



GUÍA DE COMUNICACIÓN



PARA LA



EQUIDAD DE

— GÉNERO —



Lo hacemos  
todo por la

**EQUIDAD**



UNIVERSIDAD  
COOPERATIVA  
DE COLOMBIA

## **TABLA DE CONTENIDO**

Objetivo .....	3
Alcance .....	4
Desarrollo .....	5
Uso del lenguaje .....	8
Uso de imágenes .....	14
Documentos de referencia .....	19

## 1. OBJETIVO

Orientar el proceso de comunicación y promoción de la Universidad Cooperativa de Colombia desde los fundamentos de la **inclusión, interculturalidad y equidad de género para evitar sesgos de género o discriminación.**

## 2. ALCANCE

Aplica desde la redacción de los contenidos hasta la publicación y uso de éstos.

## 3. DESARROLLO

Este documento describe lo que se debe y no se debe **hacer en la comunicación o promoción de la Universidad en materia de inclusión, interculturalidad y equidad de género.** Así mismo, lista una serie de términos necesarios para tener en cuenta en la interacción con los diferentes públicos.

## 4. NUESTRO COMPROMISO CON LA EQUIDAD

**¡La Universidad Cooperativa de Colombia estamos comprometida con la equidad en nuestra comunidad!**

Sabemos que este principio universal es esencial para el crecimiento armonioso en ámbitos económicos, políticos y sociales a nivel global. ¡Pero aquí no se detiene!: **la equidad es uno de nuestros valores fundamentales, actuando como el motor que nos impulsa a ser una universidad inclusiva, sin importar la diversidad en edades, etnias, capacidades, culturas y orientaciones sexuales.** Este enfoque inclusivo también se refleja en todo el material visual que compartimos tanto dentro como fuera de nuestras fronteras.

Aquí en la Universidad, hemos trazado un camino con pasos firmes hacia la equidad:

En este sentido, nos comprometemos a:

- Elaborar materiales de comunicación y publicidad, internos y externos, libres de sesgos de género, lenguaje sexista y discriminatorio.
- Diseñar herramientas que contribuyan a una comunicación con equidad de género.
- Promover un lenguaje no sexista en las comunicaciones de manera que la comunidad institucional entienda y apropie.
- Verificar el uso de imágenes y lenguaje incluyente y no sexistas en los distintos mecanismos de comunicación internos y externos.

Estas recomendaciones se han elaborado usando como referencia otras guías previas de lenguaje inclusivo, como las del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes del Gobierno de Chile y recomendaciones Sello Equipares.

## 5. USO DEL LENGUAJE

La universidad se comunica usando el lenguaje en todos los aspectos: información oficial, servicios, logros y presentaciones. **El lenguaje está en nuestras actividades diarias y moldea nuestro pensamiento. Por eso, debemos tener cuidado con las palabras para evitar generar desigualdad de género en las interpretaciones de las demás personas. ¡Equidad lingüística es clave!**

A continuación, presentamos una serie de ejemplos concretos que pueden facilitar el uso del lenguaje incluyente.

Es importante destacar que éstos deben analizarse y comprenderse en su contexto.

### 5.1 Regla de la inversión

No es necesario usarlos siempre, ya que existen palabras que incluyen a las mujeres y a los hombres por igual. Por ejemplo:

Uso habitual (NO recomendado)	En la UCC hablamos así (Recomendado)
Los niños y las niñas	La población infante, infancia
Las mujeres y los hombres jóvenes	Las personas jóvenes, la juventud
Los hombres y las mujeres	La población
Las empleadas y los empleados	La comunidad administrativa
Los estudiantes y las estudiantes	La comunidad estudiantil

Las expertas y los expertos	Las personas expertas
Las empleadas y empleados	Las personas empleadas

## 5.2 Primero siempre las personas

Recomendamos no utilizar el masculino con valor genérico al referirse a las personas de interés. En vez de ello, una se puede anteponer la palabra persona

Uso habitual (NO recomendado)	En la UCC hablamos así (Recomendado)
El beneficiado	La persona beneficiada
Todos	Todos y todas las personas
El aspirante	La persona aspirante
El egresado	La persona egresada
El postulante	La persona que se postula

## 5.3 Uso del “quien o quienes”

Si no sabes el sexo de la persona a quien hace referencia, evita el uso de pronombres masculinos seguidos del relativo (información adicional acerca del elemento que aparece en la oración principal)

Uso habitual (NO recomendado)	En la UCC hablamos así (Recomendado)
El que se inscribe	Quien se inscribe

Aquellos que vinieron al taller	Quienes vinieron al taller
Los que no cumplan los requisitos	Quienes no cumplan los requisitos
Los participantes deberán cumplir con las normas de bioseguridad	Cada participante deberá cumplir con las normas de bioseguridad

### 5.4 Sustituir el artículo “uno”, por “alguien” o “cualquiera”

Uso habitual (NO recomendado)	En la UCC hablamos así (Recomendado)
Cuando uno lee las listas de participantes	Cuando alguien lee las listas de admisibilidad Cuando cualquiera lee las listas de admisibilidad
Cuando uno viene al simposio	Cuando alguien viene al simposio Cuando cualquiera viene al simposio

### 5.5 Evitar el uso de adverbios con marca de género

En ocasiones, cuando los sustantivos son neutros se puede omitir el artículo.

Uso habitual (NO recomendado)	En la UCC hablamos así (Recomendado)
Pocos artistas no cuentan con el beneficio	La minoría de artistas no cuentan con el beneficio
Muchos fueron convocados	Se convocó a mucha gente

Más de la mitad de los profesores asistieron a la capacitación	La mayoría de profesores asistieron a la capacitación
--	---

### 5.6 Evitar el uso del signo "@"

El signo "@" no es lingüístico, rompe con las reglas gramaticales del idioma y es impronunciable por lo tanto su uso no es recomendable.

### 5.6 Evitar el uso de la barra inclinada "/"

Los primeros esfuerzos para hacer un uso incluyente del lenguaje implicaron la utilización de guiones, paréntesis y barras.

Sin embargo, no es recomendable porque en el texto resulta poco legible. Se recomienda utilizar solamente en formularios, solicitudes o cualquier otro documento en donde se cuenta con poco espacio.

En la Universidad Cooperativa de Colombia no usamos símbolos o letras como: /, \*, X o @ para referirnos a un género o a una persona en específico. Tenemos claro que las personas necesitan y merecen ser nombradas desde su individualidad y no reducidas a un signo o señal.

Para los documentos oficiales: discursos, comunicaciones, reglamentos y otros. Se usará un lenguaje que incluya tanto a hombres como a mujeres. Por ejemplo:

Uso habitual (NO recomendado)	En la UCC hablamos así (Recomendado)
El director será nombrado por...	La persona a cargo de la Dirección será nombrada por...



Los músicos son los funcionarios que, como principal quehacer...	Los músicos y las músicas son el personal que, como principal quehacer...
El Consejo de Dirección será presidido por el director	El Consejo de Dirección será presidido por quién ocupe la Dirección
Los coordinadores son los colaboradores inmediatos del director	Los coordinadores y las coordinadoras son las personas colaboradoras inmediatas del director o la directora

## Profesiones y cargos

En nuestro lenguaje adoptamos la trasnominación, que se aplica al uso del lenguaje no sexista al referirse al cargo, profesión u oficio en lugar de mencionar a la persona que lo ocupa. En las definiciones de los cargos y las convocatorias, se debe garantizar que tanto los nombres de los cargos, como en la profesión o formación requerida, se use el genérico, evitando descripciones en la forma masculina o femenina correspondiente.

No poner términos apelando el sexo y más hacia lo genérico del cargo. Ejemplo: vicerrectoría general, decanatura, etc.

Uso habitual (NO recomendado)	En la UCC hablamos así (Recomendado)
El rector	La rectoría / el o la rectora
El presidente	La presidencia
Los decanos	La decanatura

Los cargos terminados en ENTE son neutros porque hacen alusión a UNA ENTIDAD, algo que ES. Por lo tanto, funcionan igual para hombre o mujer. Se identifican con el artículo el / la.

Forma usual: abogado | En UCC hablamos así: Profesional en derecho

Aprendiz | aprendices, el / la aprendiz / Analista | personal analista, el / la analista  
(consultar con gestión humana)

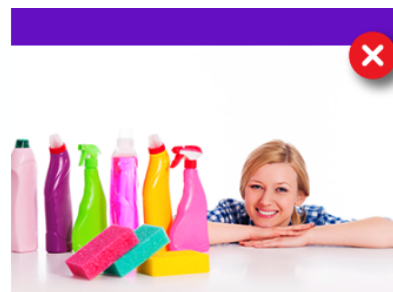
## 6. USO DE IMÁGENES

Las imágenes al igual que el lenguaje son relevantes en la comunicación para la equidad. Diversos estudios indican que los seres humanos están programados biológicamente para procesar el mundo de un modo visual, no en vano, el 90% de la información que se transmite al cerebro es visual<sup>1</sup>. **En este sentido se hace relevante el uso de imágenes que no estereotipen los roles de género ni violenten su dignidad.**

- En la comunicación y promoción se utilizan imágenes que reflejan la equidad de género, en las que hombres y mujeres realizan diferentes actividades, que sean profesionales o desempeñen cargos, evitando utilizar imágenes que representen los roles que tradicionalmente son asignados social y culturalmente.

[www.modii.org](http://www.modii.org)

- La Institución al ser una universidad multicampus, presenta una gran diversidad en edades, etnias, funcional, cultural, sexual, que se refleja en el material visual que se publica interna y externamente.
- En los anuncios de comunicación interna y externa se incluyen imágenes de mujeres y hombres de manera equitativa.





## Las imágenes

**Enaltece la diversidad humana.** Los seres humanos tienen múltiples características que se entrecruzan: origen étnico, edad, identidad sexo-genérica, diversidad funcional, cultura, estado de salud, estatus migratorio, entre otras.

Siempre que puedas, haz que tus imágenes resalten y honren esta diversidad. En particular, usa imágenes que muestren a las personas y los colectivos que han sido históricamente invisibilizados. Por ejemplo, las personas con discapacidad, migrantes, personas de diverso origen étnico, identidad de género u orientación sexual.

**Garantiza el equilibrio numérico** de distintos grupos de personas y muestra su interacción en la comunidad.

[www.modii.org](http://www.modii.org)

Fotos > Pixels

Lo anterior, se aplica para material como fotografía, vídeo, animaciones, dibujos, presentaciones, entre otros.

Para promover la equidad de género en imágenes, evitemos estereotipos como la mujer recepcionista o el hombre médico. Optemos por representar a ambos géneros en igualdad de condiciones, en la misma proporción y escala, para reflejar la diversidad y promover la igualdad.

Evita hacer uso de imágenes de personas en cargos estereotípica.

## 7. EN EVENTOS

El cuerpo de la mujer o del hombre, no se utiliza como objeto publicitario en las comunicaciones o promociones, por el contrario, como institución de educación superior se destaca a los individuos por sus conocimientos, comportamientos y logros para que sirvan de referentes de opinión en los medios de comunicación.

**Las personas que promueven los servicios de la Universidad son de ambos sexos y su imagen proyecta la filosofía institucional y aspiracional.**

Evitar el uso de colores en forma estereotípica, ejemplo: azul para hombre rosa para mujer.

Distribución del espacio: no hacer distinción de uso de espacio por sexo, ejemplo: hombres a un lado mujeres al otro.

NO RECOMENDADO USAR



RECOMENDADO USAR



<b>Uso habitual (NO recomendado)</b>	<b>Uso inclusivo (Recomendado)</b>
Damas y caballeros	Todas las personas asistentes/ asistentes
Bienvenidos	Les damos la bienvenida
Los graduados	Quienes se gradúan

**Entendemos que el lenguaje funciona de forma dinámica y evoluciona acorde los contextos, en esa medida nuestra recomendación institucional es aplicar el lenguaje neutro en el que se incluyan a todas las personas.** De esta manera se evita el desdoblamiento del lenguaje (señores y señoras, niñas y niños, los y las estudiantes), apelamos a la economía de las palabras por su practicidad, siempre garantizando el lenguaje inclusivo.

## **8. DOCUMENTOS DE REFERENCIA**

### **Internos**

Acuerdo Superior 503 del 10 de septiembre de 2019, "Por medio de la cual se declara la Política de Inclusión e Interculturalidad de la Universidad Cooperativa de Colombia.

[https://www.ucc.edu.co/asuntos-legales/AcuerdosSuperiores2019/Acuerdo\\_503\\_de\\_2019.pdf](https://www.ucc.edu.co/asuntos-legales/AcuerdosSuperiores2019/Acuerdo_503_de_2019.pdf)

### **Externos**

Manual de Género para Periodistas:

<https://www.eird.org/orange-day/docs/genero/manual-de-genero-para-periodistas-pnud.pdf>

Guía de lenguaje inclusivo de Género Subsecretaría de las culturas y las artes:

<https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2023/02/0702guia-de-lenguaje-inclusivo-de-genero-1.pdf>



UNIVERSIDAD  
**COOPERATIVA**  
DE COLOMBIA