



# CÓMO LO DIGO

UNA HERRAMIENTA PARA COMUNICAR DE FORMA CORRECTA Y RESPETUOSA



## LA NACION

[www.comolodigo.com.ar](http://www.comolodigo.com.ar)

**Número y nombre de la categoría a inscribirse:** 02.09 –  
Sustentabilidad de Diversidad, Inclusión y Género – Argentina

**Título del programa:** **Cómo lo digo**

**Nombre de la compañía:** **LA NACION**

**Departamento y consultoras que desarrollaron el plan:** Equipo de LA NACION Data, Fundación LA NACION, con el apoyo de Google News Initiative.

Equipo de consultoría que asesoró:

- María Inés del Árbol, de Letras del Árbol
- Lic. Verónica González, periodista integrante de REDI (Red por los Derechos de las Personas con Discapacidad)
- Lic. Alejandra Vázquez, psicóloga, especializada en violencia familiar y de género
- Paula Wachter, de Fundación Red por la Infancia
- Andrea Rivas, de la Asociación Familias Diversas de Argentina
- Federico Pavlovsky, de Dispositivo Pavlovsky
- Juana Poulisis, médica psiquiatra y magister en Psiconeurofarmacología
- Alejandro Frigerio, de Grupo de Estudios Afrolatinoamericanos (Geala)
- Gustavo Guardo, de Proyecto Suma
- Rocío Restaino, de Mujeres en Publicidad – MEP.

**Persona que presenta el caso:** Ayelén Gonzalez

LA NACION



# INTRODUCCIÓN A CERCA DE LA COMPAÑÍA

CÓMO LO DIGO 

**LA NACION**



**LA NACION** es una de las empresas de medios más importante de la Argentina, con más de 150 años de historia contribuyendo a la sociedad Argentina. Su actividad principal se basa en el negocio de contenidos periodísticos de calidad, basados en los principios de The Thust Project.

LA NACION ha evolucionado hoy siendo principalmente un medio en el portal de noticias, con más de 15 millones de usuarios únicos, y más de 350 mil suscriptores.

Otros productos y servicios componen la cartera de la compañía:

**LN+**

**COLECCIONES**  
LA NACION



**BONVIVIR**

**Living**

**OHLALÁ!**



**JARDIN**

**RollingStone**

**LUGARES**

**CÓMO LO DIGO**



ContentLab

La Compañía contribuye a la misión de la Fundación LA NACION, dedicada a poner en agenda las problemáticas sociales más estructurales y darles visibilidad y voz a los grupos más excluidos a través de los distintos proyectos de investigación como Hambre de Futuro, y las guías Hablemos de todo.

Su objetivo es buscar un cambio de mirada en la sociedad, que conozcan y empaticen con los temas invisibles y que la audiencia y sociedad en general se comprometa con las causas sociales. Para ello, LA NACION brinda espacio de difusión en el sitio de noticias, en el diario impreso y en los programas de TV, a través de la sección COMUNIDAD, que aborda las problemáticas sociales desde una perspectiva de derechos, dando voz a los grupos más excluidos, visibilizando las formas en las que la audiencia puede involucrarse.



# PROBLEMÁTICA Y OBJETIVOS

# Problemática

Las palabras crean realidades. Somos una empresa de medios y tenemos la responsabilidad de generar contenido de calidad, que visibilicen la diversidad de voces y problemáticas de forma adecuada, respetuosa y libre de discriminación.

Las áreas especializadas recibían consultas frecuentes de colegas sobre cómo abordar y redactar correctamente temas como género, violencias o abusos.

.....

**Creemos que este conocimiento debe ser transversal a toda la compañía, independientemente de la especialización profesional.**

.....



# Objetivo

Desarrollar una herramienta tecnológica, simple y accesible, que ayude a la redacción de contenidos, evitando el uso incorrecto, discriminatorio y violento de las palabras, y, por el contrario, promoviendo el uso de un lenguaje correcto y respetuoso.

La herramienta debe funcionar como buscador, que analice titulares y frases, sugiera mejoras, perspectiva de derechos humanos y diversidad.

Promover así la reflexión sobre el poder de las palabras y rol de los medios en la construcción del diálogo social.

LA NACION



# ESTRATÉGIA

CÓMO LO DIGO 

## Desarrollamos la siguiente estrategia para lograr el objetivo:

- 1 Equipo:** iniciamos el proyecto, bajo el liderazgo de Florencia Saguier, directora ejecutiva de la Fundación LA NACION y parte integrante del directorio de SA LA NACION, y de Angélica (Momi) Peralta Ramos, líder de LN Data, con un equipo interno de más de 15 personas compuesto por periodistas, equipo de data scientists y de desarrollo de diseño, para entender las necesidades de las potenciales personas usuarias de esta herramienta - nuestros equipo de periodistas.
- 2** Se definió que la herramienta sea pública, de acceso gratuito y que cumpliría los criterios de accesibilidad universal.
- 3** Generamos un glosario de palabras junto a las personas especialistas de la organización y a especialistas externos que colaboraron:
  - María Inés del Árbol, de la consultora Letras del Árbol, especialista en lenguaje inclusivo
  - Lic. Verónica González, especialista en discapacidad, género y derechos humanos e integrante de REDI (Red por los Derechos de las Personas con Discapacidad)
  - Lic. Alejandra Vázquez, psicóloga, especializada en violencia familiar y de género
  - Paula Wachter, fundadora y directora ejecutiva de Fundación Red por la Infancia
  - Andrea Rivas, especialista en diversidad y presidenta de la Asociación Familias Diversas de Argentina...



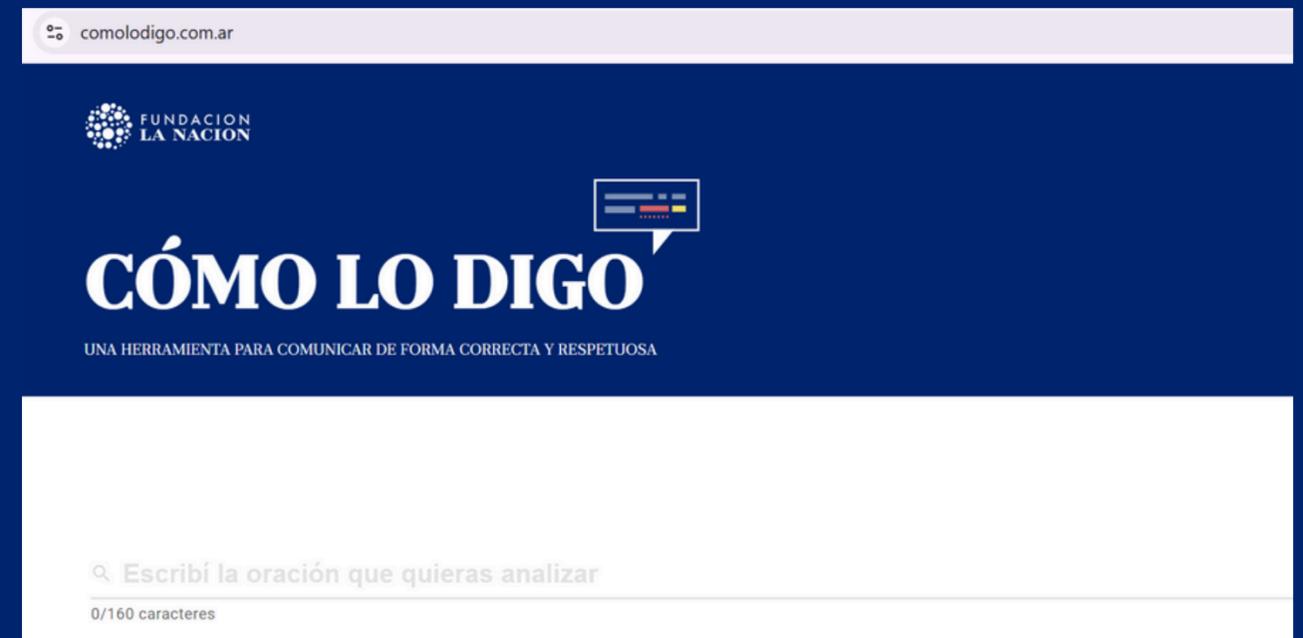
## Desarrollamos la siguiente estrategia para lograr el objetivo:

### 3 (cont.)

- Federico Pavlovsky, médico psiquiatra, especialista en adicciones, fundador del dispositivo Pavlovsky
- Juana Poulisis, médica psiquiatra egresada de la UBA y magister en Psiconeurofarmacología de la Universidad Favaloro
- Alejandro Frigerio, sociólogo y antropólogo, miembro del Grupo de Estudios Afrolatinoamericanos (Geala)
- Gustavo Guardo, médico psiquiatra, fundador y presidente de Proyecto Suma
- Rocío Restaino, especialista en género y comunicación, autora de la guía “Lenguaje inclusivo” e integrante de Mujeres en Publicidad MEP

### 4 Desarrollo y testing de la herramienta por más de 1 año y medio

### 5 Disponibilización pública de la URL <https://www.comolodigo.com.ar/>



**6** (cont.) **Difusión:** Esta herramienta se dio a conocer en distintos ámbitos y a distintos públicos

- Periodistas de nuestra redacción (+350 personas) – nuestro público objetivo prioritario–, mediante comunicaciones, acciones de sensibilización y capacitaciones.
- A todo el equipo de LA NACION (+900 personas), mediante comunicaciones internas y acciones de sensibilización.
- A estudiantes de periodismo y colegas en distintos eventos en universitarios y ámbitos educativos.
- A personas en general, mediante la realización de eventos, publicaciones en nuestros medios, tanto digitales como en diario papel, y en publicaciones en redes sociales.

# EJECUCIÓN DEL PLAN

## Funcionamiento de la herramienta

Quien escribe introduce una oración en el buscador y la herramienta la compara con el diccionario de términos de Cómo lo digo. A partir de allí, se muestran advertencias sobre expresiones impropias y sugerencias para reemplazarlas, junto con consejos generales para una comunicación respetuosa.

Como el contexto puede alterar el sentido de las palabras, la herramienta no interpreta subjetividades, pero ofrece orientación para detectarlas. También se identificó que puede haber expresiones no reconocidas por no estar en el diccionario.

Por eso se definieron tres tipos de resultados:

**Reemplazos** (en rojo): Expresiones inapropiadas con sugerencias de cambio



The screenshot shows the website interface for 'comolodigo.com.ar'. At the top, there is a navigation bar with the 'FUNDACION LA NACION' logo on the left and the 'CÓMO LO DIGO' logo on the right. Below the navigation bar, the main content area is titled 'Resultado del análisis'. It features a legend with a red square for 'Palabras que se recomienda reemplazar' and a yellow square for 'Palabras que se recomienda revisar'. The main text of the analysis is 'violacion en manada', where 'en manada' is highlighted in red. To the right of this text is a button labeled 'EDITAR ORACIÓN'. Below this, there is a section titled 'REEMPLAZOS POSIBLES PARA LA PALABRA' which lists 'en manada' in red. At the bottom of this section, there is a red circle with a right-pointing arrow and the text 'violación grupal'.



# Funcionamiento de la herramienta

**Advertencias** (en amarillo): términos que podrían ser problemáticos según el contexto, con explicaciones sobre su uso

comolodigo.com.ar

FUNDACION LA NACION **CÓMO LO DIGO**

**Resultado del análisis**

Palabras que se recomienda reemplazar Palabras que se recomienda revisar

**ciego** EDITAR ORACIÓN

**ADVERTENCIA PARA LA PALABRA**

**ciego**

→ Evitar el uso de "ciego" como sustantivo o de expresiones como "no vidente". Se habla de "persona ciega" o "persona con discapacidad visual".

**Consejos:** tips generales al final de cada búsqueda.

comolodigo.com.ar

FUNDACION LA NACION **CÓMO LO DIGO**

**Algunas recomendaciones**

**PARA TEMAS DE DISCAPACIDAD**

- **Evitar estereotipos como eternos niños, asexuados o improproductivos**  
Evitar el señalamiento de las personas con discapacidad como eternos niños, asexuados/as, dependientes, incapaces de tomar decisiones, improproductivos/as, santos/as, etcétera.
- **Evitar hablar de personas "normales"**  
No usar la palabra "normal" para describir a las personas sin discapacidad o para comparar. Es mejor decir "personas sin discapacidad". Ejemplo incorrecto: "Las personas con discapacidad tienen más problemas a la hora de encontrar trabajo que las personas normales".
- **Evitar presentar ciertos logros como algo extraordinario**

Dado que el lenguaje cambia constantemente, diseñamos la plataforma con posibilidad de actualización ágil, constante, sin necesidad de intervención técnica compleja. Así garantizamos que siga siendo un recurso vigente para las personas usuarias.

## Experiencia de usuario (UX)

Trabajamos con el equipo de diseño y UX del medio para desarrollar una plataforma accesible, tanto para uso interno como externo.

Creamos un diccionario de acceso abierto y vinculamos las 17 pautas que estructuran los contenidos de la herramienta. El diseño contempla accesibilidad para personas ciegas y con daltonismo.

## Desarrollo técnico (backend)

La herramienta fue programada en Python y desplegada en Google Cloud. El backend evalúa cada frase ingresada y responde en formato json.

## Desafío lingüístico

Uno de los desafíos fue adaptar bibliotecas de análisis lingüístico, ya que muchas están diseñadas para inglés. Para abordar los desafíos del idioma español (como el uso de género), utilizamos bibliotecas para normalizar verbos e implementamos métodos que amplían sustantivos y adjetivos a sus variantes masculinas, femeninas, singulares y plurales. Esto permitió un análisis más preciso y mejores sugerencias de reemplazo.



LA NACION



# RESULTADOS

CÓMO LO DIGO 

## Resultados

.....

**Desde su lanzamiento en 2023, la herramienta registró más de 28.000 búsquedas realizadas por más de 17.000 personas usuarias.**

.....

Además, su presentación y relanzamiento sirvieron como oportunidad para conversar sobre diversidad, inclusión y uso responsable del lenguaje.

La herramienta contribuye al trabajo de quienes redactan y editan: más de **350** periodistas de LA NACION, además de cualquier persona con acceso a internet de habla hispana por la accesibilidad y gratuidad del sitio.

También se utiliza como recurso por estudiantes, académicos/as, e investigadores/as.

El proyecto se alimenta de aportes de especialistas y de la comunidad, bajo una lógica de datos abiertos.

.....

**Los beneficiarios son las 15 millones de personas que acceden mensualmente a nuestros contenidos, para quienes el lenguaje utilizado puede tener un impacto emocional y simbólico.**

.....

**Promover una comunicación no sexista ni violenta contribuye a evitar daños y vulneraciones.**

# Difusión interna

Se hizo un lanzamiento interno oficial a las más de 800 personas que trabajan en LA NACION, con una comunicación firmada por Florencia Saguier y Angélica Peralta Ramos.

Se compartió un video interno.

Se realizaron 4 capacitaciones para el equipo de redacción, que alcanzó al 70% de la redacción, lo que contribuyó a disminuir errores en titulares.

Charla interna con la madre de Ángeles Rawson sobre el impacto de las coberturas periodísticas.

Evento interno de inclusión InspirAcción

Stickers y cuadernos como merchandising para el equipo LN



Querido equipo:  
Después de más de doce meses de trabajo estamos muy orgullosos en compartir con ustedes un gran trabajo interdisciplinario encabezado por los equipos de Fundación LA NACION y LN Data. El objetivo es claro.

En la búsqueda de mejorar los índices de diversidad e inclusión con los que LA NACION está comprometido y siguiendo los lineamientos de [The Trust Project](#), desarrollamos dos nuevas iniciativas que refuerzan ese objetivo.

1. Gender Gap Tracker (GGT) es una herramienta de uso interno generada para medir la presencia de fuentes de los diferentes géneros en notas de producción propia en LN.com, que busca promover la equidad de género en nuestras coberturas. El equipo de LN Data implementó la herramienta con inteligencia artificial que permite detectar el género de las personas mencionadas y/o citadas en publicaciones online propias. La información se recolecta en forma diaria, se visualiza en gráficos de barras y puede analizarse con distintos cortes temporales, menciones vs. citas, brechas por sección, etc.

Próximamente comenzaremos a trabajar con GGT con los diferentes equipos de la Redacción.

2. Cómo Lo Digo (CLD) funciona como un buscador de palabras y expresiones vinculadas con temas sensibles y cambiantes relacionados a discapacidad, suicidio, bullying, abuso, diversidad, entre otros. Su objetivo es asesorar sobre el uso correcto y respetuoso de las palabras. CLD se elaboró consultando a especialistas y utilizando como fuentes los manuales y normas de estilo internacionales, e incluye consejos generales para abordar correctamente la temática elegida. El equipo formado por Fundación LN, LN Data y Redes en la Redacción, obtuvo un fondo de Google que permitió el desarrollo interno de esta idea que esperamos sea utilizada como un servicio de consulta cotidiana.

Para conocer más [www.comolodigo.com.ar](http://www.comolodigo.com.ar); para consultas o sugerencias [oldiversidad@lanacion.com.ar](mailto:oldiversidad@lanacion.com.ar).

Se trata de dos iniciativas que estarán en constante desarrollo y actualización con el objetivo de seguir trabajando juntos en una cultura cada vez más inclusiva.

Muchas gracias,  
Flori Saguier y Momi Peralta Ramos

CÓMO LO DIGO



## Difusión externa

- Talleres de periodistas organizados por Google con Juan Manuel Lucero
- [Nota en LA NACION online y papel](#), con 7560 vistas
- [Evento LA NACION Innovación](#) y posterior [nota en LA NACION](#) con 956 vistas
- Capacitación a jóvenes participantes del [programa Más Miradas](#) (Google y FOPEA)
- FITS Género 2023 y Congreso FOPEA
- Pinpoint Hackathon University, Univ. Di Tella

LA NACION &gt; Sociedad

### Nuevas herramientas. LA NACION presenta Genie, un monitor de brecha de género, y Cómo lo Digo

Servirán especialmente para evaluar y mejorar los índices de diversidad e inclusión; estas dos innovadoras propuestas combinan tecnología, inteligencia artificial y periodismo con el objetivo de seguir avanzando en la calidad de los contenidos

LA NACION &gt; Economía &gt; Negocios

### Cómo lo digo: el rol de las palabras en la protección y promoción de los derechos

María Ayuso y Natalia Louzau presentaron la plataforma Cómo lo digo durante el noveno capítulo del evento de Innovación organizado por LA NACION

28 de junio de 2023 · 18:59 · 5 minutos de lectura

LA NACION



María Ayuso y Natalia Louzau, ambas periodistas de LA NACION, presentaron la plataforma Cómo lo digo (CLD): un buscador de palabras y expresiones vinculadas con temas sensibles y cambiantes relacionados a discapacidad, suicidio, bullying, abuso, diversidad, entre otros

Fabián Malavolta

# Redes sociales

Se compartieron contenidos en Instagram de Fundación LA NACION y LA NACION, superando las 50.000 visualizaciones y más de dos mil interacciones



7.101 vistas



+18.200 vistas



5.557 vistas

CÓMO LO DIGO



+7000 visualizaciones



17894 visualizaciones

# Publicación en LA NACION print

En diario impreso, se difundió más de 60 veces desde su lanzamiento. Ejemplo de publicación



Guillermo Franco estrenó su ascenso a jefe de Gabinete con una declaración llamativa, el martes pasado. Dijo que uno de los motivos de su mudanza desde el Ministerio del Interior se debía a que a Javier Milei "con la política se le hace complicado, no la entiende".

Las palabras de Franco reflejan varias cosas a un tiempo. Es una forma de presentar al Presidente como ajeno a los usos y costumbres del poder en la Argentina. Puede ser. Significan además que el mandatario libertario tiene a la economía como foco excluyente de su trabajo. También es cierto.

Hay al menos una tercera variante para descifrar la declaración de Franco, más ajustada a las circunstancias abiertas tras el triunfo de La Libertad Avanza y su impetuosa llegada a la Casa Rosada.

Franco se refería a un problema que él sufre tanto como su jefe, aun contando con la ventaja de unos años de política y conociendo a todos sus protagonistas.

El problema se resume en la pérdida completa del sistema de relaciones y de la lógica de funcionamiento que tenían los dirigentes y sus partidos por el rompimiento que implicó e implica Milei en el poder.

El Gobierno busca y no encuentra con qué y cómo relacionarse con algún nivel de ciudadanía, ya sea para pelearse o para acordar. Debe contabilizarse como una excepción el difícil trámite para poder hacer votar en el Senado los restos del proyecto de ley Bases. Hay otro acuerdo, sin embargo, hijo de otra oscura convicción compartida: convertir en miembros de la Corte al juez Ariel Lijo.

Detrás del uso que Milei hace de sus acusaciones y descalificaciones, hasta el mínimo parece haber descubierto que los ataques bestiales pueden ser útiles para las campañas electorales o, en el mejor de los casos, para mantener entretenidos a sus seguidores. Sin embargo, es lo contrario para reunir votos en el Congreso.

El problema de relación mismo nos suena a una cuestión de mala praxis de este oficialismo encaminado a cumplir su primer semestre.

Otra vez, como en 2006, estalló el viejo sistema binario que se había reconstruido a duras penas en los últimos 15 años. Era cómodo para la mayoría el formato del kirchnerismo al mando del peronismo y de fracciones de la vieja izquierda, enfrentado a una coalición unida por el deseo común de derrotarlo.

Llegó Milei y los cambios empezaron a reflejarse en la división de ambos

## — LA PARTE Y EL TODO — La política fantasma de un sistema roto

Sergio Suppo  
DE LA NACION



conglomerados. ¿Siguen siendo Cristina Kirchner la líder de su especie? Es bastante posible que la evolución hacia una candidatura presidencial del gobernador Axel Kicillof explique que la opositora haya salido de su largo silencio para mostrarse como principal adversaria al gobierno libertario.

Kicillof empezó a tejer una red fuera de la frontera kirchnerista con gobernadores de distintos orígenes (como el radical Maximiliano Pullaro o Ignacio Torres, con origen en el PRD). Mientras, ministros bonaerenses replican las aperturas del cristinismo puro y enfrentan a Máximo Kirchner. Los gobernadores del norte juegan un juego independiente de los dictados del Instituto Paitita. Unos ladran y otros

aplayan, pero todos negocian votos por recursos, un viejo clásico de todas las épocas. Ya vivían en Tucumán, Salta o Catamarca dónde se ubicaban; para las elecciones falta una eternidad.

Esos gobernadores, como los sindicalistas que salen en todos los foros desde los tiempos de la dictadura, no encuentran todavía un castillero al que apostar un número. Expresiones más afines a Juntos por el Cambio o al radicalismo, como el peronismo cordobés que Martín Laryura heredó de Juan Schiaretti, navegan por ahora en solitario sin atreverse a regresar al PJ manejado por Cristina ni Manquear el deseo de construir una tercera alternativa.

Por su parte, PRO siente el rigido de

la proximidad a la fuerza que lo desalojó del lugar que creía ganado para ser la alternativa de poder al kirchnerismo. Milei se contrató en la opción de toda la clientela que alguna vez fue de Mauricio Macri, paradójicamente el hombre que bendijo al ahora presidente como candidato viable.

Al fundador de PRO le sirvió para evitar que naciera un presidente en su propia fuerza. Ahora paga el precio de ver cómo una parte de sus dirigentes saltan la tapia de la Quinta de Olivos para pedir trabajo y su liderazgo pierde peso.

En el mínimo cero del gobierno de Milei le ofreció cubrir los cargos del gabinete, pero el Presidente eligió la vacancia a la altura y todavía hoy el 60 por ciento de los puestos siguen sin tener un funcionario nombrado.

El crecimiento de la estructura de dirigentes de La Libertad Avanza empieza en el terreno del vecino, el marxismo. Patricia Bullrich ya es una libertaria más, aunque sigue de lado a los socios de PRO y Horacio Rodríguez Larreta asesora a gobernadores de Juntos por el Cambio a la espera de armar un espacio distinto al que integró.

El otro socio de Juntos por el Cambio, el radicalismo, largamente sin política ni liderazgo. No sabe si acompañar a Milei en las normas de apertura económica o abrazarse al peronismo recitando el programa de Avellaneda. Martín Loussau, el presidente del Comité Nacional, suele votar en minoría respecto de sus bloques y cada vez que habla es refutado por el silencio de los gobernadores de su partido. Como ahora le pasa a PRO, los votantes de la UCR apoyan candidatos presidenciales ajenos; unos son ahora fervorosos defensores de Milei y otros añoran a Raúl Alfonsín.

Exista la desorientación opositora con la que Milei debe lidiar en busca de votos para lograr alguna buena noticia en el Congreso, que la vieja política que LLA cree reemplazar encontró en un juez famoso por su desprestigio un punto en el que estar de acuerdo. Votar por Ariel Lijo como miembro de la Corte resume el eterno deseo de ingenuidad que habita entre los dirigentes de todos los partidos. A Milei le vendieron a futuro la ilusión de una Corte adicta, tal y como la construyó su admirado Carlos Menem. A Cristina Kirchner le interesa una solución en el presente para su pasado. A algunos radicales y a ciertos legisladores de PRO les importa cuidar los negocios imprevedibles que los financian. Todos tienen un buen motivo para un efímero y descaído acuerdo entre lo nuevo, lo viejo y lo de siempre. ■

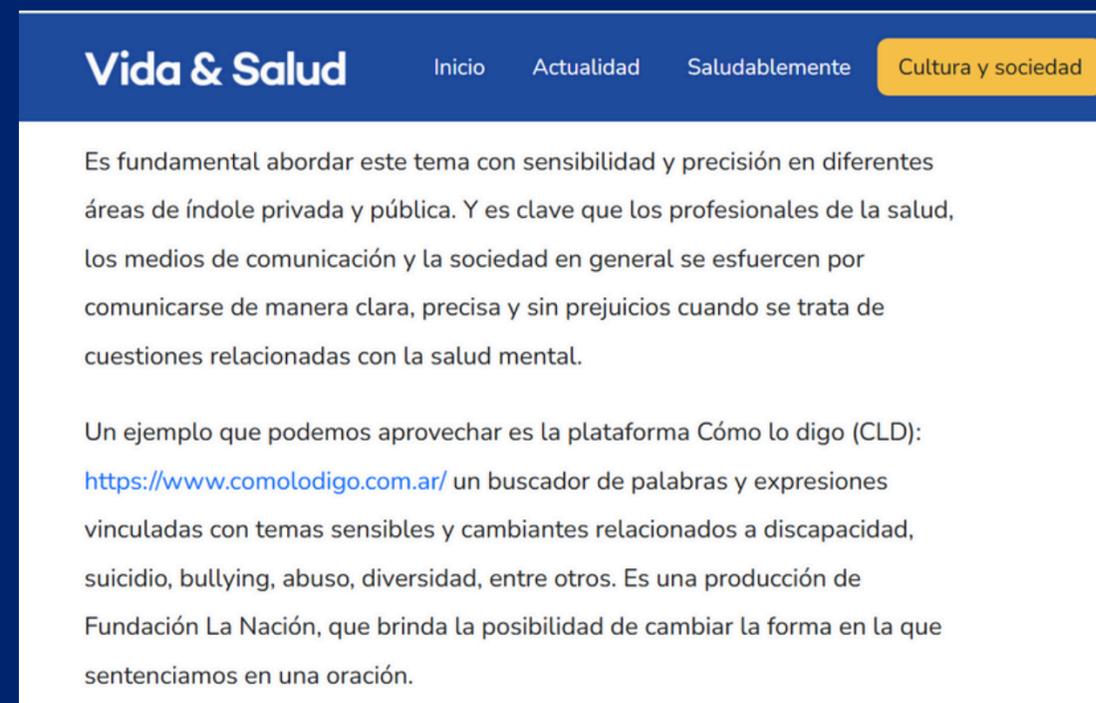
Más información de cultura, pensamiento, libros y reflexiones sobre la actualidad en <http://www.lanacion.com.ar/> y en <http://www.lanacion.com>.  
La edición impresa suplementa Ideas, con miradas cercanas y menas para entender las claves de una sociedad en plena transformación. Análisis en profundidad, crónicas y los más agudos columnistas.

NI ABUELOS, NI JUBILADOS. ADULTOS MAYORES. TIENE Padeee sordera. CHICO de la calle EN SITUACIÓN DE. Usemos las palabras correctas para promover una sociedad más empática e inclusiva. CÓMO LO DIGO. ORIENTACIÓN Elección sexual.

www.comolodigo.com.ar

# Otras instituciones también replicaron la herramienta

- [Laboratorio de Periodismo](#)
- [Consejo Publicitario Argentino](#)
- [Vida y Salud](#)
- [DossierNet](#)
- [Proyecto Suma Salud Mental](#)



CÓMO LO DIGO



LA NACION



# CÓMO LO DIGO



[www.comolodigo.com.ar](http://www.comolodigo.com.ar)

