



# LA NACION



CONECTANDO EMPRESAS CON ODS | 2025





## CÓMO LO DIGO



### Objetivo

Reducir la desigualdad en y entre los países



### ODS Conexos:

**ODS 5** Igualdad de Género  
**ODS 17** Alianzas para Lograr los Objetivos



### Tipo de Iniciativa

Acción  
Proyecto  
Programa



### Localización:

• Alcance Nacional

## METAS QUE ABORDA LA INICIATIVA

**Meta 10.2** De aquí a 2030, potenciar y promover la inclusión social, económica y política de todas las personas, independientemente de su edad, sexo, discapacidad, raza, etnia, origen, religión o situación económica u otra condición.

**Meta 10.3.** Garantizar la igualdad de oportunidades y reducir la desigualdad de resultados, incluso eliminando las leyes, políticas y prácticas discriminatorias y promoviendo legislaciones, políticas y medidas adecuadas a ese respecto



# DESCRIPCIÓN DE LA INICIATIVA

LA NACION



## 1. Problema identificado y objetivo planteado

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.

Por eso nos planteamos el objetivo de 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, analiza titulares y frases, sugiere mejoras, perspectiva de derechos humanos y diversidad. Promueve así la reflexión sobre el

poder de las palabras y rol de los medios en la construcción del diálogo social.

## 2. Estrategia

- a. 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.
- b. Se definió que la herramienta sea pública, de acceso gratuito y que cumpliría los criterios de accesibilidad universal
- c. 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
- 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

## DESCRIPCIÓN DE LA INICIATIVA

LA NACION



- Rocío Restaino, especialista en género y comunicación, autora de la guía “Lenguaje inclusivo”
- d. Desarrollo y testing de la herramienta por más de 1 año y medio
- e. Disponibilización pública de la URL <https://www.comolodigo.com.ar/>
- f. Difusión: Esta herramienta se dio a conocer en distintos ámbitos y a distintos públicos, a saber:

Periodistas de nuestra redacción (+350 personas) –público objetivo.

- A todo el equipo de LA NACION (+900 personas).
- A estudiantes de periodismo y colegas.
- A personas en general.

### 3. 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.
- Advertencias (en amarillo): términos que podrían ser problemáticos según el contexto, con explicaciones sobre su uso.
- Consejos: tips generales al final de cada búsqueda.

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.

## Barreras encontradas para el desarrollo de las acciones

### TECNOLÓGICA

Barreras identificadas y soluciones arribadas:

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.

## Contribución de la iniciativa al ODS correspondiente

### USO DE INDICADORES DE GESTIÓN Y RESULTADO

#### Indicadores de gestión:

Público al que alcanzamos en la implementación de la herramienta, y la capacitación posterior:

- 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 universitarios y ámbitos educativos.
- A la población en general, mediante la realización de eventos, publicaciones en nuestros medios, tanto digitales como en diario papel, y en publicaciones en redes sociales.

#### Indicadores de resultado:

Desde su lanzamiento en 2023, la herramienta registró más de 28.000 búsquedas realizadas por más de 17.000 usuarios. Además, su presentación y relanzamiento sirvieron como oportunidad para conversar sobre diversidad, inclusión y uso responsable del lenguaje.

La herramienta beneficia a 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 también son los 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.

#### Canales y acciones de difusión:

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 (luego publicado en YouTube), y se realizaron 4 capacitaciones para el equipo de redacción. En una primera etapa, se capacitó al 70% de la redacción, lo que contribuyó a disminuir errores en titulares.

Adicionalmente, se realizaron estas acciones internas de comunicación y sensibilización:

- 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
- Externamente, la herramienta se presentó en:
- Talleres de periodistas organizados por Google con Juan Manuel Lucero
- Evento LA NACION Innovación

“**Cómo lo digo** promueve lenguaje respetuoso en medios, ofreciendo herramienta pública que analiza textos, sugiere mejoras y fortalece comunicación inclusiva.

## Alianzas Estratégicas

- Privadas (Cadena de valor / Joint Venture)
- Organizaciones de la Sociedad Civil
- Sector Académico

FUNDACIÓN LA NACION y Google News

Alianzas para el desarrollo del contenido: 10 instituciones, entre ellas: Letras del Árbol, integrante de REDI (Red por los Derechos de

las Personas con Discapacidad), especialistas en violencia familiar y de género, Fundación Red por la Infancia, Asociación Familias Diversas de Argentina, Dispositivo Pavlovsky, Grupo de Estudios Afrolatinoamericanos (Geala), Proyecto Suma, Mujeres en Publicidad.

Alianzas para la difusión: Fopea y Consejo Publicitario Argentino

## Cadena de valor

La herramienta beneficia a 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 también son los 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

## Anexo

- **Sobre la empresa:**  
[www.lanacion.com](http://www.lanacion.com)
- **Sobre the trust project:**  
<https://www.lanacion.com.ar/tema/the-trust-project-tid68036/>  
<https://www.lanacion.com.ar/sociedad/the-trust-project-la-nacion-nid2390447/>  
<https://www.lanacion.com.ar/sociedad/la-nacion-mision-estructura-empresarial-principios-eticos-nid2393569/>
- **Sobre la iniciativa:**  
<https://www.comolodigo.com.ar/>  
<https://youtu.be/F6kYWEMwrz4>  
<https://www.youtube.com/watch?v=nFSZoenaQ-g>  
<https://www.lanacion.com.ar/economia/negocios/como-lo-digo-el-rol-de-las-palabras-en-la-proteccion-y-promocion-de-los-derechos-nid28062023/>  
<https://www.lanacion.com.ar/sociedad/nuevas-herramientas-la-nacion-presenta-genie-un-monitor-de-brecha-de-genero-y-como-lo-digo-nid26032023/>  
[https://www.linkedin.com/posts/la\\_en-la-nacion-creemos-que-la-inclusi%C3%B3n-se-activity-7308193355945992192-tzRI?utm\\_source=share&utm\\_medium=member\\_desktop&rcm=ACoAAAqg468BNfRa-1mfHOxZhH01\\_NJXY0EDoDk](https://www.linkedin.com/posts/la_en-la-nacion-creemos-que-la-inclusi%C3%B3n-se-activity-7308193355945992192-tzRI?utm_source=share&utm_medium=member_desktop&rcm=ACoAAAqg468BNfRa-1mfHOxZhH01_NJXY0EDoDk)
- **Sobre la difusión de la iniciativa y la herramienta:**  
[https://www.instagram.com/fundacionlanacion/reel/C0Z\\_kgPPRjW/](https://www.instagram.com/fundacionlanacion/reel/C0Z_kgPPRjW/)  
<https://www.instagram.com/fundacionlanacion/reel/C0m1ZSpvZht/>  
<https://www.instagram.com/fundacionlanacion/reel/C04xzCWLNbK/>  
[https://www.instagram.com/lanacioncom/p/C4yruhlMstX/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/lanacioncom/p/C4yruhlMstX/?img_index=1)  
[https://www.instagram.com/lanacioncom/p/C8c46GgOZ3s/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/lanacioncom/p/C8c46GgOZ3s/?img_index=1)
- **Otras réplicas de la iniciativa**  
<https://laboratoriodeperiodismo.org/la-nacion-como-lo-digo/>  
<https://consejopublicitario.org/portfolio-item/recomendaciones-para-un-correcto-abordaje-en-medios-de-comunicacion-sobre-hechos-de-salud-mental-y-suicidio-2023/>  
<https://www.vidaysalud.com.ar/2024/04/17/salud-mental/>  
<https://dossiernet.com/articulo/dia-mundial-de-la-salud-mental-el-cpa-presento-recomendaciones-para-el-abordaje-del-tema-en-los-medios-/32531>  
[https://www.instagram.com/proyectosumasaludmental/reel/C\\_A07V\\_tq43/](https://www.instagram.com/proyectosumasaludmental/reel/C_A07V_tq43/)
- **Cómo lo digo: Presentación premios y certámenes**  
[https://drive.google.com/file/d/1wr95EEoKueULlhc5r2RZxh8XDycg8wX/view?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/file/d/1wr95EEoKueULlhc5r2RZxh8XDycg8wX/view?usp=drive_link)



Esta iniciativa se presentó en el marco del programa "Conectando Empresas con ODS" desarrollado por CEADS en alianza con EY Argentina.

COPYRIGHT 2025