

Guía de comunicaciones

para promover la diversidad
equidad e inclusión



Contenido

1 **Uso del lenguaje**

2 **Uso de imágenes**

3 **Visibilidad en entrevistas o testimonios**

4 **Eventos, espacios y rituales**

5 **Nuestra comunicación en el día a día**



Esta guía aporta lineamientos sobre el manejo comunicacional en campañas, medios, espacios y eventos a realizar por todas las empresas de ISA y sus empresas, con el fin de **promover una comunicación diversa y sin ningún tipo de sesgo.**

Así mismo, deben ser aplicadas en las guías, políticas, lineamientos, directrices o demás documentos que hagan parte de nuestro sistema de gestión documental

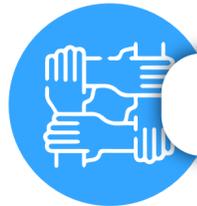
Conceptos orientadores

Promovemos la **conformación de equipos diversos**, pues creemos que las posibles diferencias entre los seres humanos nos enriquecen.



Diversidad

Reconocemos el valor de las diferencias, respetando a todos los seres humanos desde un enfoque de equidad e igualdad.



Inclusión

Gestionamos las diferencias individuales, las fortalecemos y promovemos para generar bienestar, productividad y sostenibilidad social. Realizamos acciones afirmativas que garantizan una mayor participación de lo que hacemos por parte de nuestro humano y los grupos de interés con los que nos relacionamos.



Equidad

Garantizamos el trato equitativo con quienes nos relacionamos.

Con nuestro programa de diversidad e inclusión **Otras Miradas**, establecemos **tres enfoques de gestión orientados a la protección de los derechos fundamentales:**



Género

- Identidad
- Orientación
- Sexo
- Expresión



Accesibilidad

- Personas con discapacidad
- Mujeres gestantes
- Adulto mayor



Multiculturalidad

- Existencia de diferentes culturas en un mismo espacio geográfico y social como oportunidad de intercambio y enriquecimiento



1. Uso del lenguaje

-----○ La denominación de cargos se hará de **manera neutra, ni se masculinizan ni se feminizan**, ejemplo: en lugar de ingeniero eléctrico se dirá profesional de Ingeniería Eléctrica.

-----○ **Para los cargos que terminan en vocal**, se asignará el masculino o el femenino a través del artículo, así:



- La jefe o el jefe
- La gerente o el gerente
- El analista o la analista

-----○ Para los cargos que permiten **usar el femenino o el masculino, se aplicará según corresponda:**



- Director/Directora
- Gestora/Gestor
- Linera/Linero
- Operadora/Operador
- Coordinadora/Coordinador

-----● Se hará uso de palabras inclusivas que agrupen el masculino y el femenino de una vez.

Estos son algunos casos:

- **Juventud** para agrupar a los/las jóvenes.
- **Integrantes de equipos, personas, talento humano**, etc para reemplazar trabajadores, empleados y colaboradores.
- **Nuestros accionistas** en lugar de los/las accionistas.
- **Nuestros proveedores o nuestros aliados** en lugar de los proveedores.
- **Personas con discapacidad.**
- **Grupos étnicos y personas de especial protección constitucional.** Según el contexto de cada país se aplicará la legislación vigente, en el caso de Chile por ejemplo: pueblos originarios o pueblos indígenas.
- Al referirnos a los grupos de interés se pueden mencionar de esta manera: **Estado, sociedad, comunidad, clientes.**

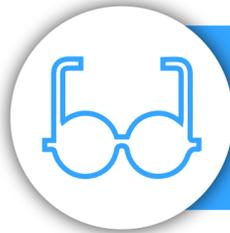
-----● Se hablará de personas con discapacidad y no se usarán términos como discapacitados, especiales, capacidades diferentes. **Para el caso de discapacidades específicas se nombrarán de la siguiente manera:**



Persona sorda, con discapacidad auditiva o con limitación auditiva.



Persona con discapacidad física, con limitación física o con limitación motriz (aplica en algunos casos).



Persona con discapacidad visual, persona ciega, ciego(a) o con baja visión.



Persona con discapacidad cognitiva o intelectual, con síndrome de Down o con discapacidad psicosocial.

Se usará lenguaje genérico que se entienda en todos los países.



2. Uso de imágenes

La elección de las imágenes utilizadas por **ISA y sus empresas deben responder a los enfoques del programa.**



Se creará un banco de imágenes propio con fotografías de personas que trabajan en ISA y sus empresas para generar pertenencia e inclusión.



Se limitará el uso de imágenes que no respondan a las características y rasgos de las personas donde ISA y sus empresas tiene presencia.



Se garantizará imágenes con personas de todas las edades, géneros, complejiones, población LGBTIQ+, grupos étnicos y diferentes tipos de discapacidades para asegurar la multiculturalidad e interseccionalidad.



Las piezas de comunicación evitarán modelos preconcebidos.



En las fotos e iconografías se visibilizará a mujeres y hombres en igualdad de condiciones y sin caer en estereotipos sexistas.



Se incluirán fotografías de mujeres en ámbitos o escenarios normalmente asociados con lo masculino y hombres en ámbitos o escenarios asociados con lo femenino.



Se asegurará un equilibrio en imágenes que muestren personas de distintos contextos geográficos y culturales, garantizando la interseccionalidad.



Las imágenes grupales deben reflejar los enfoques de diversidad que promovemos.



Se debe evitar el uso de colores conforme a patrones preestablecidos o características de las personas. Por ejemplo, para las tarjetas de nacimiento de hijos de integrantes de la empresa, usar colores neutros y no asignar color rosado para las mujeres o el azul para hombres.

A man and a woman are sitting on a bench outdoors, facing each other in conversation. The man is on the left, wearing a blue and white patterned shirt and blue jeans. The woman is on the right, wearing a black jacket and dark pants. They are in a modern, open-air setting with wooden pillars and a paved ground. The background shows some greenery and a building structure.

3. Visibilidad en entrevistas o testimonios



Videos

- ⦿ Se realizará **conteo previo** de cuántas personas entrevistadas aparecerán.
- ⦿ Se debe tratar de **mantener una paridad** en las apariciones entre **mujeres y hombres, la diversidad sexual y cultural, edad, tipo de discapacidad, tallaje y estaturas.**



Grupos étnicos

- ⦿ Se debe respetar que las personas indígenas **se expresen en su lengua materna, puesto que constituye un derecho.**



Planos de videos

- ⦿ En videos, **cuidar el equilibrio** en el uso de los planos.

A group of four people (three men and one woman) are walking outdoors in a park-like setting. They are dressed in business-casual attire. The woman on the left has long red hair and is wearing a black top. The man next to her is wearing a dark blue button-down shirt and khaki pants. The man in the middle is wearing a light blue checkered button-down shirt and khaki pants. The man on the right is wearing a dark blue button-down shirt and khaki pants. They are all smiling and appear to be in conversation. The background shows trees and a building with large windows.

4. Eventos, espacios y rituales



ISA y sus empresas tendrá posturas visibles frente a fechas conmemorativas que le den a conocer al público interno y a los grupos de interés que hay una **intención de trabajar por la diversidad e inclusión.** Por ejemplo: los días del autismo, de la comunidad LGBTIQ+ y otras celebraciones claves de cada país, se harán presentes con patrocinio a eventos, publicaciones en redes sociales, iluminación de las fachadas con otros colores distintivos, entre otras actividades.



En la participación de eventos como conversatorios, paneles, foros, etc, se **visibilizarán de manera equitativa a los equipos,** teniendo en cuenta: hombres y mujeres, generaciones, niveles jerárquicos, diversidad sexual, entre otros.



La celebración de día de la familia en las diferentes empresas deberá **contemplar una oferta para los nuevos conceptos de familia** (existen distintos tipos de familia: monoparental, sin hijos, ensamble, extensa, nuclear, entre otros).



Para los eventos y transmisiones vía streaming y transmisiones en redes sociales se **incluirá lenguaje de señas, close caption, narrador, narradora y/o intérprete para lograr que personas sordas y ciegas comprendan el certamen.** Para ello se mantendrá actualizada la información sobre discapacidades y lenguas que tienen los colaboradores de la empresa, para poder generar invitaciones, libretos, señalización y eventos que los incluyan



Cuando se realicen eventos de comunidades (rurales o urbanas) donde esté trabajando la empresa, **se debe priorizar un protocolo comunitario que le dé importancia a líderes de la región.** Siempre estará como líder del evento la persona de más alto nivel de la empresa, acompañado de quienes ejercen vocería de las comunidades en sus jerarquías (alcaldes, rectores de la institución educativa, presidentes de juntas acción comunal y otros)



Se debe procurar que los eventos generen desarrollo económico en las regiones y localidades donde tenemos presencia, cuando sea posible se priorizará la contratación de servicios logísticos y de alimentación con proveedores de la zona.



Se debe evitar la asignación de vestimentas estereotipadas basadas en sexo, genero, origen étnico y/o cultural. Por ejemplo, si asisten personas de pueblos indígenas, usaran su atuendo culturalmente definido y no persuadir para que vayan con trajes típicos.



En los días de la mujer y el hombre **se promoverán espacios de reflexión sobre empoderamiento, nuevas masculinidades, derechos y deberes.**



5. Nuestra comunicación en el día a día

La comunicación no depende únicamente de un proceso o un área de la empresa, somos los integrantes de la organización quienes generamos los hábitos diarios de comunicación, por eso ten presente las siguientes recomendaciones que en alguna ocasiones pueden reforzar estereotipos y generar discriminaciones.

- **Evitamos frases basadas en estereotipos, por ejemplo:** “ trabajamos como negro”, “mucho caique y poco indio”, “le vino”, “ tan linda y sin novio”, “ te dejó el tren” , “¿tan viejo y todavia vive con la mamá?”
- **No usamos términos despectivos como** “negro”, “mariquita”, “machorra”, enre otros para referirnos a las personas.
- **Confiamos en nosotros mismos por eso evitamos frases como:** ¿Con quien hay que hablar?”, “¿Quien es su jefe?”, “¿Usted no sabe quién soy yo?”
- **Evitamos comentarios sexistas como:** “el viejo”, “la menopausica”, entre otros.

- **Tenemos prohibido el uso de expresiones ofensivas, chistes sexistas malintencionados o comentarios vulgares** que tengan clara intención de atentar contra la integridad de alguien o afectar su personalidad.
- **No usamos ni promovemos los apodos despectivos o sobrenombres.** Solamente se hará uso de este tipo de expresiones si la persona está de acuerdo y le gusta que se refieran a ella de esa manera.
- **Evitamos todo tipo de chistes que puedan ir en contra de alguien o afectar la personalidad,** por ejemplo, chistes machistas o sexistas, regionalistas, que discriminen a la población afrodescendiente, LGBTI, entre otros.
- **No juzgamos a las personas por su forma de vestir o su apariencia,** los valoramos por su esencia, sus habilidades, sus valores y demás aspectos que hacen de ellos seres humanos que merecen respeto.
- **Tratamos a las personas con discapacidad de manera natural, no las subestimamos**



Tomamos conciencia de que **todos**
somos parte de un todo

Cuando conectamos un punto con otro
estamos conectando personas, **haciendo**
de cada conexión un acto inspirador

Otras
miradas