



Comunicación consciente e inclusiva

IBER@CINAS

Acuerdos de Participación

- Todos los comentarios son importantes
- La palabra tiene que circular
- La participación dura máximo 2 minutos
- Escuchar con atención y respeto a mis compañer@s
- Tomar agua / hidratarte
- Tener libreta para notas
- Tendremos un receso para descansar
- Funcionamiento de las reuniones:
 - Opcional la apertura de cámara
 - Microfonos apagados
 - Participaciones: Levantar la mano y poner preguntas por chat





Mujeres
por Iberoamérica

Programa de Asistencia Técnica - PAT

Primer Módulo Transversal

- Comunicación
Consciente e
Incluyente

4
nov

8 nov
al
3 dic

Mentorías Personalizadas

- 3 sesiones
individuales

Segundo Módulo Transversal

- Presupuesto
Sensible al Género

2 dic

Tercer Módulo Transversal

- Intercambio de
Experiencias

9 dic

¿Qué queremos comunicar?

Autovaloración

Presencia

Autoestima

Escucha

La voz comunitaria: Los nexos, vínculos y redes



¿La comunidad me abraza / La comunidad
como carga?

Narrativas individuales y colectivas y su impacto



¿Qué estoy creando con mis palabras?





¿Qué imagen nos
representa?

Comunicación: transmitir **información, ideas, emociones** o conocimientos con la intención de generar **comprensión, conexión o acción**.

**Comunicación
consciente e inclusiva:**
comunicar con empatía,
respeto y propósito; visibilizar
la diversidad y evitar
estereotipos.



La comunicación en mi iniciativa

- El valor de la autenticidad local: cómo lo regional conecta emocionalmente con el público.
- Contar historias (storytelling) de personas reales, no personajes idealizados.
- El uso de imágenes, colores y lenguaje que reflejen identidad cultural.





¿Cuál es mi mensaje?



Receso

La comunicación en mi iniciativa



PRINCIPIOS VISUALES Y ÉTICOS DE LA COMUNICACIÓN CONSCIENTE

Representar a las personas con tonalidades de piel reales que reflejen la diversidad cultural y regional del territorio.

No representar a las comunidades tradicionales o históricamente discriminadas como receptoras de ayuda, sino como protagonistas y creadoras de soluciones.

Mostrar corporalidades diversas: distintas tallas, edades y capacidades, especialmente en contextos cotidianos y de trabajo.



PRINCIPIOS VISUALES Y ÉTICOS DE LA COMUNICACIÓN CONSCIENTE



PRINCIPIOS VISUALES Y ÉTICOS DE LA COMUNICACIÓN CONSCIENTE

Equilibrar la presencia de mujeres y hombres, asegurando la participación visible de ambos en todas las etapas del proyecto.

Evitar roles y estereotipos de género: mostrar a mujeres liderando, a hombres cuidando, y a personas colaborando de manera equitativa.

Representar a personas y comunidades en espacios de decisión, no solo en roles operativos o secundarios.

Mostrar a las personas con discapacidad como autónomas y capaces, participando activamente en su entorno.

Representar dignamente a los grupos históricamente discriminados, destacando su conocimiento, fuerza y creatividad.

Evitar retratar la tristeza o carencia como rasgo permanente, y en su lugar mostrar esperanza, colaboración y alegría.



PRINCIPIOS VISUALES Y ÉTICOS DE LA COMUNICACIÓN CONSCIENTE



PRINCIPIOS VISUALES Y ÉTICOS DE LA COMUNICACIÓN CONSCIENTE



Visibilizar los ajustes y condiciones que permiten la inclusión, como accesos, herramientas o apoyos comunitarios.

Representar a las infancias como personas activas, curiosas y participativas en su entorno familiar y cultural.

Mostrar la importancia del trabajo y saberes locales, destacando la dignidad y valor de cada oficio tradicional.



Herramientas y acciones concretas

Creación de una **guía de lenguaje inclusivo** local.

Definir **valores de marca humana** (autenticidad, respeto, comunidad).

Revisar materiales visuales: ¿a quién incluyen?, ¿a quién excluyen?

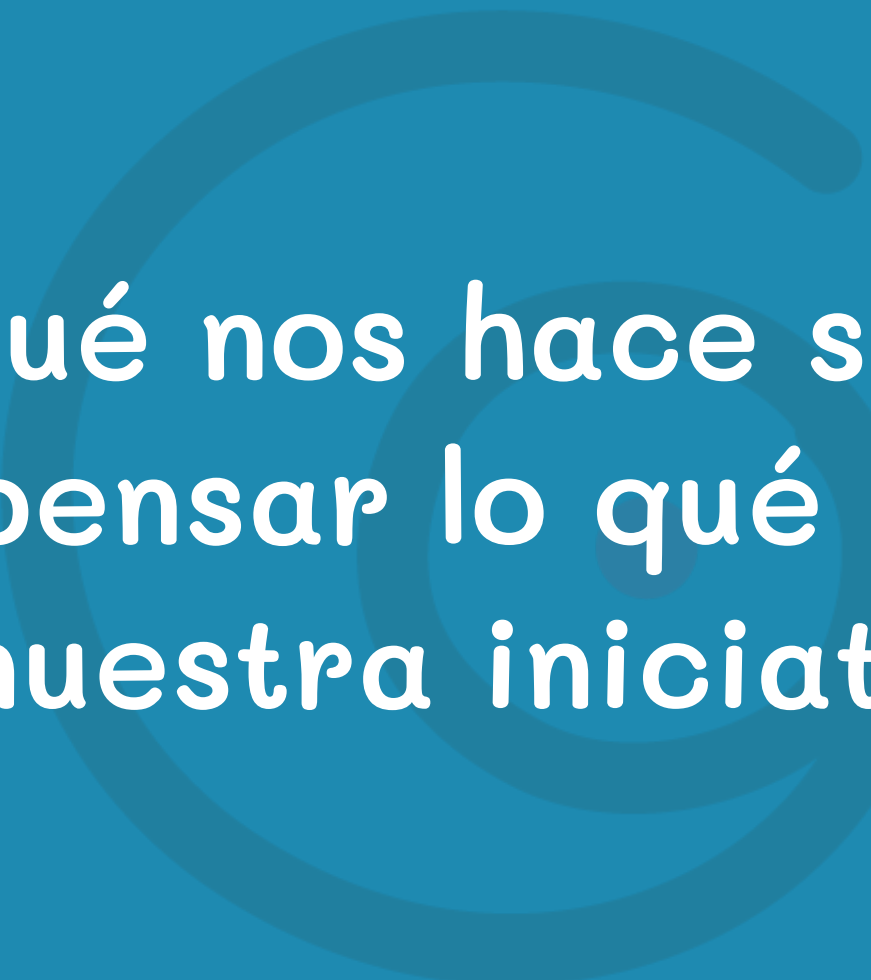


Marketing de comunidad: usar redes sociales para diálogo, no solo venta.

Evitar apropiación cultural: hablar *con* las comunidades, no *sobre* ellas.



¿Cómo me imagino un ÁRBOL?





¿Qué nos hace sentir y
pensar lo que hace
nuestra iniciativa?