   @proimagenescolombia

Alegría Comunicaciones y Pedagogía

www.alegriacomunicaciones.com

contacto@alegriacomunicaciones.com

Teléfono: (57) 311 4977003

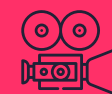
Bogotá, Colombia.

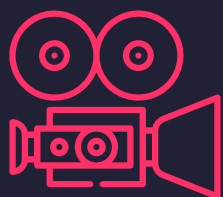
   @alegriacomunica

ABC

**DIVERSIDAD, INCLUSIÓN
Y COMUNICACIÓN INCLUYENTE**

2 0 2 1





ALEGRÍA COMUNICACIONES Y PEDAGOGÍA

Agencia de comunicaciones, prensa y pedagogía con enfoque de género, inclusión y diversidad. Tenemos amplia trayectoria trabajando en el diseño, implementación y medición de estrategias de comunicación y divulgación en el sector educativo, en el sector de las artes, las prácticas culturales y los movimientos sociales. Nuestra propuesta es integral porque articula actividades propias de la comunicación (prensa, comunicación digital, gráfica, organizacional, realización audiovisual, periodismo) con la pedagogía como un camino para la transformación social y cultural. Así mismo, creemos en la medición de las acciones como una vía para el cambio. Vinculamos la experiencia con el saber empírico y académico para proponer estrategias contextuales. Trabajamos de la mano de empresas, entidades de gobiernos, organizaciones sociales, artistas, colectividades culturales, universidades y medios de comunicación para generar impacto político desde el respeto por la diversidad, la inclusión y la equidad.

#RANKING PAR DE AEQUALES

En 2020, Alegría Comunicaciones fue galardonada con el **primer puesto en el #RankingPAR de Aequales en la categoría PYMES**, uno de los reconocimientos más importantes en equidad de género de América Latina en equidad de género, inclusión y diversidad.

Alegría Comunicaciones es la única agencia destacada y reconocida en Colombia por sus estrategias en inclusión, con perspectiva interseccional, con enfoques de género, étnico y discapacidad, entre otras.

La presente cartilla **ABC de diversidad, inclusión y comunicación incluyente** se elabora para el Fondo Mixto de Promoción Cinematográfica - Proimágenes Colombia y el Ministerio de Cultura de Colombia, en el marco del “Taller de Diversidad, Inclusión y Comunicación”, compuesto por los módulos “Inclusión y cultura: una mirada desde las comunicaciones” y “Comunicaciones y lenguaje inclusivo para las artes y la cultura”, dirigido a líderes de distintos proyectos de la Dirección de Audiovisuales, Cine y Medios interactivos del Ministerio de Cultura, Proimágenes Colombia y otros agentes decisores del ecosistema audiovisual, cinematográfico y de medios interactivos.

El taller fue diseñado e implementado por **Alegría Comunicaciones y Pedagogía** los días 16 y 17 de noviembre de 2021 de manera presencial en el auditorio principal del Museo Colonial en la ciudad de Bogotá D.C., en la carrera 6 # 9-77, y contó con el siguiente equipo facilitador:

Indhira Serrano

Actriz, Gestora Social y Conferencista. Ha puesto su experiencia de 25 años como figura pública en los medios de comunicación al servicio de los demás, creando Conversatorios y Conferencias de Empoderamiento, Merecimiento y Autoaceptación para mujeres y miembros de comunidades vulnerables y para adolescentes en entornos escolares.

Janeth Rocío Corredor Ross

Psicóloga, Especialista en Gerencia del Talento Humano, con 13 años de experiencia en Responsabilidad Social Corporativa enfocada en comunidad e inclusión laboral con personas con discapacidad y deportista de rendimiento selección Bogotá de Parapowerlifting.

Óscar J. Zambrano Cruz

Magister en Estudios Artísticos con enfoque de género de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas, Especialista en Gerencia y Gestión Cultural de la Universidad del Rosario y Diseñador Industrial de la Universidad Autónoma. Experiencia en dirección, coordinación de proyectos con enfoque de género e inclusión en sectores público, privado y cooperación internacional desde una perspectiva interseccional (Mujeres, LGBTI, enfoque étnico, discapacidad y comunidades rurales).

A continuación se presentan algunos tips o recomendaciones en diversidad, inclusión, comunicación y lenguaje inclusivo.

TIPS PARA UNA COMUNICACIÓN ASERTIVA E INCLUYENTE

La comunicación asertiva hace posible expresar tus propias necesidades para conseguirlas exitosamente, y así lograr tus objetivos laborales y personales. Se trata de expresar un punto de vista personal de modo claro, conciso y respetuoso con todas las personas.

A continuación se presentan algunos tips o recomendaciones para una comunicación asertiva:

- › Aprende a escuchar (escucha activa).
- › No juzgues, ni pongas etiqueta, ni clasifiques a las personas.
- › Habla en primera persona y no por otras personas.
- › Practica el autoconocimiento.
- › Utiliza el lenguaje paraverbal (lenguaje corporal positivo y confiado).
- › Controlar las emociones.
- › Respirar antes de hablar.
- › Ser empático/a.
- › Hacer contacto visual, sonreír y mantener una postura tranquila.
- › Compartir mensajes claros y concisos.
- › Decir no cuando sea necesario.
- › Validar los sentimientos, situaciones y puntos de vista de otras personas.
- › Resumir el punto de vista de las demás personas.



RECOMENDACIONES

EQUIDAD Y LENGUAJE INCLUYENTE EN COLOMBIA

SECCIÓN I



RECOMENDACIONES

EQUIDAD Y LENGUAJE INCLUYENTE

EN COLOMBIA¹

Para una comunicación asertiva e incluyente en Colombia, es necesario tener en cuenta el enfoque diferencial en el lenguaje. Así pues, es necesario tener en cuenta la pertenencia étnica, la diversidad sexual, de género y la discapacidad, entre otros factores para garantizar el respeto hacia las personas. Por lo tanto, el **lenguaje inclusivo** hace posible esto.

El **enfoque diferencial** reconoce que las personas y colectivos son titulares de derechos tienen particularidades y necesidades específicas que requieren respuestas diferenciales por parte de las organizaciones, el Estado y la sociedad en general para alcanzar mejores niveles de bienestar. Desde las comunicaciones busca el cambio de imaginarios y representaciones sociales, así como ajustes de la oferta y productos comunicativos institucionales.

Es importante una comunicación que tenga en cuenta la diversidad porque:

- › Crea nuevos relatos.
- › Configura nuevos imaginarios.
- › Genera espacios de respeto.
- › Amplía el panorama interpretativo de la realidad.

En las comunicaciones con enfoque diferencial debe sobresalir la voz de las personas que protagonizan la historia. Deben ser quienes hablen sobre sus situaciones, procesos y puntos de vista, antes que la persona que crea la pieza comunicativa.

Tener claridad de cómo quieren las personas que se les identifique. No tomar decisiones sobre la identidad de las demás personas.

El enfoque diferencial sirve para destacar aspectos que forman parte de la identidad y de la vida cotidiana de las personas. Por lo tanto, no deben verse como historias de inspiración para otros pues esto reduce la dimensión humana de los grupos o personas sobre los que se está hablando.

¹ La presente sección está basada en el **Manual de Comunicaciones con Enfoque Diferencial (2018)**. Documento elaborado por Sentiido con el apoyo del Programa de Alianzas para la Reconciliación (PAR), de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) y ACDI/VOCA.

Si fuera yo, ¿me sentiría cómodo/a con la forma como se refieren a mí ?

En caso de duda, preguntar. Pero... ¿La pregunta puede causar daño? Si la respuesta es sí, no hacerla.

Como personas sujetas de derecho, es importante tener en cuenta desde las comunicaciones, la pertenencia étnica, la diversidad sexual y de género, la discapacidad y la ruralidad, para garantizar el acceso a la información y en formato accesibles. Teniendo en cuenta que lo que se comunica construye realidades, es importante abordarlo desde los ecosistemas audiovisual, sonoro y de medios interactivos que propone el Ministerio de Cultura de Colombia.

ALGUNAS DEFINICIONES GENERALES

a) Identidad cultural: pertenencia étnica

Pueblo RROM

El pueblo gitano o Rrom hace parte de la diversidad étnica y cultural de la nación y de acuerdo con sus elementos, valores culturales y étnicos se considera como un pueblo que posee características propias que los diferencian de otros y del resto de la sociedad mayoritaria: no reconocen un territorio como propio, poseen un idioma llamado Rromanes, son patrilineales y patrilocales. Siguen una ley llamada Kriss Rromani y tienen conceptos de tiempo y lugar de acuerdo con usos y costumbres ancestrales.

Indígenas

Son aquellos grupos de ascendencia amerindia que mantienen vivas sus tradiciones lingüísticas y culturales, una fuerte relación con el territorio ancestral y la naturaleza, así como una organización social, jurídica y política propia.

Comunidades negras

Es el conjunto de familias de ascendencia afrocolombiana que poseen una cultura propia, comparten una historia y tienen sus propias tradiciones y costumbres dentro de la relación campo - poblado.

Afrodescendientes

Este concepto agrupa a la comunidad humana en su conjunto, en tanto científicamente se reconoce que descende de África. No obstante, y como categoría jurídico – política, la III Conferencia Mundial contra el Racismo, la Discriminación Racial, la Xenofobia y demás

formas conexas de intolerancia, adoptó este término para referirse a la diáspora africana. Como categoría jurídica, el concepto de afrodescendiente da estatus de sujetos de derechos internacionales.

Afrocolombianos

Concepto de carácter eminentemente político, utilizado desde hace algunas décadas por los líderes de la comunidad negra con el fin de reivindicar o destacar su ancestría africana. Se ha erigido como una categoría integradora de las distintas expresiones étnicas de la afrodescendencia colombiana.

La comunidad negra de San Basilio de Palenque

La comunidad negra del Palenque de San Basilio, en el municipio de Mahates, Bolívar, se diferencia del resto de comunidades negras del país por contar con un dialecto propio producto de la mezcla de lenguas africanas con el castellano. Fue fundada en el siglo XVII por cimarrones que huyeron al monte para recuperar su libertad, y se asentaron en los valles de los Montes de María.

Raizales del Archipiélago de San Andrés y Providencia

Los raizales del Archipiélago de San Andrés y Providencia se diferencian de las comunidades negras del continente porque cuentan con un dialecto propio y con prácticas culturales y religiosas más cercanas a la cultura antillana y a la influencia anglosajona en la región Caribe. Hacia mediados del siglo pasado la población negra se encontraba en su mayoría en las dos costas del país: en los departamentos del Pacífico (Chocó, Valle, Cauca y Nariño) y en los de la costa Caribe (Bolívar, Atlántico, Magdalena).

b) Diversidad sexual y de género

Orientaciones sexuales

Heterosexual: cuando se siente atracción sexual y afectiva por personas del género opuesto.

Homosexual: cuando se siente atracción sexual y afectiva por personas del mismo género. Se les denomina gay a los hombres que les gustan otros hombres y lesbianas a las mujeres que les atraen otras mujeres.

Bisexual: cuando la persona siente atracción sexual y afectiva tanto por personas de su mismo género como del opuesto.

Pansexual: cuando la persona siente atracción por otras personas independiente de su identidad de género y orientación sexual. Es decir, puede establecer relaciones eróticas y afectivas con hombres y mujeres cisgénero y trans y homosexuales o bisexuales.

c) Identidades de género

Cisgénero: el prefijo “cis” proviene del latín y significa “del lado de”. En este caso, si la identidad de género de una persona está alineada con sus genitales, se llama cisgénero. El hecho de que esta identidad de género sea la más frecuente, no significa que sea la única ni implica superioridad respecto a otras.

Trans: es el término “sombrija” que acoge las diferentes identidades de género. Muchas personas no cisgénero se definen como trans y el uso de este término es el más frecuente. Esta palabra incluye, entre otras, las siguientes categorías:

Transgénero: son las personas que sienten una disonancia entre el sexo que les asignaron al nacer (masculino o femenino) y su identidad de género. Cuando la vivencia personal del género no corresponde con el sexo asignado, se habla de hombres o mujeres trans.

Por ejemplo, si al nacer a la persona se le asignó sexo masculino por tener pene, pero al crecer se identifica con el género femenino, se habla de una mujer trans. Por el contrario, si al nacer se le asignó sexo femenino por tener vagina, pero con el tiempo esa persona se identifica con el género masculino se habla de un hombre trans.

Transexual: término que usualmente se utiliza para designar a las personas que como parte de su transición hacia el género deseado, han tenido o contemplan una cirugía de reasignación genital.

Travesti: esta categoría enfatiza en la imagen de una persona y se centra en el acto de peinarse, vestirse y usar los accesorios asignados al género opuesto con el que la persona se identifica. A diferencia de las personas transgénero o transexuales, las travestis no viven “tiempo completo” en el género del que “se visten” sino solamente en ciertos momentos.

d) Discapacidad

Discapacidad sensorial: Dentro de la discapacidad sensorial encontramos la discapacidad visual y la discapacidad auditiva, caracterizadas por la pérdida total de la visión o la audición. Así mismo, existen otros tipos de discapacidades relacionadas con la disminución de algunos

de los sentidos, como por ejemplo la baja visión y la hipoacusia (disminución en la sensación de la audición).

Discapacidad física o motora: Puede manifestarse como paraplejia (parálisis de las piernas), cuadriplejia (parálisis de las cuatro extremidades) o amputación (ausencia de una o varias extremidades). La talla baja también es una discapacidad física. Esta hace referencia a aquellas personas cuya estatura está por debajo de los estándares que le corresponden para su edad.

Discapacidad cognitiva o intelectual: La discapacidad cognitiva inicia desde el nacimiento y antes de los 18 años; se caracteriza por la presencia de limitaciones significativas en el funcionamiento intelectual, es decir, en el razonamiento, la solución de problemas, el pensamiento abstracto y la planificación. En cuanto a la respuesta a las diferentes situaciones de la cotidianidad (conducta adaptativa), hay limitaciones o tarda un poco más de lo habitual.

Discapacidad mental: Las personas con discapacidad mental presentan una alteración bioquímica que afecta su forma de pensar, sus sentimientos, su humor, su habilidad de relacionarse con otros y su comportamiento. Ejemplos de este tipo de discapacidad son: los Trastornos Depresivos, los Trastornos Bipolares, los Trastornos de Ansiedad (de angustia, obsesivo/compulsivo, por estrés postraumático y otros) y los Trastornos de Personalidad, entre otros.

Discapacidad múltiple: Las personas con discapacidad múltiple son aquellas que presentan más de una deficiencia sensorial, física o mental, lo cual hace necesario que cuenten con una manera particular o estilo de aprendizaje para conocer y actuar en el ambiente en el que viven y se desarrollan.

e) Ruralidad

Se refiere a lo relacionado con la significación del campo en oposición a lo urbano. Incluye las principales actividades económicas como la ganadería y la agricultura. Se caracteriza por su abundancia en cuanto a la presencia de flora, fauna y grandes cantidades de reservas naturales, además de una densidad poblacional baja. Por otra parte, la ruralidad en Colombia está compuesta por tradiciones, prácticas culturales y artísticas campesinas que configuran una forma de ser en colectivo.

RECOMENDACIONES GENERALES:

Identidad cultural: pertenencia étnica

- › Evitar los lugares comunes como asociar a las personas negras con el deporte, la música y el sexo.
- › Evitar representar de manera “exótica” a las personas que se identifican con alguna pertenencia étnica por medio de su cuerpo, rasgos, vestimenta, costumbres o forma de hablar.
- › La pertenencia étnica no está directamente asociada con la pobreza.
- › El uso de imágenes debe evitar perpetuar estereotipos sobre las personas negras e indígenas en situaciones como prostitución, delitos o pobreza.



Moreno/a, morocho
Negrito/a, indiecito/a
De color / De raza
Raza
Indio/a
Tribu
África

“Los” indígenas
Costa Atlántica
Costa Pacífica

Mujer, hombre
Niño, niña
Afro, negro/a, raizal, palenquero/a
Pertenencia étnica
Indígena
Comunidad / Pueblo
Especificar país, región, pueblo.
África es un continente heterogéneo y no representa “lo afro”.
¿Cuáles?
Región Caribe
Región del Pacífico

Diversidad sexual y de género

Los, Las, Les, Lxs, L@s, ¿Cuál usar?

- › El equipo de comunicaciones de su organización debe tomar una decisión conjunta.
- › Es recomendable optar por la vía más legible, de manera que haya menos símbolos (x, @, /, +)
- › Trate de lograr la mayor comprensión del mensaje por parte de la audiencia.
- › La economía del lenguaje no es una excusa.

Para evitar redundancias se pueden reemplazar las palabras con género definido por términos más generales:



Hombres y mujeres
Niños y niñas
Buenos días a todos y todas



Personas
Niñez
Buenos días



¿Lo requiere una comunidad, una colectividad o un grupo poblacional?



Personas
Niñez
Buenos días



Mujeres / MujerES
Niñas y niños
Buenos días a todas, todos y todes

LGBTI

- › Ver a las personas LGBT como individuos y no como “comunidad”.
- › Diversificar las imágenes, de manera que no muestren a las personas LGBT solo de fiesta o en una marcha. Los espacios de resistencia ya son otros.
- › Evitar buscar explicaciones a la diversidad sexual y de género tal como violaciones, ausencia del padre o de la madre, soledad o afición a un deporte o una disciplina.
- › Mostrar a las personas LGBT en situaciones cotidianas diversas y no solo como objeto de discriminación.
- › No hacer énfasis en situaciones sexuales.
- › No hacer énfasis en el VIH/Sida
- › Lo “Gay” no es todo lo “LGBTI”



Los travestis, el transexual,
un hombre vestido de mujer
La comunidad LGBTQ+
Uno hace de hombre y otro de mujer

Lesbianismo, homosexualismo
Transgenerismo

Se volvió mujer / Se volvió hombre
Condición, inclinación, tendencia
Un/a vocero/a de la comunidad LGBTQ+



Personas trans, Mujer trans, hombre trans,
persona no binaria
Las personas LGBTQ+
(No existe expresión correcta porque esta afirmación es falsa)
Orientación sexual
Identidad de género, identidades trans,
personas trans
Tránsito de género
Orientación sexual y/o identidad de género
Un/a activista LGBTQ+ de...
(especificar ciudad y organización)

Inclusión y dis/capacidad

- › Dejar a un lado el enfoque caritativo o victimista.
- › A menos que sea esencial para la historia, evitar relatos melodramáticos acerca de enfermedades incurables, deficiencias congénitas o lesiones graves de las personas.
- › Mostrar a las personas con discapacidad en situaciones cotidianas diversas, para subrayar sus capacidades y favorecer una visión inclusiva.
- › Las personas con discapacidad no están enfermas.



Discapacitado
Defecto de Nacimiento
Deforme
Enano
(el) ciego
Seminvidente

(el) sordomudo
Sordomudo

Persona con discapacidad
Discapacidad congénita
Persona con discapacidad congénita
Persona de talla baja
Persona con Acondroplasia/ Persona ciega
Persona ciega-Persona con discapacidad visual
Persona con baja visión
Persona sorda
Persona con discapacidad auditiva

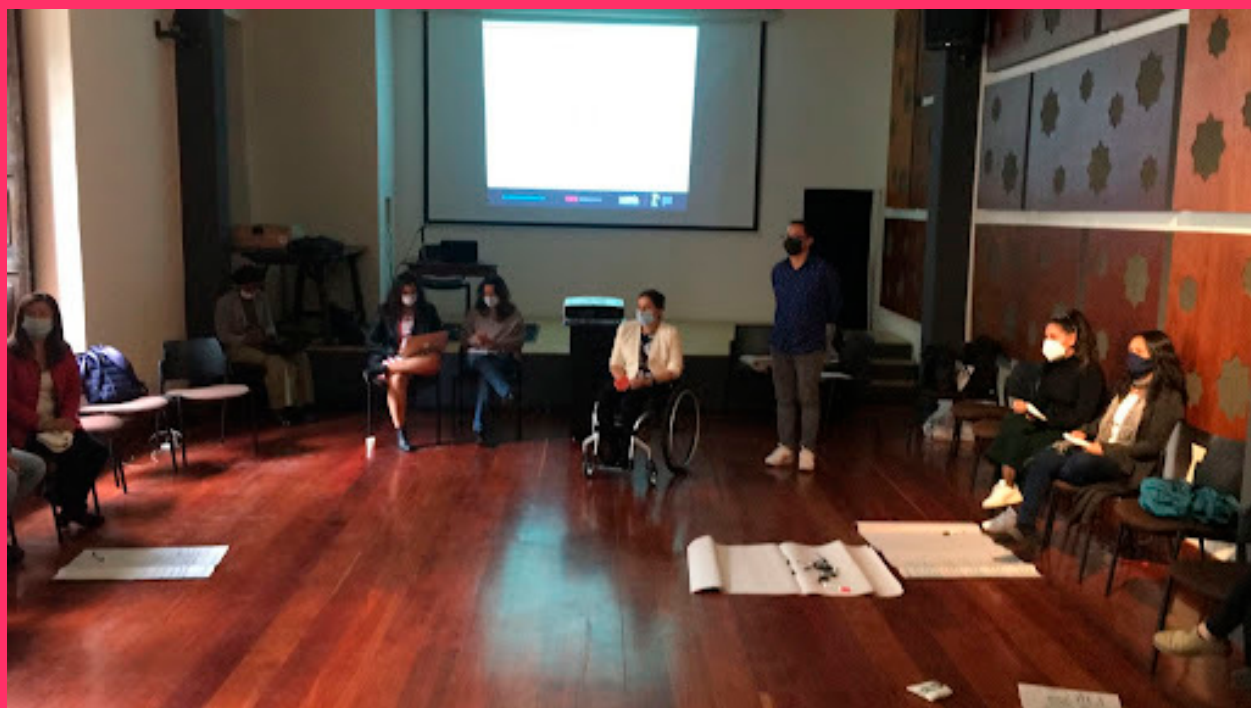
- Evitar el uso de términos como:** Inválido, minusválido, tullido, lisiado, paralítico, confinado a una silla de ruedas, mutilado, cojo, mocho, mudo, retardado mental, enfermo mental, bobo, tonto, mongólico... Víctima de... Aquejado por... Padece... Sufre de ...
- › Usar subtítulos para personas sordas o con discapacidad auditiva en todas las representaciones audiovisuales, y/o con intérpretes de lengua de señas.
 - › Hacer uso de narraciones descriptivas en audio (voz en off) de los principales elementos visuales para personas con discapacidad visual.

- › Todo material digital debe ser legible para lectores de pantalla de personas con discapacidad visual. Se recomienda el uso de textos en Word, Powerpoint o Excel, que incluyan descripciones en formato sólo texto de todas las imágenes intercaladas.
- › Incluir una versión con tipografía aumentada y una versión en solo texto (plain text o RTF).
- › Incluir videos con intérprete en lengua de señas.
- › No usar arroba (@) ni X para indicar ambos géneros, porque no es legible para los lectores de pantalla de las personas ciegas.

Lo rural y lo urbano

- › Es importante tener en cuenta la brecha digital en Colombia: tan solo el 56,5% de los hogares en Colombia tiene acceso a internet. En áreas rurales, es solo del 23,8%².
- › La radio comunitaria y los productos comunicativos sonoros tienen mayor recepción en áreas con poco o nulo acceso a internet.
- › Evitar términos como “La Colombia profunda” para referirse a territorios o municipios del país que no son ciudades capitales.
- › Evitar términos como “bajar a los territorios”.
- › No utilizar acentos ni regionalismos para acentuar burlas
- › Analizar muy bien el contexto de las representaciones a usar. Por ejemplo: paisa, rolo, boyaco, entre otras, puede resultar ofensivo si se enuncia desde un tercero. Se recomienda que su uso sea únicamente en primera persona.
- › Amplificar la voz de la población rural permitiendo que las comunidades puedan expresar sus expectativas y compartir sus conocimientos.
- › Ofrecer métodos y medios para poner en contacto a campesinas y campesinos y que comprendan la utilidad de las tecnologías y puedan adoptarlas en su beneficio.

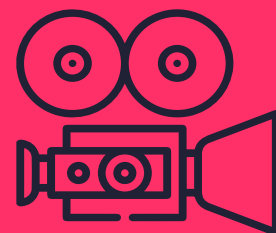
² Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane). 2021.



RECOMENDACIONES

ECOSISTEMA AUDIOVISUAL

SECCIÓN II



RECOMENDACIONES ECOSISTEMA AUDIOVISUAL

Pertenencia étnica

Se recomienda:

- › Generar un espacio previo de relacionamiento y cercanía previo a cualquier entrevista o filmación para generar empatía y solucionar dudas referentes a la pertenencia étnica con la persona a quien se entrevista.
- › Socializar e informar a la persona el contexto y objetivo de la entrevista, programa televisivo o producto audiovisual.
- › Contar a la persona el enfoque de la entrevista o producto audiovisual. Por ejemplo: es sobre su historia de vida, sobre su trayectoria académica y/o laboral, o es un debate. En caso de ser un espacio de debate, para evitar una acción con daño, se le debe informar quiénes más van a acompañar la entrevista y sus posturas. Esto con la finalidad de que pueda decidir si participa o no.
- › No exotizar la pertenencia étnica por medio de imágenes estereotipadas.
- › Preguntar directamente la pertenencia étnica de la persona previo a la realización de cualquier grabación.
- › Respetar y usar el autoreconocimiento que indiquen las personas a quienes se les pregunta. Esto aplica para las voces en off, créditos, graficaciones y demás herramientas usadas.
- › Investigar previamente sobre la pertenencia étnica de la persona, comunidad o pueblo que se va a abordar en el producto comunicativo.
- › No recrear escenarios que refuercen estereotipos étnicos.
- › Evitar forzar vestimentas que refuercen estereotipos étnicos.

26

- › En caso de hacer un casting para algún producto de ficción, explique claramente la pertenencia étnica que se espera.
- › Evitar lenguaje y narrativas violentas y revictimizantes con los grupos étnicos.
- › Realizar reuniones de socialización y hablar con autoridades étnicas previo al momento de elaborar un producto audiovisual.
- › Disponer de un/a intérprete en caso que las comunidades no hablen castellano.
- › Utilizar subtítulos en la postproducción si el idioma no es el español.

Diversidad sexual y de género

Se recomienda:

- › Generar un espacio previo de relacionamiento y cercanía previo a cualquier entrevista o filmación para generar empatía y solucionar dudas con la persona LGBTQ+.
- › Socializar e informar a la persona LGBTQ+ el contexto y objetivo de la entrevista, programa televisivo o producto audiovisual.
- › Contar a la persona LGBTQ+ el enfoque de la entrevista o producto audiovisual. Por ejemplo: es sobre su historia de vida, sobre su trayectoria académica y/o laboral, o es un debate. En caso de ser un espacio de debate, para evitar una acción con daño, se le debe informar quiénes más van a acompañar la entrevista y sus posturas. Esto con la finalidad de que pueda decidir si participa o no.
- › No resaltar la orientación sexual o identidad de género de la persona. Esto no es lo único que caracteriza a una persona LGBTQ+.
- › Preguntar directamente el pronombre de la persona previo a la realización de cualquier grabación. Por ejemplo: Él, Ella, Elle u otros.
- › Respetar y usar los pronombres que indiquen las personas a quienes se les pregunta. Esto aplica para las voces en off, créditos, graficaciones y demás herramientas usadas.

27

- › No evidenciar la orientación sexual de la persona sin previa autorización explícita.
- › No evidenciar la identidad de género de la persona sin previa autorización explícita.
- › No herir la susceptibilidad de la persona entrevistada.
- › Basarse en argumentos para realizar cualquier análisis. Se recomienda evitar las opiniones personales porque pueden recaer en sesgos, prejuicios o estereotipos.
- › Evitar el uso de chistes o burlas ya que por medio de éstas se ejerce violencia psicológica a través de expresiones homofóbicas, lesbofóbicas, bifóbicas y transfóbicas.
- › Compartirles el lugar físico donde se realizará la entrevista y preguntarle si está de acuerdo. Ya que algunos lugares pueden tener cargas simbólicas para las personas LGBTQ+.
- › Que cualquier acción o producto comunicativo tendrá efectos sobre las vidas de estas personas por lo tanto sea cuidadosos/a en el proceso de preproducción, producción y posproducción.
- › Evitar preguntas que revictimicen.
- › No utilizar planos que estereotipan a las personas LGBT. Por ejemplo, bares gays o discotecas.

Recuerde: Hablar de GAY no es hablar de todas las personas con orientaciones sexuales o identidades de género no hegemónicas.

Discapacidad

Se recomienda:

- › Consultar previamente si se requiere de un intérprete de Lengua de Señas Colombiana.
- › Hablar dirigiéndose a la persona entrevistada.

- › Hablar despacio para que el intérprete pueda tener el tiempo de interpretar lo que se dice. Aplica para productos en directo y pregrabados.
- › Tener una buena iluminación, no muy intensa, para permitir buena visibilidad.
- › No gritar ni hablar fuerte si no lo solicitan.
- › Asegurarse que la persona entrevistada está comprendiendo el mensaje.
- › Preguntar antes de ofrecer ayuda.
- › Dirigirse a la persona e indicarle directamente cuándo debe intervenir.
- › Identifícate al dirigirte a ella.
- › En caso de mostrar imágenes, indicar qué se está mostrando y describirla verbalmente.
- › Contrastar los colores en pantalla para ayudar a personas con discapacidad visual parcial.
- › En el caso de las personas con discapacidad cognitiva o intelectual, se recomienda que estén siempre acompañadas de una persona encargada de apoyo psicosocial.
- › Dirigirse a la persona y no a su acompañante / intérprete.
- › Realizar preguntas breves y concisas.
- › En caso de no entenderse una pregunta, se reitera o ejemplifica sin alzar la voz.
- › Ofrecer el tiempo necesario para dar la respuesta, sin apresurar a quien se entrevista.
- › Garantizar que los espacios de encuentro tengan acceso para personas en silla de ruedas.
- › No ayudar a la persona en la silla de ruedas, a no ser que la persona te lo pida.

Lo rural y lo urbano

Se recomienda:

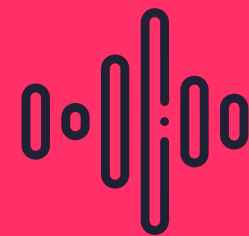
- › Generar un espacio previo de relacionamiento y cercanía previo a cualquier entrevista o filmación para generar empatía y solucionar dudas referentes a lo rural con campesinas y campesinos.
- › Socializar e informar a la persona el contexto y objetivo de la entrevista, programa televisivo o producto audiovisual.
- › Contar a la persona el enfoque de la entrevista o producto audiovisual.
- › No asumir que toda persona que habita en la ruralidad es analfabeta.
- › No exotizar a campesinas y campesinos por medio de imágenes estereotipadas.
- › Tener en cuenta los tiempos de desplazamiento a áreas rurales.



RECOMENDACIONES

ECOSISTEMA SONORO

SECCIÓN III



RECOMENDACIONES ECOSISTEMA SONORO

Pertenencia étnica

Se recomienda:

- › Generar un espacio previo de relacionamiento y cercanía previo a cualquier entrevista o grabación para generar empatía y solucionar dudas referentes a la pertenencia étnica con la persona a quien se entrevista.
- › Socializar e informar a la persona el contexto y objetivo de la entrevista, podcast o producto sonoro.
- › Contar a la persona el enfoque de la entrevista o producto sonoro. Por ejemplo: es sobre su historia de vida, sobre su trayectoria académica y/o laboral, o es un debate. En caso de ser un espacio de debate, para evitar una acción con daño, se le debe informar quiénes más van a acompañar la entrevista y sus posturas. Esto con la finalidad de que pueda decidir si participa o no.
- › No exotizar la pertenencia étnica por medio de imágenes estereotipadas.
- › Preguntar directamente la pertenencia étnica de la persona previo a la realización de cualquier grabación.
- › Respetar y usar el autoreconocimiento que indiquen las personas a quienes se les pregunta. Esto aplica para las voces en off, créditos, graficaciones y demás herramientas usadas.
- › Evitar reforzar estereotipos sonoros. Por lo tanto, se recomienda solicitar a la persona que sugiera canciones para musicalizar su entrevista.
- › No imitar o suplantar voces que cosifiquen o reduzcan o caricaturicen a grupos étnicos.

34

- › No crear personajes cuyas voces caricaturicen a grupos étnicos. Se recomienda que, en caso de crear un personaje, este sea resultado de un proceso de co-creación colectivo con los grupos étnicos pertinentes.
- › Construir consentimientos informados que se contemplen todas la mención explícita del grupo, pueblo o comunidad a la que se pertenece.
- › No permitir que la persona que ha accedido a participar de un debate sea maltratada por el público oyente, por alguien del equipo o por la contraparte con la que se halla debatiendo.
- › Detener una entrevista si en ésta se está presentando violencia verbal.

Diversidad sexual y de género

Se recomienda:

- › Generar un espacio previo de relacionamiento y cercanía previo a cualquier entrevista para generar empatía y solucionar dudas con la persona LGBTQ+.
- › Socializar e informar a la persona LGBTQ+ el contexto y objetivo de la entrevista, programa radial o podcast.
- › Contar a la persona LGBTQ+ el enfoque de la entrevista. Por ejemplo: es sobre su historia de vida, sobre su trayectoria académica y/o laboral, o es un debate. En caso de ser un espacio de debate, para evitar una acción con daño, se le debe informar quiénes más van a acompañar la entrevista y sus posturas. Esto con la finalidad de que pueda decidir si participa o no.
- › No resaltar la orientación sexual o identidad de género de la persona. Esto no es lo único que caracteriza a una persona LGBTQ+.
- › Evitar reforzar estereotipos sonoros LGBTQ+ por medio del pop estadounidense o de artistas LGBTQ+. A las personas LGBTQ+ no sólo les gusta el pop como género musical. Por lo tanto, se recomienda solicitar a la persona que sugiera canciones para musicalizar su entrevista.

35

- › No imitar o suplantar voces que cosifiquen o reduzcan o caricaturicen a las experiencias de vida LGBTQ+. Se recomienda especialmente, no imitar voces de mujeres trans con voces de hombres cisgénero.
- › No crear personajes cuyas voces caricaturicen las experiencias de vida LGBTQ+. Se recomienda que, en caso de crear un personaje, este sea resultado de un proceso de co-creación colectivo con personas LGBTQ+.
- › Es importante que todo el equipo de producción esté sensibilizado con las problemáticas, el lenguaje y la actualidad en temas de género y sexualidad.
- › Construir consentimientos informados que se contemplen todas las categorías mencionadas anteriormente.
- › No permitir que la persona LGBTQ+ que ha accedido a participar de un debate sea maltratada por el público oyente, por alguien del equipo o por la contraparte con la que se halla debatiendo.
- › Detener una entrevista si en ésta se está presentando violencia verbal.

Discapacidad

Adicionalmente a lo mencionado en el ecosistema audiovisual, se recomienda:

- › Apoyarse con la creación de páginas web accesibles donde se pueda replicar la información que se difunde a través de los programas de la emisora de forma auditiva. Esta debe contener transcripciones de los contenidos sonoros para las personas sordas.
- › En el caso de requerir una entrevista radial con una persona hipoacúsica o con discapacidad auditiva parcial, se debe garantizar el acceso mediante:

- Audífonos que amplifican el sonido.
- Elevación del volumen del transistor.
- Auriculares para acercar la señal auditiva.

- › En el caso de las personas con discapacidad visual, es necesario advertir en qué momento se entra al aire, se cambia o termina una sección. Así mismo, se debe advertir en caso que una persona se retire o llegue al espacio donde se realice la entrevista o grabación.
- › En el caso de las personas con discapacidad visual, es necesario describir el lugar en dónde se realiza la entrevista o grabación.

Lo rural y lo urbano

Se recomienda:

- › Generar un espacio previo de relacionamiento y cercanía previo a cualquier entrevista o grabación para generar empatía y solucionar dudas referentes a lo rural con campesinas y campesinos.
- › Socializar e informar a la persona el contexto y objetivo de la entrevista, programa radial o producto sonoro.
- › Contar a la persona el enfoque de la entrevista o producto sonoro.
- › No asumir que toda persona que habita en la ruralidad es analfabeta.
- › Implementar estrategias con productos de comunicación sonoros como cuñas radiales, podcast, perifoneo y/o entrevistas, entre otras. Ya que la radio comunitaria es muy fuerte en la ruralidad.



RECOMENDACIONES

ECOSISTEMA MEDIOS INTERACTIVOS

SECCIÓN IV



RECOMENDACIONES ECOSISTEMA MEDIOS INTERACTIVOS

Pertenencia étnica

Adicionalmente a lo mencionado anteriormente, se recomienda:

- › Para productos y contenidos de ficción, personajes e historias deben ser resultado de un proceso de co-creación colectiva con grupos étnicos. En caso de requerir ilustraciones, se recomienda que sean hechos por personas que hagan parte de grupos étnicos ya que esto garantiza el correcto uso de significados.

Diversidad sexual y de género

Adicionalmente a lo mencionado anteriormente, se recomienda:

- › Para productos y contenidos de ficción, personajes e historias deben ser resultado de un proceso de co-creación colectiva con mujeres y/o personas de las colectividades LGBTIQ+. En caso de requerir ilustraciones, se recomienda que sean hechos por personas LGBTIQ+ ya que esto garantiza el correcto uso de significados.
- › Preguntar previamente si en gráficas o emojis se requiere el uso de alguna bandera. El uso de la bandera LGBTIQ+, la bandera Trans o la bandera LGBTIQ+ antirracista tiene una connotación diferente para cada una.

Discapacidad

Adicionalmente a lo mencionado anteriormente, se recomienda:

- › Utilizar un lenguaje sencillo y concreto de fácil lectura de aplicaciones para personas con discapacidad visual.

- › No utilizar frases largas porque son más complejas de leer.
- › No escribir todas las frases en mayúsculas porque dificulta la lectura.
- › Usar mayúsculas al principio de cada palabra dentro del Hashtag: Por ejemplo: #MinisterioDeCultura en lugar de #ministeriodecultura. Esto permite a quien lee la pantalla poder pronunciar mejor los hasthag.
- › Evitar crear emoticonos hechos con caracteres texto “_(^^_)”. Son difíciles de entender y los lectores de pantalla no pueden describirlos.
- › Evitar el uso repetido de emojis porque los lectores de pantalla los describen el número de veces que se utilicen y puede ser repetitivo y dificultar la comprensión del mensaje.
- › Describir imágenes para personas sordas, de arriba a abajo y de izquierda a derecha.
- › Utilizar contrastes altos, colores con fondos planos sin texturas,, que permitan la mejor lectura de las letras y mensajes.
- › Utilizar un interlineado entre 1,15 y 1,5 puntos.
- › Utilizar fuentes de letra sin serifa como Arial, Tahoma, Calibri, Myriad, Tahoma y Verdana.

Lo rural y lo urbano

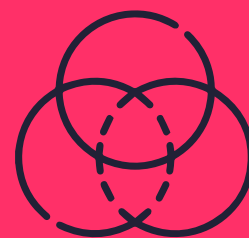
Adicionalmente a lo mencionado anteriormente, se recomienda:

- › En cuanto a medios interactivos en la ruralidad, hay mucho camino por recorrer. Por lo tanto, es necesario que se fortalezcan los procesos de autogestión y de producción de contenidos digitales con campesinas y campesinos que les dejen capacidad instalada en sus territorios.

RECOMENDACIONES

INTERSECCIONALIDAD

SECCIÓN V

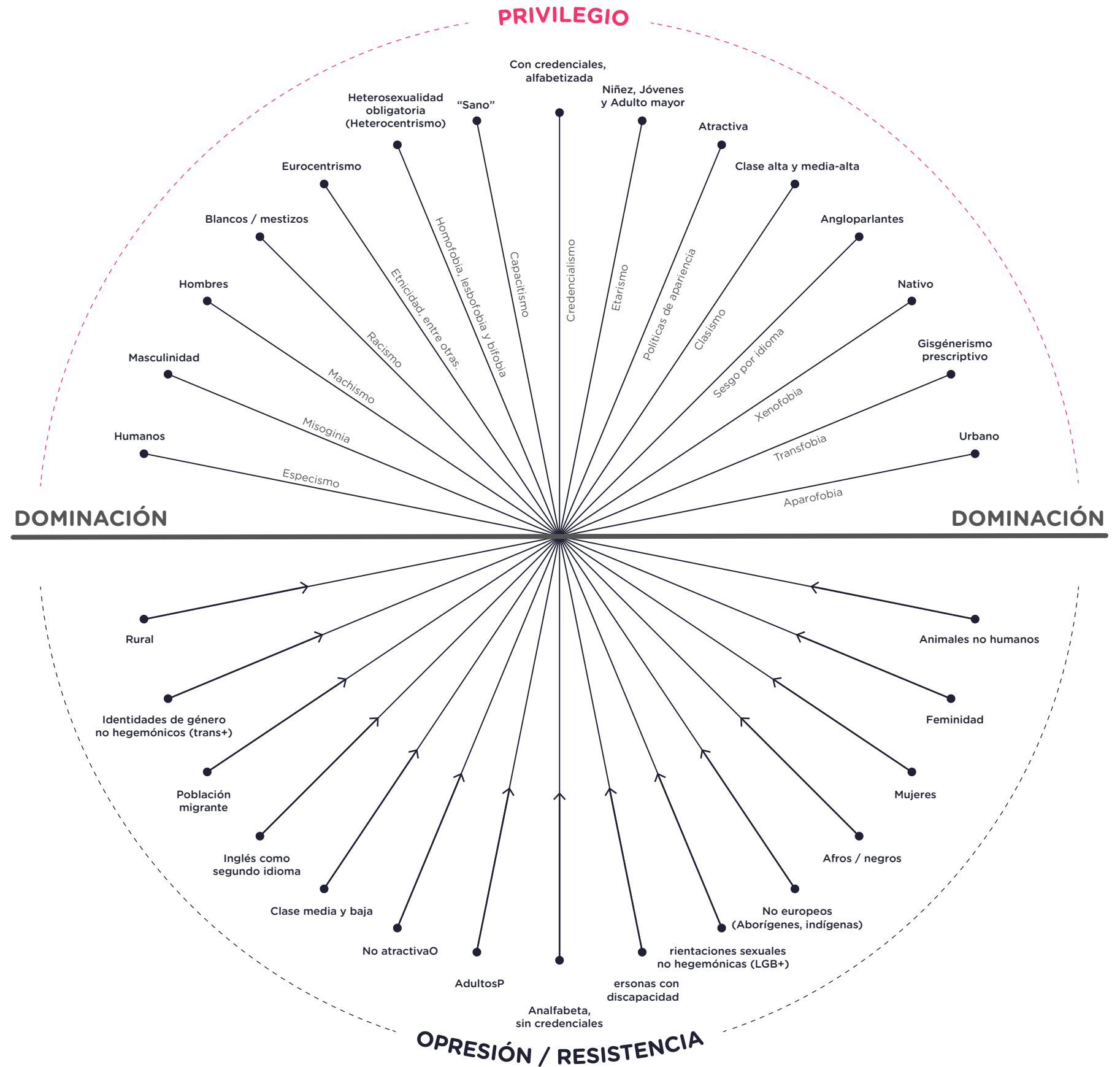


RECOMENDACIONES INTERSECCIONALIDAD

¿Qué es la interseccionalidad?

La **interseccionalidad**³ es una epistemología crítica frente a la misoginia, el racismo, la xenofobia, el etarismo, el capacitismo, la heterosexualidad obligatoria, el cisgenerismo prescriptivo, el clasismo y la transfobia, entre otras. Es una operación concatenada de distintos sistemas de opresión sobre personas y seres, por medio de categorías categorizantes y reduccionistas como género, edad, raza, clase, capacitismo, etnicidad, entre otras, de manera recurrente, temporal, situada y simultánea.

46

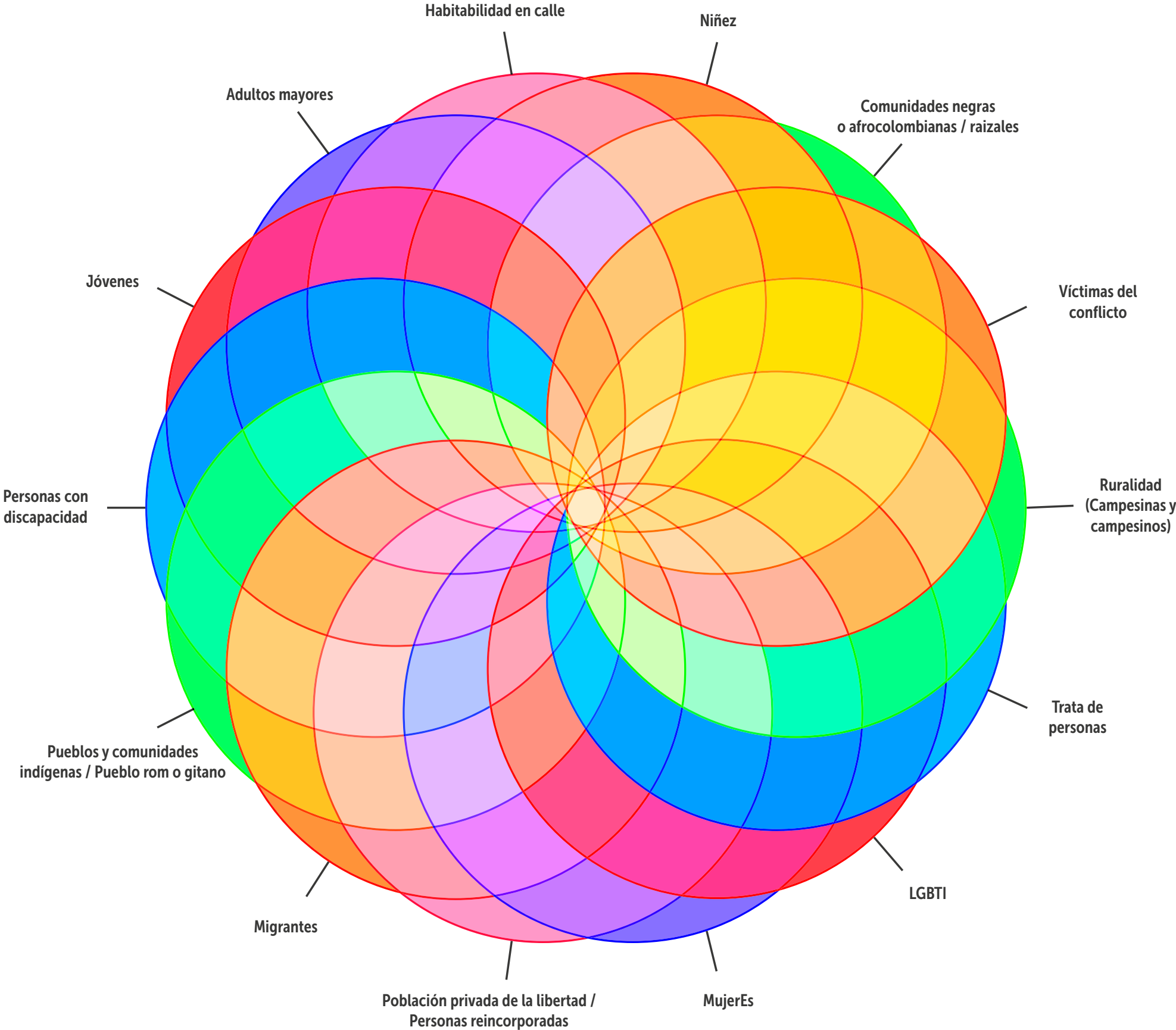


47

³ Gráfico basado en "Opresiones y privilegios" de Patricia Hill Collins.

¿Cómo pensarnos la interseccionalidad en colombia?

Por medio de acciones participativas, como las políticas públicas, es posible identificar campos de acción y estrategias contextuales con enfoques diferencial y territorial.





La cultura
es de todos

Mincultura

ALEGRÍA
COMUNICACIONES



ORGANIZACIÓN
GANADORA DEL
RANKING PAR
LATINOAMÉRICA
2020