

PROTOCOLO

COMUNICACIÓN ASERTIVA CON ENFOQUE DE GÉNERO Y DIVERSIDAD

Florencia – Caquetá 2025

Este protocolo fue elaborado por la **Fundación Casa del Pensamiento** en el marco de la **consultoría realizada para el proyecto PazDiversa de la Cooperación Alemana para el Desarrollo (GIZ)**, con el propósito de fortalecer las capacidades institucionales en comunicación inclusiva, con enfoque de género y diversidad.

Esta publicación ha sido apoyada por el proyecto PazDiversa, que es implementado por la Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH y sus contrapartes nacionales: Ministerio de Igualdad y Equidad y Agencia Presidencial de Cooperación Internacional de Colombia, APC-Colombia; por encargo del Ministerio Federal de Cooperación Económica y Desarrollo (BMZ) de Alemania. Como empresa federal, la GIZ asiste al Gobierno de la República Federal de Alemania en su labor para alcanzar sus objetivos en el ámbito de la cooperación internacional para el desarrollo sostenible. Las ideas vertidas en imagen y texto son responsabilidad exclusiva de los autores, para cualquier duda o aclaración relacionada con el contenido remitirse directamente a los mismos.



TABLA DE CONTENIDO

	PAG.
1. Presentación	3
2. Objetivo del Protocolo	4
3. Principios Rectores	5
4. Pautas para el uso de lenguaje inclusivo	6
5. Recomendaciones para cada formato	8
6. Imágenes y representaciones visuales	10
7. Ejemplos ilustrativos	11
8. Lista de verificación para revisión previa	14
9. Marco normativo	15
10. Ruta de implementación institucional	16
11. Anexos	18

PRESENTACIÓN

La comunicación institucional no es neutral. Las palabras, imágenes y narrativas que se utilizan en boletines, piezas gráficas, videos o redes sociales moldean la forma en que comprendemos la realidad. Por eso, en el marco de la implementación de la Política Pública “Desde, con y para las Mujeres del Caquetá 2017–2027” y de la Política Pública Municipal de Mujeres de Florencia “Tejemos nuestras voces para una vida digna” 2020–2030, este protocolo busca fortalecer el compromiso de la Gobernación del Caquetá y la Alcaldía de Florencia con una comunicación más humana, inclusiva y respetuosa del género y las diversidades.

Este documento ha sido desarrollado en el marco de la consultoría adelantada por la Fundación Casa del Pensamiento, como parte del proyecto PazDiversa de la Cooperación Alemana para el Desarrollo (GIZ), una iniciativa que promueve la equidad de género, la diversidad y la transformación cultural dentro de las entidades públicas del territorio.

El protocolo es una guía práctica dirigida a periodistas, comunicador*s, diseñador*s, publicistas y equipos de comunicación institucionales que elaboran contenidos para informar, sensibilizar y representar a la ciudadanía. Su propósito es brindar herramientas claras y aplicables que orienten la producción de mensajes, imágenes y narrativas desde una perspectiva de género y diversidad, para que reflejen con mayor precisión y justicia la pluralidad de las personas que habitan el territorio.

Al aplicar este protocolo, se da un paso hacia la transformación cultural a través de una institucionalidad que no solo reconozca la igualdad en sus discursos, sino que la practique en cada publicación, diseño o video. Una comunicación más consciente, cuidadosa y transformadora es también una forma de garantizar derechos.

2. Objetivos del Protocolo

Este protocolo tiene como objetivo orientar a las oficinas de comunicación de la Gobernación del Caquetá y la Alcaldía de Florencia en la producción de contenidos comunicativos que promuevan la equidad de género, la inclusión y el respeto por la diversidad. Se propone como una herramienta práctica para:

- Evitar expresiones sexistas, excluyentes o estigmatizantes en el lenguaje verbal, visual y audiovisual.
- Fomentar una representación justa y diversa de mujeres, hombres y personas con identidades y expresiones de género diversas en los productos comunicativos institucionales.
- Fortalecer las capacidades de los equipos de prensa y comunicación en el uso de herramientas que integren los enfoques de género, diferencial e interseccional de manera transversal.
- Promover una cultura institucional que reconozca las desigualdades estructurales y contribuya a su transformación a través de la comunicación pública.
- Garantizar la coherencia entre las piezas comunicativas de la entidad y los compromisos asumidos en la Política Pública de Equidad de Género del departamento del Caquetá y la Política Pública Municipal de Mujeres de Florencia, así como en las acciones del proyecto PazDiversa de la Cooperación Alemana para el Desarrollo (GIZ).

En suma, este documento busca convertirse en una guía cotidiana de consulta, útil tanto para la producción como para la validación de contenidos, asegurando que cada mensaje institucional refleje los principios de igualdad, no discriminación y reconocimiento de la diversidad, durante la implementación del Acuerdo Final de Paz.

3. Principios rectores

La aplicación de este protocolo se basa en principios fundamentales que orientan una comunicación institucional ética, respetuosa y transformadora. Estos principios no solo permiten identificar y corregir prácticas comunicativas discriminatorias, sino también construir mensajes que reflejen una visión más justa e inclusiva del territorio.

Igualdad y equidad de género

Reconocer que todas las personas, sin distinción de género, tienen los mismos derechos, oportunidades y dignidad. La equidad implica también tomar medidas diferenciadas que compensen las desigualdades históricas.

No discriminación

Evitar cualquier forma de exclusión o trato desigual basado en género, orientación sexual, identidad de género, etnia, edad, discapacidad, origen territorial, entre otras condiciones. La comunicación pública debe ser una herramienta para visibilizar derechos, no para reforzar prejuicios.

Interseccionalidad

Comprender que las personas pueden experimentar múltiples formas de discriminación simultáneamente (por ser mujer, afrodescendiente, rural, con discapacidad, etc.). Por eso, las narrativas deben ser sensibles a estas realidades complejas.

Enfoque diferencial

Adaptar los mensajes según las características y contextos de los distintos grupos poblacionales, reconociendo sus particularidades culturales, territoriales y vitales. No todos los públicos reciben ni procesan la información de la misma forma.

Representación justa y diversa

Garantizar que todas las personas sean visibilizadas en los contenidos institucionales: mujeres, hombres, personas no binarias, de diferentes etnias, edades, cuerpos, orientaciones y capacidades. La imagen de lo público debe reflejar la pluralidad de quienes habitan el territorio.

Responsabilidad institucional

Las oficinas de comunicación son agentes clave en la transformación cultural. Cada palabra, imagen o pieza producida desde la institucionalidad puede reforzar o cuestionar desigualdades. Por eso, comunicar con enfoque de género es un acto de responsabilidad pública.

4. Pautas para el uso de lenguaje inclusivo

El lenguaje es una herramienta poderosa: no solo nombra la realidad, sino que también la construye. Usar un lenguaje inclusivo con enfoque de género y diversidad permite visibilizar a quienes han sido históricamente excluid*s y contribuye a transformar imaginarios discriminatorios. Estas pautas buscan orientar a periodistas, comunicadores, diseñadores y publicistas para que sus mensajes institucionales sean más equitativos, cuidadosos y representativos.

Evita el uso del masculino genérico

- **X** No recomendado: *“Todos los ciudadanos deben registrarse”*
- **✓** Mejor: *“Toda la ciudadanía debe registrarse”* / *“Todas las personas deben registrarse”*

Usa sustantivos colectivos o neutros

Sustituye palabras marcadas por el género con términos neutrales:

- **X** *“Los alumnos”* → **✓** *“El estudiantado”*
- **X** *“Los funcionarios”* → **✓** *“El personal”*
- **X** *“Los líderes”* → **✓** *“Las personas que lideran”*

Desdoblamientos y uso de la “x”, “@”, “*” o “e”

- El uso de *“lxs”, “tod@s”, “l*s”* o *“todes”* puede ser útil en ciertos espacios informales, como redes sociales o piezas juveniles.

- En documentos oficiales se recomienda optar por fórmulas neutras, claras y accesibles para todas las audiencias.

Visibiliza lo femenino y la diversidad cuando sea necesario

No se trata de duplicar todos los términos, sino de hacerlo cuando es importante destacar la participación de mujeres, diversidades o grupos tradicionalmente excluidos.

- ✓ Ejemplo: *“Las lideresas sociales, los líderes comunitarios y las personas LGBTI participaron del encuentro”.*

Evita expresiones sexistas o que perpetúen estereotipos

- ✗ *“Las mujeres son más emocionales”*
- ✗ *“Los hombres no lloran”*
- ✓ En su lugar, usa lenguaje basado en hechos, no en prejuicios.

Revisa los títulos de cargos y profesiones

Utiliza las formas femeninas y masculinas de los cargos o fórmulas neutras cuando aplique:

- ✓ *“la secretaria técnica”, “el coordinador logístico”, “quien lidera el proceso”, “el equipo técnico”*

Cuidado con los verbos impersonales

Cambia estructuras que invisibilizan a los sujetos:

- ✗ *“Se notificó a los interesados”* → ✓ *“Se notificó a las personas interesadas”* o *“El equipo notificó a las personas inscritas”*

5. Recomendaciones según tipo de formato comunicativo

Cada medio y formato tiene características particulares que requieren adaptaciones específicas para garantizar una comunicación con enfoque de género y diversidad. A continuación, se ofrecen orientaciones concretas para los formatos más utilizados en las entidades públicas.

Comunicados de prensa y boletines institucionales

- Evita el uso del masculino genérico (“los ciudadanos”, “los funcionarios”).
- Incluye citas o voces diversas: mujeres, jóvenes, personas LGBTI, indígenas, personas rurales.
- Revisa que los títulos de cargos estén en femenino, masculino o neutro, según el caso.
- Usa lenguaje claro, accesible y sin estereotipos de género.

Ejemplo:

- ❖ **X** “El gobernador agradeció a los hombres y mujeres que lo acompañaron.”
- ❖ **✓** “La Gobernación agradeció al equipo técnico y a las personas participantes en el proceso.”

Redes sociales (Facebook, Instagram, X, TikTok, WhatsApp)

- Usa lenguaje inclusivo que conecte con distintas audiencias: “Todas las personas que habitan el territorio”, “quien lo necesite”.
- Alterna el uso de fórmulas neutras y, en algunos casos, expresiones como “todes”, “l*s”, o emojis que amplíen el sentido de inclusión (con moderación y contextualización).
- Asegúrate de que las imágenes o gráficas muestren diversidad corporal, étnica, etaria y de género.
- Evita frases que refuercen estereotipos o roles tradicionales.

Ejemplo gráfico sugerido:

- ❖ **✓** Campaña de salud → Representar de manera equilibrada a hombres, mujeres y personas no binarias, de distintas edades, capacidades y etnias presentes en el territorio, accediendo en igualdad de condiciones a los servicios de salud.

Piezas gráficas e ilustraciones

- Representa personas diversas en cuanto a género, color de piel, edad, orientación sexual, discapacidad, vestimenta y cuerpo.
 - No uses íconos o símbolos exclusivamente masculinos para representar a toda la población.
 - Cuida los colores, tipografías y jerarquías visuales para no reforzar asociaciones estereotipadas (rosa para mujeres, azul para hombres).
 - Evita la hipersexualización de los cuerpos o el uso de imágenes con sesgo.
-

Videos institucionales y campañas audiovisuales

- El guion debe evitar frases sexistas o clasistas.
 - Usa voz en off, subtítulos con lenguaje incluyente y, de ser posible, incorpora interpretación en lengua de señas para garantizar una comunicación accesible.
 - Incluye testimonios de mujeres, lideresas, personas diversas y colectivos históricamente invisibilizados.
 - En la edición, asegúrate de equilibrar la participación de todos los géneros en pantalla y no solo en roles secundarios.
-

Producción radial y podcasts

- Cuida los contenidos y expresiones en entrevistas o narrativas.
 - Alterna voces femeninas, masculinas y diversas en la locución.
 - Usa ejemplos y relatos que no refuercen estereotipos o violencia simbólica.
 - Promueve el uso de lenguas indígenas y su traducción al español.
-

Páginas web y contenidos digitales

- Revisa la coherencia del lenguaje en menús, botones y formularios.
 - Asegúrate de que las imágenes en el sitio institucional reflejen equidad.
 - Incluye accesibilidad para personas con discapacidad (alt text, contrastes, lectores de pantalla, lenguaje de señas).
-

6. Imágenes y representaciones visuales

La imagen también comunica. En cada pieza institucional, ya sea una foto, ilustración, ícono o video, se construyen narrativas sobre quiénes importan, quiénes son visibles y cómo se representa el poder, la participación y los roles de género. Una comunicación con enfoque de género y diversidad debe garantizar que sus imágenes no refuercen estereotipos ni invisibilicen a poblaciones históricamente excluidas. A continuación, se presentan criterios clave para orientar su uso responsable:

Representa la diversidad real del territorio

- Incluye personas de diferentes géneros, orientaciones sexuales, edades, etnias, corporalidades, niveles de capacidad, orígenes rurales o urbanos.
- Evita representar siempre a los hombres como líderes o protagonistas y a las mujeres como asistentes o cuidadoras.

Ejemplo visual:

- ❖  Foto de una reunión institucional solo con hombres al frente.
- ❖  Foto con mujeres, hombres y personas diversas participando y liderando.

Evita imágenes estereotipadas

- No uses recursos visuales que refuercen roles tradicionales (como mujeres cocinando o cuidando, hombres en cargos de mando).
- No asocies colores, poses o entornos a un solo género (rosa para niñas, azul para niños).
- Rechaza el uso de imágenes hipersexualizadas o que cosifiquen los cuerpos.

Usa íconos, pictogramas y personajes inclusivos

- Revisa que los íconos no sean solo figuras masculinas por defecto.
- Considera usar versiones neutras o mixtas para representar personas, familias, profesiones o grupos poblacionales.
- Si usas avatares, humaniza la diversidad (por ejemplo, personas con bastón, con turbante, con rasgos afro o indígenas, con silla de ruedas).

Incluye a las personas en sus contextos y desde sus fortalezas

- Representa a las mujeres y diversidades como sujetas de derechos, con agencia, liderazgo y participación activa.
- Evita mostrar solo “situaciones de vulnerabilidad” sin contexto ni propuesta de transformación.

Ejemplo visual:

- ❖ ✓ Mujer campesina explicando su proyecto productivo / joven trans participando en una rueda de prensa.

Acompaña las imágenes con textos responsables

- Las imágenes deben estar alineadas con el lenguaje del texto: no es coherente un discurso inclusivo con una imagen excluyente.
 - Usa subtítulos, pies de foto o descripciones que nombren a las personas con respeto por su identidad.
-

7. Ejemplos ilustrativos

A continuación, se presentan situaciones reales de comunicación institucional adaptadas con enfoque de género y diversidad. Estos ejemplos pueden usarse como referencia para la redacción, revisión y validación de contenidos.

Ejemplo 1 – Pieza para redes sociales sobre jornada de atención ciudadana

Antes (NO recomendado):

“Invitamos a todos los ciudadanos a acercarse al parque principal este viernes para resolver sus inquietudes.”

Después (con enfoque de género y diversidad):

“Invitamos a toda la ciudadanía a participar este viernes en la jornada de atención ciudadana en el parque principal. Nuestro equipo estará disponible para acompañarles con respeto y calidez.”

Puntos a favor:

- ✓ Sustituye el masculino genérico.
- ✓ Usa lenguaje accesible, cercano y empático.
- ✓ No asume identidades ni condiciones previas.

Ejemplo 2 – Imagen institucional para campaña de salud

Antes:

Foto con solo mujeres recibiendo charla de planificación familiar.

Después:

Imagen con participación de mujeres, hombres, personas LGBTQ+ y personas con discapacidad, todas accediendo a información en igualdad de condiciones.

Puntos a favor:

- ✓ Visibiliza la diversidad poblacional.
- ✓ Refuerza el derecho a la salud sin sesgos.
- ✓ Evita estereotipos de género (como que solo las mujeres se cuidan o consultan).

Ejemplo 3 – Boletín de prensa sobre foro interinstitucional

Antes:

“El gobernador se reunió con los líderes del sector económico para evaluar propuestas.”

Después:

“La Gobernación del Caquetá se reunió con liderazgos del sector económico para escuchar y evaluar propuestas de mujeres emprendedoras, jóvenes rurales y representantes empresariales.”

Puntos a favor:

- ✓ Despersonaliza el poder institucional (no gira en torno a una figura masculina).
- ✓ Nombra explícitamente a actores diversos.
- ✓ Refuerza el enfoque inclusivo y participativo.

Ejemplo 4 – Video institucional sobre cultura y patrimonio

Antes:

Guion en voz masculina omnisciente: *“Desde hace siglos, el hombre ha construido la historia del territorio...”*

Después:

Voz en off compartida entre mujeres y hombres: *“La historia del territorio se ha tejido entre saberes campesinos, memorias de mujeres indígenas y voces jóvenes que cuidan la vida.”*

Puntos a favor:

- ✓ Diversidad de voces.
 - ✓ Reconocimiento de sujetos históricos diversos.
 - ✓ Narrativa poética y respetuosa.
-

8. Lista de verificación para revisión de contenidos antes de su publicación

Antes de aprobar o publicar una pieza comunicativa (texto, imagen, video, gráfica, publicación en redes, etc.), responde las siguientes preguntas. Si hay una o más respuestas negativas, revisa y ajusta el contenido.

No	Pregunta de verificación	✓ Sí	✗ No
1	¿El lenguaje evita el uso del masculino genérico?		
2	¿Se usaron términos neutros o colectivos (como ciudadanía, personal, comunidad)?		
3	¿El texto visibiliza de forma equitativa a mujeres, hombres y personas diversas?		
4	¿Se evitó el uso de estereotipos o frases sexistas, clasistas o discriminatorias?		
5	¿Las imágenes representan diversidad en género, edad, etnia, cuerpos y capacidades?		
6	¿Los íconos o pictogramas no refuerzan el sesgo masculino o excluyente?		
7	¿Las voces o testimonios incluyen distintas identidades o perspectivas?		
8	¿Se cuidó el tono para que sea empático, respetuoso y accesible para todas las personas?		
9	¿Se incluyó contenido específico (texto, símbolo, color) para visibilizar a poblaciones LGBTQ+ si aplica?		
10	¿Se respetó la identidad de género, nombres y pronombres de las personas mencionadas?		

Sugerencia de uso:

- Incluir esta lista como parte del flujo de aprobación interna en las oficinas de comunicaciones.
- Socializar con equipos de diseño, redacción, audiovisuales y redes sociales.
- Adaptarla según el formato o tipo de contenido: post, boletín, video, afiche, etc.

9. Marco normativo

Este protocolo se fundamenta en un conjunto de normas, políticas y compromisos institucionales que promueven la igualdad de género, la no discriminación y el respeto por la diversidad en la comunicación pública. A continuación, se presentan los principales referentes normativos que orientan su aplicación:

A. Normatividad local y territorial

- **Política Pública de Equidad de Género del Departamento del Caquetá “Desde, con y para las mujeres del Caquetá” 2017–2027:** Reconoce la diversidad de las mujeres (rurales, indígenas, afrodescendientes, con discapacidad, LBT, entre otras) y establece acciones concretas para transversalizar el enfoque de género en todas las áreas de gobierno, incluida la comunicación institucional.
- **Política Pública Municipal de Mujeres de Florencia “Tejemos nuestras voces para una vida digna” 2020-2030:** es una hoja de ruta construida con participación activa de mujeres florencianas, que busca garantizar sus derechos, eliminar las violencias y promover su autonomía en todos los ámbitos. Reconoce la diversidad de las mujeres del territorio y articula acciones institucionales para avanzar hacia una vida más equitativa, digna y libre de discriminación.
- **Planes de Igualdad de Oportunidades de los entes territoriales:** Lineamientos locales que articulan acciones para la eliminación de barreras de género y la promoción de la participación de las mujeres y personas diversas en la vida pública.

B. Normatividad nacional

- **Constitución Política de Colombia (1991):** Art. 13: igualdad ante la ley y prohibición de cualquier forma de discriminación. Art. 70 y 71: promoción de la cultura y reconocimiento de la diversidad.
- **Ley 1257 de 2008:** Sobre la prevención, atención y sanción de las violencias contra las mujeres. Incluye la obligación del Estado de promover campañas y contenidos comunicativos libres de sexismo.
- **Ley 823 de 2003:** Por la cual se establecen normas sobre igualdad de oportunidades para las mujeres.
- **Ley 1098 de 2006 (Código de Infancia y Adolescencia):** Reconoce el derecho de niños, niñas y adolescentes a recibir información adecuada, sin sesgos ni estereotipos.
- **Ley 1482 de 2011 (Ley Antidiscriminación):** Penaliza los actos de discriminación por razones de raza, etnia, religión, nacionalidad, sexo u orientación sexual.

- **Ley 1719 de 2014 y Ley 294 de 1996:** Disposiciones específicas para prevenir y sancionar las violencias sexuales, con énfasis en el tratamiento adecuado en medios de comunicación.

C. Normas y estándares internacionales

- **Convención sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW) (1979).** Art. 10(c) - exige eliminar los estereotipos de género en todos los niveles de educación y comunicación.
- **Conferencia de Beijing (1995).** Plantea la necesidad de una comunicación que contribuya a la equidad de género y elimine los discursos sexistas en medios de comunicación.
- **Objetivos de Desarrollo Sostenible (Agenda 2030 – ONU).** Objetivo 5 - Igualdad de género. Objetivo 10 - Reducción de las desigualdades.
- **Recomendaciones de UNESCO (2012) y ONU Mujeres (2020).** Sobre lenguaje inclusivo y medios de comunicación con perspectiva de género.

10. Ruta de implementación institucional

Para que este protocolo se convierta en una herramienta efectiva en el trabajo cotidiano de las oficinas de comunicación de la Gobernación del Caquetá y la Alcaldía de Florencia, se propone una hoja de ruta que facilite su adopción formal, su apropiación por parte de los equipos y su sostenibilidad en el tiempo.

A. Adopción formal del protocolo

- **Emitir un acto administrativo** (resolución, circular o directriz interna) que respalde su aplicación en todas las dependencias que produzcan contenido comunicativo.
- **Incluir el protocolo como anexo en el manual de comunicaciones institucionales** o como complemento del manual de identidad visual y editorial.
- **Asignar una instancia responsable** (ej. oficina de comunicaciones o enlace de género) para liderar su implementación y seguimiento.

B. Sensibilización y formación del personal

- **Realizar sesiones de capacitación básicas y prácticas** para periodistas, diseñadores, publicistas, community managers y contratistas que generen contenido.
- **Incluir módulos sobre lenguaje no sexista, estereotipos visuales y comunicación interseccional**, según los tipos de formatos que se usen (textual, audiovisual, gráfico, radial).

- **Incorporar ejercicios de revisión de piezas reales** antes y después del enfoque de género.

C. Integración en procesos y productos

- **Aplicar la lista de verificación previa a la publicación** como parte del flujo de validación de contenidos.
- **Revisar y ajustar campañas y piezas vigentes** para alinearlas con las recomendaciones del protocolo.
- **Diseñar fichas o plantillas estándar** para convocatorias, boletines, redes sociales, con lenguaje neutro, representaciones diversas y narrativa incluyente.

D. Monitoreo y mejora continua

- **Elaborar un breve informe semestral** que identifique avances, retos y recomendaciones en el uso del protocolo.
- **Recoger retroalimentación del público y de otros equipos institucionales** sobre el impacto de los contenidos comunicativos.
- **Actualizar el protocolo periódicamente**, según los aprendizajes, cambios normativos o nuevas necesidades del contexto territorial.

Este protocolo no es un punto de llegada, sino un punto de partida para transformar la comunicación pública en una herramienta real de inclusión, equidad y reconocimiento.

“La comunicación con enfoque de género y diversidad es un camino necesario para construcción de Paz.”

ANEXOS

Glosario

Identidad de género: Sentido interno y personal que tiene una persona sobre su propio género. Puede coincidir o no con el sexo asignado al nacer.

Expresión de género: Forma en que una persona comunica su identidad de género al mundo, a través de la apariencia, el lenguaje corporal, el comportamiento o la vestimenta.

Orientación sexual: Atracción emocional, afectiva, romántica o sexual hacia otras personas. Puede ser hacia el mismo género, otro, varios o ninguno.

Sexo asignado al nacer: Clasificación médica que se hace de una persona al momento de nacer según sus características biológicas (generalmente masculino o femenino).

Patriarcado: Sistema social y cultural que otorga poder y privilegio principalmente a los hombres, subordinando a las mujeres y otras identidades.

Machismo: Conjunto de actitudes, prácticas y creencias que promueven la superioridad del hombre sobre otras identidades de género.

Feminismo: Movimiento político y social que busca la igualdad de derechos y oportunidades entre mujeres, hombres y personas diversas.

Cisgénero: Persona cuya identidad de género coincide con el sexo que se le asignó al nacer.

Transgénero: Persona cuya identidad de género no coincide con el sexo asignado al nacer. Puede o no realizar cambios físicos.

No binarie: Persona que no se identifica exclusivamente como hombre o como mujer. Puede ubicarse en un espectro fluido o en una identidad distinta.

Diversidad sexual y de género: Reconocimiento de la existencia de múltiples orientaciones sexuales, identidades y expresiones de género.

Estereotipo: Creencia o imagen simplificada, generalizada y rígida sobre un grupo de personas, que limita su reconocimiento y derechos.

Lenguaje sexista: Uso del lenguaje que invisibiliza, excluye o subordina a las mujeres o a personas no masculinas.

Lenguaje inclusivo: Uso del lenguaje que busca visibilizar a todas las personas, sin reproducir estereotipos ni jerarquías de género.

Interseccionalidad: Perspectiva que reconoce que las personas pueden vivir múltiples formas de discriminación simultáneamente (por género, raza, clase, discapacidad, etc.).

Enfoque diferencial: Reconocimiento de las diferencias individuales y colectivas (género, edad, etnia, discapacidad, orientación sexual) para garantizar derechos de forma equitativa.

Misoginia: Odio, desprecio o violencia contra las mujeres por el hecho de serlo.

Heteronormatividad: Suposición de que todas las personas son heterosexuales y que esa orientación es la norma o la única válida.

Violencia simbólica: Formas sutiles y normalizadas de violencia que se manifiestan a través de imágenes, lenguaje, discursos o representaciones que refuerzan desigualdades.

Sujetos de derechos: Personas o colectivos reconocidos como titulares de derechos, independientemente de su género, orientación sexual, etnia, edad o condición.

Bibliografía

COMMCA/SICA. (2014). *Guía práctica sobre género y comunicación*. Sistema de Integración Centroamericana.

PNUD Ecuador. (2020). *Orientaciones para promover una comunicación y lenguaje sensibles al género*. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.

Ministerio de las Mujeres, Géneros y Diversidad. (2021). *(Re)Nombrar: Guía para una comunicación con perspectiva de género*. Editorial MinGéneros.

Secretaría Distrital de la Mujer. (2020). *Manual para una comunicación libre de sexismo y discriminación*. Alcaldía de Bogotá.

Universidad de Concepción. (2024). *Manual para la comunicación inclusiva y con perspectiva de género*. Dirección de Comunicaciones, UdeC.

Organismos Iberoamericanos. (2023). *Lenguaje inclusivo con perspectiva de género*. OOIB.

Fundación ProAmazónica. (2022). *Manual de uso del lenguaje no sexista*.

Fundación ProAmazónica & GIZ. (2023). *Cartilla de Comunicación con Enfoque de Género*. Proyecto ProAmazonía, cooperación alemana.