

DECÁLOGO

BUENAS PRÁCTICAS EN COMUNICACIÓN CON ENFOQUE DE GÉNERO

El lenguaje al igual que las personas no es igual, es diverso,
lo que no se nombra no existe.ⁱ

El lenguaje juega un papel fundamental en la socialización y transmisión de información creando realidades y formando identidades. De igual forma, su uso adecuado, a través de un lenguaje inclusivo, es un determinante para la sociedad pues puede promover cambios positivos entre las personas logrando que actitudes sexistas y discriminatorias se conviertan en prácticas equitativas, respetuosas e inclusivas que visibilicen la diversidad.

Para la Universidad Nacional de Colombia es importante incorporar estas buenas prácticas como parte del compromiso que tiene la institución en la producción y difusión de información académica, investigativa, cultural y tecnológica con enfoque de género y reconocer la diversidad de la comunidad universitaria promoviendo el respeto hacia los diferentes públicos, quienes constantemente consumen los contenidos producidos por los canales de comunicación análogos y digitales oficiales de la UNAL.

El Observatorio de Asuntos de género con estas orientaciones busca promover en las instancias y equipos encargados de la producción y difusión de información académica, investigativa, cultural y tecnológica de la Universidad la inclusión del enfoque de género.

ⁱ Ministerio de la mujer y poblaciones vulnerables de Perú



¿Qué hacer?

Incluir el enfoque de género en comunicaciones.
Este enfoque permite generar unos mínimos de equidad y eliminar las brechas que existen entre los géneros para el uso adecuado de los insumos de comunicaciones en la UNAL, a continuación, presentamos algunos ejemplos:

1 Utilizar un lenguaje inclusivo y no sexista: el lenguaje es la primera forma de inclusión, pero nuestra forma de comunicarnos en ocasiones omite o invisibiliza el aporte o punto de vista de las mujeres o las personas no binarias, por lo que es importante utilizar palabras y conceptos que permitan nombrar lo femenino y masculino, por ejemplo: utilice el femenino en oficios, profesiones y cargos (la respuesta de la abogada, la participación de la profesora), no use elementos gráficos que reducen lo femenino a un símbolo por ejemplo: profesor@s, Rector@s, amig@s, reemplace palabras universales masculinas por genéricos neutros, por ejemplo utilice “personal administrativo” en vez de “los administrativos” “la comunidad estudiantil” en lugar de solo “los estudiantes”.

2 No promover estereotipos de género: al construir mensajes que refuerzan los estereotipos tradicionales que asignan a las mujeres en tareas netamente de cuidado (cocina, limpieza, cuidado de los niños, compras) y a los hombres en labores productivas y económicas (trabajo, vida social, deportes, política) se reducen las oportunidades, las libertades y los derechos de las personas. Ser hombre o mujer, no determina el rol en la sociedad. Por lo que es importante construir contenidos y mensajes que muestren a las mujeres y los hombres en roles distintos a los que usualmente se les ha asignado en una sociedad patriarcal.

3 Incluir una representatividad equitativa entre hombres y mujeres en los contenidos producidos. Incluir dentro de los eventos, grabaciones y producciones en general a personas que representen diversos géneros, ya que esto además de enriquecer y fortalecer los contenidos evidencian los avances que ha tenido la comunidad universitaria en términos del reconocimiento de la diversidad, la igualdad de género y el respeto por sus derechos.

4

No prejuizar, la clave es preguntar. Es un error entender a la población LGBTI como una “comunidad” que comparte una identidad única o experiencias de vida similares. En Colombia, las personas LGBTI han sido víctimas de discriminación y exclusión social debido a su orientación sexual, expresión e identidad de género. Por esto es importante antes de hacer cualquier tipo de referencia en la creación de contenidos preguntar ¿Cómo quisiera que se le nombre o identifique?

5

Evitar comentarios o juicios de valor que generen mensajes que promuevan y justifiquen las violencias de género: ningún contenido debe incluir palabras o expresiones que promuevan ofensas, prejuicios, o atenten contra la integridad, la dignidad y la libertad de las mujeres o la población LGBTI independientemente del ámbito en el que se produzca, y que por ende normalicen o justifiquen las violencias de género

6

No Asumir prejuicios con base en el género: ni todos los hombres son valientes, agresivos, activos, graciosos, heterosexuales, independientes, inteligentes y decididos, ni todas las mujeres son pacíficas, tiernas, cálidas, sumisas, nobles, frágiles, sensibles o histéricas. Encasillar a alguien únicamente por su género es prejuizar y no admitir que existen muchas formas de ser.

7

Abordar las temáticas desde un enfoque interseccional. Visibilizar a las mujeres en los grupos étnicos, como a las adultas mayores, con discapacidad y con orientaciones e identidades de género no hegemónicas, favorece la comprensión de los procesos complejos que se derivan de la interacción de las mujeres en los diferentes factores sociales, económicos, políticos, culturales y simbólicos.

8





No usar frases homofóbicas, bifóbicas o transfóbicas. aunque parezcan inofensivas existen expresiones que contienen prejuicios, estereotipos y violencias. Ejemplo: “no pareces gay”, ¿Cuál era tú nombre de nacimiento? A una persona trans, ¿quién es la mujer de la relación?

9

Evitar presentar relaciones tradicionales de poder y subordinación. Identificarse con algún género, no determina la capacidad de una persona para desempeñarse en cualquier cargo de decisión, por lo cual para generar una comunicación más igualitaria se debe evitar la subordinación de un género a otro, por ejemplo, representar a las mujeres como secretarías y a los hombres como jefes.

10

Diríjase a las personas por su nombre. La mejor forma de referirse a alguien es por su nombre, evitando así el uso de palabras como: señor, señora, señorita, o cualquier título donde se asuma su género.

 @OAG_UNAL
 oag_unal
 obsAsuntodeGénero
 obsgenero_nal@unal.edu.co



FUENTES

Observatorio de género, círculo uruguayo de publicidad. Obtenido de <http://www.circulopublicidad.com/2020/08/03/observatorio-de-genero-circulo-uruguayo-de-la-publicidad/>

Ministerio de la mujer y poblaciones vulnerables de Perú*. Obtenido de <https://www.mimp.gob.pe/files/direcciones/dcteg/folleto-si-no-me-nombras.pdf>

Guía de lenguaje inclusivo de género – gobierno de Chile. Obtenido de: <https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2017/01/guia-lenguaje-inclusivo-genero.pdf>

Re-flexionar palabras: cartilla sobre lenguaje incluyente y no discriminatorio defensoría del pueblo de Colombia

Oficina del alto comisionado para los derechos humanos. (s.f.). Los estereotipos de género y su utilización. Obtenido de: <https://www.ohchr.org/sp/issues/women/wrgs/pages/genderstereotypes.aspx>

Guía práctica para la inclusión de las personas lgbti en los planes de desarrollo territorial (pdt). Obtenido de: <https://caribeafirmativo.lgbt/wp-content/uploads/2020/02/gu%c3%ada-pr%c3%a1ctica-para-la-inclusi%c3%b3n-de-las-personas-lgbti-en-los-planes-de-desarrollo-territorial-pdt-1.pdf>

Recomendaciones para ser incluyente desde el lenguaje. Obtenido de: http://www.equidadmujer.gov.co/documents/cajaherramientas2018/ch2018_lenguaje-incluyente.pdf