



MANUAL DE COMUNICACIÓN

NOSEXISTA

E INCLUSIVA

ORIENTACIONES PARA UNA COMUNICACIÓN RESPETUOSA

MANUAL DE COMUNICACIÓN

NOSEXISTA

E INCLUSIVA

ORIENTACIONES PARA UNA COMUNICACIÓN RESPNUOSA



Programa de
Género y Equidad



En este manual encontrarás...

05 A Sobre este manual

- ¿Por qué es necesario este manual?
- ¿A quiénes está dirigida esta guía de orientaciones?

09 B Conceptos Claves

- Sexismo y Androcentrismo
- Educación Sexista, Lenguaje y Comunicación
- Sexo y Género
- Género, Identidad de Género y Orientación
- Estereotipos y Sesgos de Género
- Las personas de la comunidad LGTBQI+

20 C Lenguaje Inclusivo, Comunicación Sexista, Comunicación No Sexista

- Lenguaje Inclusivo
- Comunicación Sexista y Comunicación No Sexista

24 D Caja de Herramientas

- 25 • El género y la gramática
- 26 • Comunicación Corporativa - Institucional
- 30 • Comunicación con imágenes

32 E Directrices generales

- 34 • ¿Qué tan importante es preguntar por el sexo/género?

36 F Orientaciones para Comunicaciones

Científicas/Investigaciones

- 37 • Perspectiva de Género en todo el proceso de una propuesta de investigación, estudio o proyecto
- 39 • Educación sexista y las mujeres en las carreras y profesiones relacionadas a STEM
- 44 • Recomendaciones y Orientaciones para la Comunicación Científica con Enfoque de Género

46 G Referencias

Índice de tablas

08 1 Convenciones y Marcos Legales sobre Equidad Igualdad de Género

11 2 Sexismo y Androcentrismo

25 3 estrategias útiles para modificar o cambiar prácticas de escritura, expresión y decisiones a la hora de comunicar.

28 4 Formas gramaticales recomendadas

29 5 Títulos y grados con variable género en la UTEM

38 6 Formulario de Identificación sobre actividad de investigación emprendimiento - de transferencia tecnológica con enfoque de género e inclusivo.

→ Sobre este manual

La Universidad Tecnológica Metropolitana es una Institución de Educación Superior del Estado de Chile, comprometida con los objetivos de igualdad y equidad de género e inclusión de todas las personas que forman parte de su comunidad, lo cual ha sido plasmado en su Política Institucional de Género UTEM 2022-2030, cuyo principal objetivo es “*Garantizar la igualdad y equidad de género en la Universidad Tecnológica Metropolitana mediante la institucionalización y transversalización de la perspectiva de género en los distintos ámbitos de su quehacer junto con la erradicación de las violencias y discriminación en razón del género*”.

Este documento orientador para una comunicación no sexista e inclusiva es parte de los compromisos adquiridos en la política institucional de género específicamente en el Eje Estratégico 1: *Promoción de una cultura de igualdad de género considerando la perspectiva de género y la interseccionalidad*. De esta forma se busca **fomentar el uso de lenguaje inclusivo y no sexista en las distintas interacciones de la convivencia universitaria**.

En este contexto institucional, la elaboración de este documento contó con la asesoría especializada en materia de lenguaje inclusivo y no sexista, mediante el financiamiento de la Agencia Nacional de Investigación y Desarrollo (ANID) del Ministerio de Ciencia, Tecnología, Conocimiento e Innovación, en el marco del proyecto adjudicado en el Concurso “Desarrollo de capacidades Institucionales para la innovación basada en investigación y desarrollo en educación superior InES I+D 2021”.

Dentro de este eje estratégico anterior se encuentra el Objetivo Específico 2: *Fomentar la transversalización de la perspectiva de género a través de los ámbitos de docencia, investigación, extensión, vinculación con el medio y gestión institucional*.

Es importante señalar que las orientaciones de este documento fueron diseñadas con la participación de los distintos estamentos de la comunidad universitaria en un proceso que incluyó un taller de formación y luego una discusión sobre su contenido.

Se espera que estas orientaciones puedan ser usadas como una referencia en el quehacer diario de las diversas unidades que componen la institución.

¿Por qué es necesario un manual de comunicación no sexista o con enfoque de género que tenga una mirada inclusiva?

- Porque la Ley 21094 de Universidades del Estado señala que los principios que guían el quehacer de estas instituciones son el pluralismo y laicidad, traducido en el respeto de toda expresión religiosa, la libertad de pensamiento y de expresión; la libertad de cátedra, de investigación y de estudio; la participación, la no discriminación, la equidad de género, el respeto, la tolerancia, la valoración y el fomento del mérito, la inclusión, la equidad, la solidaridad, la cooperación, la pertinencia, la transparencia y el acceso al conocimiento. Así, la UTEM como institución pública y estatal adhiere a ese ethos identitario.
- Porque el lenguaje inclusivo desde una perspectiva de Derechos no sólo nombra para visibilizar y hacer presente, sino también para invisibilizar y cargar con prejuicios y estereotipos de lo que las personas son.
- Porque vivimos una época dinámica y cambiante, en que el lenguaje y los diversos formatos y niveles de comunicación se ven desafíados a dinamizarse y ponerse al día en materia de derechos humanos y a no seguir las lógicas relacionadas con los sesgos, discriminación y prejuicios existentes no sólo en los medios de comunicación o en las plataformas de redes sociales, sino especialmente en las instituciones educativas. Estas últimas se relacionan con las demandas por una educación no sexista y con la incorporación de una perspectiva de género en todos los procesos relacionados con la generación, creación, distribución de información, conocimientos y la creación de proyectos e iniciativas que impliquen el desarrollo de emprendimientos, transferencia tecnológica e innovación.

1	CONVENCIONES Y MARCOS LEGALES SOBRE EQUIDAD DE GÉNERO
	* Convención sobre la Eliminación de todas las formas de discriminación contra las mujeres (CEDAW): ratificada por Chile en el año 1989 obliga a los Estados Partes a garantizar la igualdad de derechos económicos, sociales, culturales, civiles y políticos, a hombres y mujeres, sin distinciones". El Protocolo Facultativo se publicó en el Diario Oficial en mayo de 2021.
	* Convención Interamericana para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra la Mujer (Convención de Belém do Pará), suscrita por Chile en 1996, promueve "el derecho de las mujeres a vivir una vida libre de violencia".
	* Ley 21.369, promulgada en agosto del año 2021, regula el acoso sexual, la violencia y la discriminación de género en el ámbito de la educación superior en Chile.
	* Ley 21.334 sobre Apellidos de hijos e hijas que termina con la obligación de llevar el apellido paterno primero y abre la posibilidad de elección por parte de la familia sobre el orden de los apellidos y el cambio de orden de los mismos para personas mayores de 18 años.

¿A quiénes está dirigida esta guía de orientaciones?

**A toda la comunidad universitaria:
cuerpo académico, estudiantado,
personal administrativo y autoridades.**

En particular, las recomendaciones incluidas consideran su aplicación en los distintos niveles de comunicación, tanto interno como externo a la institución, así como en protocolos de comunicación con la comunidad estudiantil, comunicación académica y científica o en instrumentos que fomenten el emprendimiento, transferencia tecnológica e innovación.



Conceptos Claves



Sexismo y Androcentrismo

Según la RAE se entiende por **sexismo**: “*discriminación de las personas por razón de sexo*”, ampliéndose en el uso de la lengua española a conceptos como “discriminación sexual” e incluso a “discriminación de género”.

* EJEMPLO

- Una mujer científica o profesional o deportista es señalada por su rol de madre y “dueña de casa”, en vez de destacar sus conocimientos y competencias de experta.
- Una persona trans es estereotipada de acuerdo a sus características físicas en una conversación social.

El **sexismo** es *cualquier expresión* (un acto, una palabra, una imagen, un gesto) basada en la idea de que algunas personas, casi siempre mujeres, son inferiores por razón de su sexo.

* EJEMPLOS SEXISMO

- Las mujeres están subrepresentadas en las noticias: un reciente informe de la consultora Llorente y Cuenca realizado en base al análisis de 14 millones de noticias digitales publicadas el año 2022 de 12 países de América Latina, España y El Caribe señala que hay 2,5 noticias más referidas a hombres que mujeres y que hay más hombres firmando columnas de opinión o análisis sobre temas de ciencia, tecnología, economía, entre otros.
- Según la ONU, las niñas que viven en zonas de conflicto tienen el doble de posibilidades que los niños de perder su educación.
- Dos tercios (2/3) de las personas analfabetas en el mundo son mujeres. (Naciones Unidas)
- En gran parte del mundo, las mujeres siguen representando mayoritariamente la responsabilidad del trabajo de cuidados no remunerado.

* EJEMPLOS DE FRASES SEXISTAS

- “*Es muy tonta, pero por lo menos es guapa y está muy buena*”
- “*Los hombres no lloran*”
- “*Mujer tenía que ser....”*
- “*Pórtate como un machito”*
- “*Pórtate como una señorita”*
- “*No te portes como una niñita”*

Las actitudes sexistas se producen y reproducen en los medios de comunicación (masivos y no masivos), en las narrativas o contenidos que circulan en distintos espacios sociales o en el lenguaje común, cuando se les niega a las mujeres las habilidades y capacidades que históricamente se le han adjudicado exclusivamente a los varones. Se evidencia en el uso de un lenguaje excluyente o imágenes que representan a las mujeres de manera cosificada¹.

2	SEXISMO	ANDROCENTRISMO
	<p>Es la creencia de que un sexo es superior al otro. En nuestras sociedades patriarcales, casi siempre el sexo que se cree superior es el masculino.</p> <p>Manifestaciones son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Insensibilidad al género • Dicotomismo sexual (considerar sexo y género como opuestos) • Familismo (es una forma de sexismo y de insensibilidad al género desde los roles estereotipados) • Sobregeneralización (tendencia a concluir a partir de hechos aislados). <p>* EJEMPLO: las mujeres no pueden dirigir estudios o proyectos de transferencia tecnológica.</p>	<p>Consiste en ver el mundo desde lo masculino, tomando al hombre de la especie como parámetro o modelo de lo humano.</p> <p>Dos formas extremas de androcentrismo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ginopia: imposibilidad de ver lo femenino, de lo que resulta la invisibilización de la experiencia femenina en el quehacer humano. • Misoginia: se refiere al repudio u odio a lo femenino.

¹ Guía Medios No Sexistas, de Definiciones y Prácticas Periodísticas, Fabiola Gutierrez, Mónica Maureira (2018), Editado F. Ebert Stiftung, Observatorio Equidad y Género, Comisión Género de Colegio de Periodistas



Educación Sexista, Lenguaje y Comunicación

Las movilizaciones y movimientos feministas iniciadas en universidades públicas y privadas de todo el país en mayo del 2018 tuvieron en el centro de sus demandas la consigna “por una educación no sexista”. Desde entonces y con los diversos procesos de instalación de protocolos y políticas de igualdad de género en las instituciones de educación superior chilenas, se ha manifestado la necesidad de contar con lineamientos y guías en materia de comunicación no sexista y que contengan la perspectiva de género.

El sexismio que impregna la cultura en una sociedad se va internalizando desde muy temprano y tiene poderosos efectos en la vida cotidiana de las mujeres.

La comunidad docente, en todos los niveles desde la educación básica a la superior, puede generar –para sí y para otras personas– expectativas diferenciadas para el desarrollo intelectual, capacidades físicas, y en general para las habilidades de hombres y mujeres. Estas creencias son traspasadas a niñas, niños y niñas desde muy pequeños, lo que repercute directamente en su desarrollo pleno.

* **EJEMPLO:** “*Ésta no es una profesión/ un trabajo para niñas*”

Esta simple frase tiene y conlleva un fuerte “estereotipo de género”, al asociar ciertas profesiones, oficios y actividades laborales al sexo de una persona, porque se cree que hay que tener mayor capacidad intelectual, condiciones físicas, entre otros. Esta es una de las principales variables que ha estado presente en el último siglo en la “masculinización” o “feminización” de ciertas profesiones.



Sexo y Género

Sexo NO es igual a Género y Género no es igual a Mujer

Las características biológicas y fisiológicas de una persona determinan el llamado “**sexo biológico**” o “sexos asignados al nacer”, las cuales se han definido con una categorización binaria: hombre/ mujer - femenino/masculino.

Esta categorización binaria está cambiando y adaptándose en la medida que las sociedades van incorporando otras categorías de “identidades de género” que reconocen a las personas de la comunidad LGTBQI+ como personas gays, lesbianas, transexuales, bisexuales, queer, intersex y más.

La categoría **Género** se refiere al conjunto de ideas, creencias y atribuciones sociales, que se construyen en cada cultura y momento histórico con base en esa diferencia sexual.

* EJEMPLO:

- *El rol de la maternidad (mujeres) y el rol de proveedor de una familia (hombres).*

Para más referencias consultar:

Glosario de Género – InES Género UTEM (2022).



Género, Identidad de Género y Orientación

Género

Conjunto de roles, comportamientos, actividades y atributos que una sociedad define en una época determinada, y que considera apropiados para hombres y mujeres.

Son construidos socialmente y aprendidos a través del proceso de socialización y siendo específicas al contexto/época y al mismo tiempo cambiantes.

- Determina qué se espera, qué se permite y qué se valora en una mujer o en un hombre en un contexto determinado (desde responsabilidades asignadas, las actividades realizadas, hasta las oportunidades de adopción de decisiones).
- Es interseccional: o sea interactúa con otros criterios de análisis socio-cultural, incluida la clase, raza, nivel socioeconómico, entre otros.

Identidad de género

La identidad de género se refiere a la experiencia de género innata, profundamente interna e individual de una persona, que puede o no corresponder con la fisiología de la persona o su sexo al nacer. Incluye tanto el sentir personal del cuerpo, que puede implicar, si así lo decide, la modificación de la apariencia o función física por medios quirúrgicos, médicos u otros, así como otras expresiones de género que incluyen la vestimenta, la forma de hablar y los gestos.

Orientación Sexual

La orientación sexual se refiere a la capacidad de cada persona de sentir una profunda atracción emocional, afectiva y sexual por otras personas de diferente sexo/género o del mismo sexo/ género o más de un sexo/género, y de establecer relaciones íntimas y sexuales con ellas. Básicamente hay tres orientaciones sexuales predominantes: hacia el mismo sexo/género (homosexualidad), hacia el sexo/ género opuesto (heterosexualidad) o hacia ambos sexos/géneros (bisexualidad)



Ley de Identidad de Género (Nº21.120) Chile Aprobada el 2019 por el Congreso Nacional, entiende la **identidad de género como la convicción personal e interna de ser hombre o mujer, tal como la persona se percibe a sí misma**. Eso puede o no corresponder con el sexo y nombre que figura en el acta de inscripción del nacimiento.

¿Qué se entiende por derecho a la identidad de género?

El derecho a la identidad de género consiste en la facultad de toda persona, cuya identidad de género no coincide con su sexo y nombre registral, de solicitar la rectificación de estos.

¿Qué principios reconoce el derecho a la identidad de género?

El derecho a la identidad de género reconoce, entre otros, los siguientes principios:

- a. Principio de la no patologización, que es el derecho de toda persona trans a no ser tratada como enferma.
- b. Principio de la no discriminación arbitraria.
- c. Principio de la confidencialidad: Toda persona tiene derecho a que, en los procedimientos seguidos ante autoridad administrativa o jurisdiccional, se resguarde el carácter reservado de los antecedentes considerados como datos sensibles.

- d. Principio de la dignidad en el trato: Los órganos del Estado deberán respetar la dignidad de las personas.
- e. Principio del interés superior del niño: Los órganos del Estado garantizarán a todas las niñas, niños y adolescentes la máxima satisfacción en el ejercicio y goce pleno y efectivo de sus derechos y garantías.
- f. Principio de la autonomía progresiva: Toda niña, niño o adolescente podrá ejercer sus derechos por sí mismo, en concordancia con la evolución de sus facultades, su edad y madurez.



Es importante señalar que la UTEM cuenta con un procedimiento de Uso de Nombre social en respuesta a la Ley de identidad de género (Resolución exenta N° 500 del 2 de abril de 2020).

REFERENCIAS

Guía Glosario Género UTEM, Programa de Equidad y Género, InES Género (2022), ONU Mujeres.

Más información en:

Ministerio Educación – Ley de Identidad de Género

Biblioteca del Congreso Nacional – Ley Fácil



Estereotipos y Sesgos de Género

Los Estereotipos de Género son determinadas ideas, pautas, valores, comportamientos y generalizaciones asociados a las personas en función del género (cómo deben ser las mujeres y cómo deben ser los hombres). Estos son reproducidos y transmitidos culturalmente, especialmente a través del lenguaje y la comunicación e instalan prejuicios que se ritualizan y legitiman, limitando el comportamiento de mujeres, hombres y de las personas LGTBQI+.

También permean la institucionalidad y los sistemas de medios que replican un lenguaje estereotipado, profundizando las situaciones de discriminación que afectan principalmente a las mujeres y a las personas LGBTQI+.

- Es perjudicial cuando limita la capacidad de las mujeres y los hombres para desarrollar sus capacidades personales, seguir sus carreras profesionales y/o tomar decisiones sobre sus vidas.
- Pueden ser abiertamente hostiles (como "las mujeres son irracionales") o aparentemente benignos ("las mujeres son cariñosas"), los estereotipos perjudiciales perpetúan las desigualdades. Por ejemplo, la visión tradicional de las mujeres como cuidadoras, implica que sólo las mujeres son responsables del cuidado de otras personas (niñas, niños, adultos mayores).
- Pueden ser agravados y cruzados con otros estereotipos que tienen un impacto negativo desproporcionado en ciertos grupos de mujeres y personas LGTBQI+: de grupos minoritarios o indígenas, personas con discapacidades, personas migrantes, etc.

El sesgo de género se refiere a la omisión que se hace sobre cómo son conceptualizadas las mujeres, los hombres y las relaciones de género en un

determinado objeto de estudio o problemática. Constituye un grave defecto que ocasiona errores dentro de la investigación científica o en el desarrollo de una innovación (Margrit Eichler et. al.,2001). De igual manera puede ocurrir al diseñar programas o políticas públicas que omiten o marginan el análisis de género en las diferentes fases de dicha formulación y, por lo tanto, excluyen las necesidades y los impactos de las decisiones y acciones en la vida de las mujeres.

La Oficina del Alto Comisionado de Naciones Unidas de los Derechos Humanos (ACNDH) establece dos Tratados Internacionales con obligaciones expresas en relación a estereotipos perjudiciales y estereotipos ilícitos:

- **Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer**

Artículo 5:

Los Estados Parte tomarán todas las medidas apropiadas... para modificar los patrones socioculturales de conducta de hombres y mujeres, con miras a alcanzar la eliminación de los prejuicios y las prácticas consuetudinarias y de cualquier otra índole que estén basados en la idea de la inferioridad o superioridad de cualquiera de los sexos o en funciones estereotipadas de hombres y mujeres.

- **Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad**

Artículo 8(1)(b):

Los Estados Parte se comprometen a adoptar medidas inmediatas, efectivas y adecuadas para luchar contra los estereotipos, los prejuicios y las prácticas nocivas en relación con las personas con discapacidad, incluidos los basados en el sexo y la edad, en todos los ámbitos de la vida.

REFERENCIAS

Guía interactiva Comisión Interamericana de Derechos Humanos – OEA



¿Quiénes son las personas LGTBQI+?

L

[Lesbiana] Persona lesbiana (mujer) que se siente emocional, sexual y románticamente atraída a otras mujeres.

G

[Gay] Hombres que se sienten emocional, sexual y románticamente atraídos a otros hombres.

T

[Trans] Cuando la identidad de género de la persona no corresponde con el sexo asignado al nacer. Las personas trans construyen su identidad independientemente de tratamiento médico o intervenciones quirúrgicas.

B

[Bisexual] Personas que se sienten emocional, sexual y románticamente atraídas por hombres y mujeres.

Q

[Queer] Género queer es un término general para las personas cuya identidad de género no está incluida o trasciende el binario hombre y mujer.

I

[Intersex] Todas aquellas situaciones en las que la anatomía sexual del individuo no se ajusta físicamente a los estándares culturalmente definidos para el cuerpo femenino o masculino.

+

[más] Incluye a quienes no están representados en las letras, como pueden ser los asexuales o pansexuales. Múltiple es la identidad de género o la sexualidad con la que se identifican quienes componen estas siglas. Se puede también auto denominar Cisexual, persona no binaria, pangénero o género fluido.



Esta distinción se basa en una combinación de la identidad de género y la orientación de género.



Lenguaje Inclusivo, Comunicación Sexista y Comunicación No Sexista

Lenguaje Inclusivo

El lenguaje inclusivo y no sexista hace referencia a toda expresión verbal o escrita, que utiliza preferiblemente vocabulario neutro, o bien hace evidente el femenino, el masculino y otras identidades de género. Evita la invisibilización de las mujeres, de la diversidad sexual y otros actores sociales, lo cual se produce a partir de las generalizaciones del masculino para situaciones o actividades en que participan mujeres, hombres y diversidades de género.

El lenguaje inclusivo en cuanto al género:

- Cuestiona la mirada binaria del mundo (hombre/mujer) en función de la oposición de lo masculino/hombre versus lo femenino/mujer.
- Busca dar espacio a la representación de otras identidades genéricas no binarias.
- Comprende que el lenguaje no es estático, sino que va evolucionando a medida que cambian y evolucionan también las estructuras sociales y culturales.
- Contribuye a reconocer los derechos humanos de las mujeres y otras personas con identidades de género diversas, contribuyendo a propiciar mayor igualdad de derechos y no discriminación.

Sobre el uso de la vocal "e" como vocal de género neutro

En la última década han surgido diversas propuestas que utilizan signos no ortográficos como @, / ó x para denotar que una palabra genérica masculina, incluye a hombres y mujeres, en textos escritos. Ejemplo: Lxs alumnxs, tod@s, etc. Sin embargo, estas alternativas son empleadas por algunas personas y en ciertos espacios, pero su uso general aún es cuestionado porque dificulta la lectura, o porque no es óptimo para el posicionamiento de textos escritos para la web o plataformas digitales. Asimismo, pueden resultar no inclusivos para personas con visión limitada quienes usan software para leer textos en voz alta.

En paralelo, surge la alternativa de usar la “**e**” como vocal para señalar el género neutro o no binario. Esta alternativa si bien no está reconocida oficialmente por la RAE, se considera “*cuando se trata de un grupo diverso de personas y no sabemos la identidad de género autopercibida de cada una usamos la “e” para definir el plural*” (Alcaraz, 2022).

Comunicación Sexista y Comunicación No Sexista

Lenguaje Sexista

El uso del lenguaje es sexista cuando comunica valores e ideas que sobrevaloran lo masculino en detrimento de lo femenino, lo que se conoce como “androcentrismo”.

El lenguaje androcéntrico considera el masculino como genérico para englobar a hombres y mujeres y así presentar el uso del género masculino como neutro.

* EJEMPLO:

- Utilizar “Los Hombres” para incluir a mujeres y hombres.
- “Es la Alexis Sánchez del fútbol femenino”.

Lenguaje No Sexista

Busca transformar las formas de enunciación y de uso del lenguaje que mantienen o refuerzan prejuicios y estereotipos de género.

*** EJEMPLO:**

- Las niñas y los niños.
- Las investigadoras y los investigadores.
- Las emprendedoras recibieron un fondo de financiamiento

Comunicación Sexista

Es la discriminación en el lenguaje basada en el sexo de las personas y que beneficia a un sexo sobre el otro.

*** EJEMPLO:**

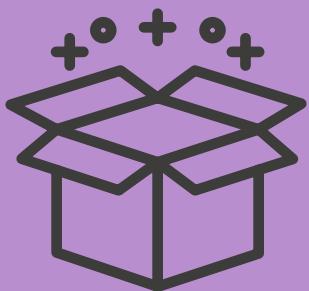
- Un artículo periodístico que califica a las mujeres afrodescendientes como “sexys” o una columna de opinión que señala a las mujeres indígenas como “ignorantes”.

Comunicación No Sexista

Se trata de sustituir expresiones e imágenes que invisibilizan a las mujeres, las recluyen a ciertos roles y espacios (fundamentalmente privados) y las sitúan en una condición de inferioridad respecto de los hombres y de lo masculino.

*** EJEMPLO:**

- Imagen de hombres realizando rutinas domésticas como lavar o limpiar.



Caja de Herramientas

para Comunicaciones internas, externas,
con enfoque científico y aquellas relacionadas
con el emprendimiento, la transferencia
tecnológica e innovación.

El Género y la Gramática:

Estrategias para iniciar un proceso de lenguaje inclusivo

El género gramatical en idioma castellano tiene una marcada discriminación en los sustantivos, adjetivos, artículos y algunos pronombres. En los sustantivos y adjetivos existe únicamente el morfema de género masculino y el de género femenino: el/los – la/las. El género neutro se ha conservado en unas pocas palabras, como aquello, eso, esto, ello, alguien, algo y lo.

Entonces, es importante no confundir el género gramatical (categoría que se aplica a las palabras, ejemplo el refrigerador, la bicicleta), el género como constructo sociocultural (roles, comportamientos, actividades y atributos que una sociedad determinada en una época determinada considera apropiados para los seres humanos de cada sexo, ejemplo las docentes y los docentes) y el sexo biológico (rasgo biológico propio de los seres vivos).

Para comenzar, se recomienda revisar tres estrategias útiles para modificar o cambiar prácticas de escritura, expresión y decisiones a la hora de comunicar.

3	ESTRATEGIA 1	
	Nombrar a las personas como ellas quieren ser nombradas y reconocidas, independiente de su identidad de género.	* EJEMPLO: La actriz Daniela Vega (no es necesario explicitar que es una mujer trans).
ESTRATEGIA 2		
Evitar expresiones discriminatorias.		* EJEMPLO: Se desaconseja el uso de “Sra. o Srta.” como forma de tratamiento de las mujeres, ya que no se necesita explicitar el estado civil de las mujeres de forma innecesaria
ESTRATEGIA 3		
Evitar expresiones con connotaciones negativas.		* EJEMPLO: “La mujer deportista del equipo tiene la fuerza de un hombre”
ESTRATEGIA 4		
Evitar expresiones que perpetúan estereotipos de género.		* EJEMPLO: “Se le invita a la ceremonia con su esposa”.

Comunicación Corporativa e institucional

En comunicaciones escritas: Documentos internos, correos electrónicos, discursos, presentaciones

- Utilizar, a lo largo de cualquier texto o comunicación un lenguaje neutral y formas gramaticales neutras (Ver ejemplos en Tabla N°1).
- Utilizar e incorporar la variable de género, a partir de la consideración de la condición masculina o femenina en los títulos profesionales y grados académicos, así como lo señala el Artículo 1 de la Resolución Exenta 03164 de Agosto 2022 (Ver Tabla N°2).
- **Evitar el uso genérico masculino**, como también del sustantivo “hombre” para designar a todas las personas. Ejemplo: “El hombre ha llegado lejos en el desarrollo de”, reemplazar por “La humanidad ha llegado lejos en el desarrollo de.....”
- Utilizar **sustantivos genéricos**, que son términos que independientemente de su género gramatical, permiten nombrar a todas las personas que se refieren a hombres y mujeres. Ejemplo: ciudadanía, comunidad, seres humanos, humanidad.
- Utilizar **sustantivos colectivos** que engloben diversidad de géneros:
- Ej.: ciudadanía, población, familia, funcionariado, estudiantado, alumnado, electorado, vecindario, etc.
- Puede permitirse **el uso de barras** para indicar la versión femenina/ masculina de una palabra, con moderación. Por ejemplo: técnicas/ técnicos (también por falta de espacio de escritura).
- Se puede usar también la técnica del desdoblamiento: **utilizar la versión femenina y masculina de la misma palabra**. Ejemplo: las estudiantes y los estudiantes en un texto de carácter ceremonial.
- **Nombrar a todas las personas en una comunicación con el mismo formato:** nombre y apellido, visibilizando su profesión o cargo. Se considera una mala práctica presentar a un varón con nombre y apellido y no practicar una redacción semejante con las mujeres o personas trans.

- Reemplazar estructuras marcadas por un **pronombre sin marca de género por quien o quienes**. Ejemplo: En vez de “Los interesados en el curso...” utilizar “Quienes tengan interés en el curso...”.
- **Sustituir el determinante o pronombre** que acompaña el sustantivo invariable **por otros sin marcas de género**. Ejemplo: En vez de “Se informará a todos los estudiantes...”, utilizar “Se informará a cada estudiante...”
- Utilizar **sustantivos abstractos** para aludir a cargos, profesiones, oficios, titulación, en vez de priorizar a la persona: Ejemplo: Decanatura, Dirección, Coordinación.
- Utilizar **perífrasis** (uso de más palabras para referirse a algo) cuando no se dispone de genéricos o sustantivos colectivos o abstractos. Ejemplo: Personas licenciadas, población chilena.
- **Evitar el uso de un “sujeto” específico** cuando no afecta al mensaje ni provoca ambigüedad. Ejemplo: En vez de “Los interesados deberán completar el formulario”, utilizar “Se debe llenar el siguiente formulario” o “Completar el formulario”.
- Se puede **evitar el uso de artículos indefinidos**: Uno/s, alguno/s, todo/s. Ejemplo: En vez de “Si alguno no se ha inscrito ...”, utilizar “Quienes no se han inscrito...”
- **Se puede utilizar la terminación “e” en vocablos como “les” “todos”**, para visibilizar a los géneros no binarios y personas no binarias, considerando a quién se dirige su comunicación. Por ejemplo: Grupos de estudiantes en una clase o conferencia, grupos de personas fuera de la Universidad.

Para la elaboración de noticias o contenidos informativos: En la cobertura de una noticia

- Al consultar una fuente o al entrevistar a una persona miembro de la comunidad universitaria, es recomendable **preguntarle cómo se identifica** y cómo quiere ser nombrada para poder mencionarla de la forma que indique.
- **Alternar el orden** de presentación de actores femeninos y masculinos en los productos noticiosos, para romper con la tendencia histórica de la jerarquía de género masculino.

- **Abordar el proceso de reporteo de un hito de la universidad o facultad con una mirada que integre el enfoque de género.** Por ejemplo: Visibilizar el equipo humano detrás de un proyecto, o destacar el enfoque de género que tiene una medida o el resultado de un estudio, entre otros.
- **Establecer criterios a la hora de seleccionar fuentes:** Buscar mujeres interlocutoras como expertas (aunque a veces la inmediatez apremie y sea más difícil que las científicas acepten colaborar con un medio) y prioriza los méritos.
- **Visibilizar a la o las mujeres y personas no binarias** a través del lenguaje y uso de imágenes, cuando se describan proyectos grupales que la o las integren.
- **Tomar consideraciones de paridad** en la búsqueda de vocerías y fuentes al investigar un tema.
- En las oportunidades donde hay falta de espacio en las plantillas predeterminadas para la redacción de una noticia (títulos, bajada, redes sociales), **utilizar el uso de barras, alternando el orden de los géneros masculinos y femeninos.** Ejemplo: Dirigentes/es estudiantiles se reunieron.

4 TÍTULOS Y GRADOS CON VARIABLE GÉNERO EN LA UTEM	
Grado Académico con Incorporación de Variable de Género	
Femenino	Masculino
Licenciada - Doctora	Licenciado - Doctor
Grados Comunes: Magister - Bachiller	
EJEMPLO CARRERA Ingeniería Civil en Obras Civiles	Femenino: Ingeniera Civil en Obras Civiles Masculino: Ingeniero Civil en Obras Civiles
EJEMPLO CARRERA Química Industrial	Femenino: Química Industrial Masculino: Químico Industrial

5	FORMAS GRAMATICALES RECOMENDADAS
	No recomendado
<ul style="list-style-type: none"> • Los directores. • Los secretarios. • Los presidentes. 	<ul style="list-style-type: none"> • La dirección. • La decanatura. • La secretaría.
<ul style="list-style-type: none"> • Los licenciados. • Los titulados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Las personas licenciadas de la carrera... • Las personas tituladas de la carrera ...
<ul style="list-style-type: none"> • Los estudiantes de la Facultad/Universidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • En comunicados o escritos noticiosos: • El estudiantado de la... • La comunidad estudiantil.
<ul style="list-style-type: none"> • Los académicos 	<ul style="list-style-type: none"> • La comunidad académica
<ul style="list-style-type: none"> • Los beneficiarios de la beca... • Los solicitantes del beneficio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Las personas beneficiarias de la beca. • Quienes soliciten el beneficio.
<ul style="list-style-type: none"> • La actividad está dirigida a funcionarios de la Universidad/Facultad • Trabajadores de la Universidad/Facultad 	<ul style="list-style-type: none"> • La actividad está dirigida a la comunidad funcionaria • funcionarias/funcionarios • al personal colaborador de ... • funcionarias/os • Trabajadoras/Trabajadores • El equipo de trabajo.
<ul style="list-style-type: none"> • Los ingenieros a cargo... • Los científicos que lideraron... • Los expertos señalan... • Los investigadores explicaron... • Los emprendedores se capacitaron 	<ul style="list-style-type: none"> • Los y las ingenieras a cargo. • El equipo científico que lideró... • El personal científico señaló... • Las y los investigadores explicaron... • El equipo de investigación explicó... • Las personas participantes del programa de emprendimiento se capacitaron ...
<ul style="list-style-type: none"> • Todos deberán asistir al curso de capacitación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Es obligatoria la asistencia al curso

Comunicación con imágenes

Evitar un lenguaje visual con connotación sexista

- Que la selección de planos de un video o imágenes para acompañar una noticia no tenga un sesgo de género ni connote una idea de subordinación.

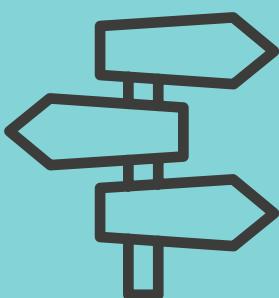
* EJEMPLO:

- Hombres parados y mujeres sentadas en una foto oficial.
- Imágenes en que hay menos presencia de mujeres en una actividad o que aparezcan en segundo plano.
- Evitar las imágenes con estereotipos de roles femeninos y masculinos, o en las que se denote una actividad pasiva de un grupo de mujeres v/s activa de un grupo de hombres.

* EJEMPLO:

- Fotografías de estudiantes en carreras feminizadas (enfermería, trabajo social).
- Grupo de mujeres secretarias o funcionarias realizando labores sentadas o de limpieza.
- Grupo de hombres ingenieros realizando mediciones versus mujeres mirando.
- Visibilizar la diversidad de personas en la comunidad universitaria y en la sociedad. Por ejemplo: no es recomendable usar en flyers o folletos publicitarios o de difusión sólo a personas con ciertos rasgos de color de piel.
- Evitar el lenguaje visual e imágenes que sugieran sesgos dentro de las diversidad cultural y social de la institución y comunidad universitaria. Esto es: Personas indígenas, afrodescendientes, personas en situación de pobreza o en situación de discapacidad.
- En aquellos casos en que el producto comunicacional requiere apoyo de imágenes o videos que representen a las personas LGBTIQ+, evitar hacerlo con expresiones corporales y gestuales, formas de vestir o tonos de voz estereotipados o que puedan generar expresiones burlescas.
- Se recomienda visibilizar con fotografías a cada persona que aparezca con testimonio en una noticia o con planos si es para un video.

- Tener presente en cualquier registro visual, las vestimentas, peinados, razas, tanto de género como las expresiones de identidades, para asegurar un banco de imágenes diverso en relación con la institución y la comunidad universitaria.



Directrices Generales

**para el uso de la variable sexo/género en
formularios o encuestas**

Un estudio de la agencia de publicidad J.Walter Thompson Innovation Group (2016) estableció que el 56% de los/las jóvenes entre 13 y 20 años conoce a alguien que usaba pronombres de género neutro y que entre personas desde 28 a 34 años, esta cifra llega sólo al 43%.

- **La pregunta clave es ;Qué tan importante es para una propuesta, proyecto, estudio o investigación preguntar por el sexo/género?**
- Preguntar en un cuestionario o encuesta que incluye aspectos sociodemográficos, implica decidir qué tan relevante es incluir un campo de autoclasificación o categorización de categorías sexo/género. Es lo mismo que preguntar información sensible como nombre o dirección particular.
- No es recomendable dejar sólo como opciones binarias: mujer/hombre o femenino/masculino.
- **Se puede dejar entonces un campo de respuesta opcional** y no obligatorio (igual que otros campos como edad o localización, si estos campos no son relevantes para el estudio).
- Si se considera que es muy necesario para la encuesta o cuestionario, entonces se sugiere **explicitar a la persona por qué es tan importante que responda esa pregunta** y cómo será usada y tratada su respuesta bajo los criterios de **privacidad y confidencialidad**. Especialmente en relación con los resultados del estudio o investigación.
- **No es recomendable crear una tercera opción “OTRO/A”** como solución por la ambigüedad que conlleva. Tampoco es recomendable poner frases como “prefiero no decirlo o indicarlo” ni menos “sin especificar”. Es recomendable utilizar como tercera opción: “ninguna de estas opciones representa mi género”.
- **Y es muy recomendable** utilizar como tercera opción o incluso como una única opción de respuesta: **dejar la caja o espacio en blanco** para que la persona escriba directamente su respuesta de manera libre.

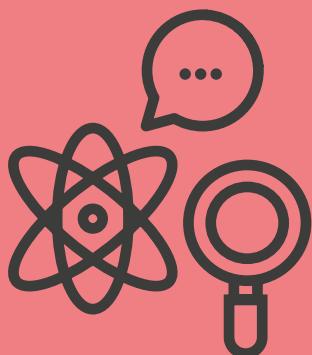
REFERENCIAS

Documento del Instituto Nacional de Estadísticas, INE, Chile, sobre Estandarización de preguntas para la medición de sexo, género y orientación sexual (SGOS), dirigido a encuestas de hogares y censos de población.

*** EJEMPLO**

Por favor, indique a partir de las siguientes opciones, cuál representa su identidad de género (*esta información será considerada como una categoría de dato privada y confidencial/anónima)

- Femenino/Female/Mujer
- Masculino/Male/Hombre
- Lo que mejor representa mi género es:
_____ (dejar espacio en blanco)



Orientaciones

**para Comunicaciones Científicas /
Investigaciones y proyectos o propuestas
sobre emprendimiento, transferencia
tecnológica e innovación**

Perspectiva de Género en todo el proceso de una propuesta de investigación, estudio o proyecto

La transversalidad de género obliga a tener presente las necesidades, intereses, situación y posición de mujeres, hombres y personas LGTBQI+ ante cualquier proyecto que tenga impacto, tanto en las actividades de generación y creación de conocimiento, como en aquellas que impliquen diseñar e implementar procesos relacionadas con la innovación, la transferencia tecnológica y el emprendimiento.

El uso de las recomendaciones entregadas en este documento orientador, permite diseñar estrategias de seguimiento y acompañamiento que respondan a las diferencias y eliminen las desigualdades, trascendiendo la óptica de intervención específica sobre mujeres, para adoptar otra de incidencia sobre las políticas generales que facilite la actuación sobre las barreras estructurales que mantienen las desigualdades de mujeres y hombres.

Recomendación

* **EJEMPLO:** Formulario de Identificación sobre actividad de investigación emprendimiento - de transferencia tecnológica con enfoque de género e inclusivo

6	PREGUNTA O CATEGORÍA	OPCIONES DE RESPUESTA CON LENGUAJE NO INCLUSIVO	OPCIONES DE RESPUESTA CON LENGUAJE INCLUSIVO
	Identifíquese	Hombre Mujer Otro	Indique a partir de las siguientes opciones, cuál representa su identidad de género <ul style="list-style-type: none"> • Femenino/Mujer • Masculino/Hombre • Lo que mejor representa mi género es ...
	¿Por qué le interesa postular a este fondo o programa? (emprendimiento, innovación, transferencia)	Ser jefe o jefa	<ul style="list-style-type: none"> • Para poner en práctica los conocimientos adquiridos en los estudios. • Para desarrollar la creatividad.
	¿Dispone de tiempo completo / jornada completa para dedicarse a este programa o proyecto (emprendimiento, innovación, transferencia)?	SÍ NO	Sí <ul style="list-style-type: none"> • Sí, pero debo considerar que <ul style="list-style-type: none"> • debo seguir con mis estudios. • tengo un empleo parcial. • debo cumplir tareas de cuidado • NO, porque <ul style="list-style-type: none"> • debo atender simultáneamente a hija(s)/ hijo(s) • debo cuidar a personas mayores • tengo un empleo no muy flexible

Educación sexista y las mujeres en las carreras y profesiones relacionadas a STEM

Uno de los debates actuales más importantes en la educación es cómo ayudar al cierre de brechas de género en el área de ciencia y tecnología, en cuanto tiene relación con el diagnóstico global sobre la escasa participación y desarrollo académico profesional de mujeres en las carreras, profesiones y actividades laborales asociadas al mundo STEM (siglas de Science, Technology, Engineer and Mathematic), en castellano CTIM (Ciencia, Tecnología, Ingenierías y Matemáticas).

Diversos estudios realizados en el área de género y STEM tendientes a explicar y entender esta brecha, indican que una de las variables de mayor peso es la educación sexista presente durante el ciclo de educación básica, el cual provoca que niñas y adolescentes estén más alejadas del mundo de la ciencia, la tecnología o las matemáticas, debido a que predominan discursos sexistas y estereotipados.

Un estudio de las investigadoras Francisca del Río, Katherine Strasser y María Inés Susperreguy (2016) *¿Son las habilidades matemáticas un asunto de género?: Los estereotipos de género acerca de las matemáticas en niños y niñas de Kinder, sus familias y educadoras?**, indagó en las razones de las brechas en el rendimiento en las pruebas de matemáticas de los instrumentos SIMCE y PISA entre niñas y niños en Chile.

Su estudio ha permitido comprender que se repite una variable que ya se había identificado en otros países:

* Del Río, María Francisca, Strasser, Katherine, y Susperreguy, María Inés. (2016). *¿Son las habilidades matemáticas un asunto de género?: Los estereotipos de género acerca de las matemáticas en niños y niñas de Kinder, sus familias y educadoras. Calidad en la educación*, (45), 20-53

“(...) los resultados mostraron que, en promedio, tanto los adultos como los niños del estudio sostienen un estereotipo que asocia la matemática con el género masculino. En el caso de los niños, los resultados de medidas implícitas mostraron que todos los niños y las niñas de NSE medio-bajo asocian la matemática con lo masculino. Las niñas de NSE alto no asocian la matemática con ningún género. Estos hallazgos sugieren que los estereotipos de género y matemática podrían constituir un factor en las brechas de género en términos de rendimiento matemático observadas en nuestro país y abren posibilidades para el desarrollo de intervenciones y políticas públicas tendientes a ofrecer iguales oportunidades de aprendizaje”.

Del Río, María Francisca, Strasser, Katherine, y Susperreguy, María Inés. (2016). ¿Son las habilidades matemáticas un asunto de género?: Los estereotipos de género acerca de las matemáticas en niños y niñas de Kinder, sus familias y educadoras. *Calidad en la educación*, (45), 20-53

Incorporar enfoque de género en la comunicación científica y en la divulgación científica de la comunidad académica, **es un elemento estratégico para modificar estereotipos y prejuicios de género** que impactan en el entendimiento, imaginarios y posibilidades que niñas y adolescentes puedan desarrollar en relación a sus futuras vocaciones.

Datos y Diagnósticos sobre participación de mujeres en áreas STEM en Chile*.



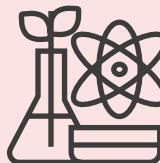
54%

de las matrículas de
Ed. Superior (pregrado)
corresponde a mujeres.



48%

de becarios(as) ANID
que finalizaron sus
doctorados son mujeres.



22%

de las matrículas
en **áreas STEM**,
pertenece n a mujeres.



1/3 (34%)

de las plazas académicas
que requieren investigación
son ocupadas por mujeres.

* Datos al 2022 (Ministerio de Ciencia, Tecnología, Conocimiento e Innovación).

Referencia: Radiografía de Género en Ciencia, Tecnología, Conocimiento e Innovación (2022)

Al 2022, según datos del documento Radiografía de Género 2022 en Ciencia Tecnología, Conocimiento e Innovación del Ministerio de CIEC:

- Dentro de la OCDE, Chile se encuentra en la mediana del porcentaje de mujeres entre el total de personas que investigan, con un 35% respecto del total de investigadores
- En el año 2019, el 7% de las mujeres que se titularon de pregrado en Chile, lo hicieron en algunas de las áreas de formación STEM, siendo el país con el porcentaje más bajo de los miembros de la OCDE.

Ejemplos de campañas comunicacionales para fomentar vocaciones de niñas y adolescentes en el área STEM

* **2018 Campaña “Más Mujeres en Ciencias” – Ministerio de la Mujer y Equidad de Género.** La campaña se activó y circuló especialmente en plataformas de redes sociales.

* **2023 Campaña “#Tremendas Científicas” de Fundación Tremendas Chile, la Oficina Regional de UNESCO (OREALC/UNESCO Santiago), y el Núcleo Milenio BASE** para visibilizar a mujeres científicas que inspiren a niñas y adolescentes en estas áreas (a partir de la conmemoración del 11 de Febrero de cada año como Día de las Niñas en las Ciencia).

Recomendaciones y Orientaciones para la Comunicación Científica con Enfoque de Género*.

- Una investigación puede haberse realizado sin perspectiva de género y, por lo tanto, sus resultados pueden no ser generalizables. Esto tiene un impacto comunicacional, ya que puede reforzar sesgos y estereotipos.
- La perspectiva de género en el trabajo científico investigativo va mucho más allá de la composición de los equipos de investigación. Incluye desde las preguntas que guían el desarrollo de un estudio, hasta la metodología que se use para obtener datos que permitan responder estas preguntas y tendrá consecuencias en la narrativa que se cree, para interpretar los datos y los resultados (la información) de estos estudios. Ejemplo: el estudio del impacto de una política pública sobre ciudades, salud pública o acceso a la tecnología.
- **En la redacción de notas o contenidos informativos, referirse a las investigadoras con normalidad**, igual que a un investigador varón: Sin referencias a su aspecto, vida personal, origen, edad o cualquier otra variable que no esté relacionada con la propia investigación.
- **Identifica a la investigadora con nombre completo y apellidos, cargo e institución.** El uso del genérico y las iniciales invisibiliza a las científicas.
- **Evitar el uso de metáforas limitantes como “techo de cristal”, “carrera de obstáculos” o “agujero negro” en la redacción de su historia, relato o artículo.** Utiliza expresiones que inviten a la acción a otras mujeres, que pueden ver a las científicas e investigadoras como referentes.

* Datos al 2022 (Ministerio de Ciencia, Tecnología, Conocimiento e Innovación).

Referencia: Radiografía de Género en Ciencia, Tecnología, Conocimiento e Innovación (2022)

- **Tratar a las investigadoras según su mérito real**, sin necesidad de que tengan que ser excepcionales, como no lo son la mayoría de los investigadores varones.
- En aquellos casos donde el producto de difusión científico requiere referencias bibliográficas a una o más publicaciones científicas, se sugiere escribir el nombre completo y no sólo la inicial, para hacer visibles a las autoras, y así evitar que, por razones androcéntricas, sus apellidos lleven a interpretarse o asociarse a género masculino. Revisar Manual de estilo de la APA (7^a edición, 2020) ha incluido un nuevo capítulo dedicado al lenguaje inclusivo, no discriminatorio y libre de prejuicios.
- Actualmente, varias publicaciones y revistas académicas y científicas están incorporando políticas editoriales de género y normas de estilo editorial con recomendación de uso de lenguaje inclusivo. Así por ejemplo, las Normas APA 7 edición (Asociación Americana de Psicología) llaman a usar un lenguaje preciso y libre de prejuicios o sesgos de género.

Algunas referencias sobre políticas editoriales de uso de lenguaje inclusivo en revistas académicas o científicas son las siguientes:

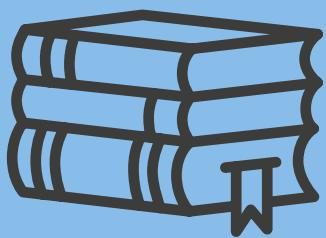
Revista Iberoamericana de Educación- OEI [VISITAR](#)

Revista Relatec sobre Tecnología Educativa [VISITAR](#)

Revista Ámbitos (de Comunicación), España [VISITAR](#)

Psyciencia [VISITAR](#)

* Conceptos Claves



Referencias

Alcaraz, María Florencia (2022): “Manual de Instrucciones para Hablar con e”, Revista Anfibio, publicado el 10/06/ 2022 en <https://www.revistaanfibio.com/manual-de-instrucciones-para-hablar-con-e/>

Cátedra Mujeres y Medios UDP y Criteria (2022) Percepción de la presencia de las mujeres en los medios de comunicación en Chile.

Del Río, Francisca; Strasser, Katherine; Susperreguy, María Ines (2016) ¿Son las habilidades matemáticas un asunto de Género? Los estereotipos de género acerca de las matemáticas en niños y niñas de Kinder, sus familias y educadoras. Calidad en la Educación Nro. 45. https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-45652016000200002

Eichler, Magrit (2001): “Moving Forward: Measuring Gender Bias and More”. En: VV.AA. Gender Based Analysis in Public Health Research Policy and Practice. Documentation of the International Workshop in Berlin, 2001.

Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas de la Universidad de Chile (2022) Documento de recomendaciones de lenguaje inclusivo en comunicaciones institucionales.

Gobierno de Chile (2016): Guía ilustrada para una comunicación sin estereotipos de género.

Gutierrez, Fabiola y Maureira Mónica (2018): Guía Medios No Sexistas, de Definiciones y Prácticas Periodísticas, Editado F. Ebert Stiftung, Observatorio Equidad y Género, Comisión Género de Colegio de Periodistas.

Instituto Nacional de Estadísticas, INE, Chile (2022): Estandarización de preguntas para la medición de sexo, género y orientación sexual (SGOS), dirigido a encuestas de hogares y censos de población

Ministerio de Ciencia, Tecnología, Conocimiento e Innovación (2022): Radiografía de Género en Ciencia, Tecnología, Conocimiento e Innovación.

Glosario de Género – Universidad Tecnológica Metropolitana. InES I+D+i+e, Programa de Equidad y Género. Noviembre 2022.

Guía interactiva Comisión Interamericana de Derechos Humanos – OEA

Pontificia Universidad Católica de Chile (s.f.) Orientaciones para la elaboración de discursos no sexistas.

Resolución Exenta N° 3658/2022 Aprueba la Política Institucional de Género Universidad Tecnológica Metropolitana.

Resolución Exenta N°3164/2022: Establece la incorporación de la variable género en la denominación de los grados académicos y títulos profesionales y técnicos que otorga la UTEM.

Secretaría General de la Organización de los Estados Americanos, SG/OEA, (2021) Guía Comunicación Inclusiva para la Secretaría General de la OEA.

Universidad Alberto Hurtado (2020) Manual de lenguaje no sexista.

Universidad Católica de Temuco (2022) Guía de orientaciones para la comunicación no sexista.

Unidad de Equidad de Género, Gobierno de Chile (2020) Comuniquemos para la igualdad. Orientaciones para un uso de lenguaje no sexista e inclusivo.

SITIOS WEB CONSULTADOS

Unión Europea Parlamento - Igualdad de Género

<https://www.europarl.europa.eu/news/es/headlines/priorities/igualdad-de-genero>

Campaña Las niñas pueden- Comunidad Mujer

<https://lasninaspueden.cl/>

Naciones Unidas - Orientaciones sobre Lenguaje Inclusivo

<https://www.un.org/es/global-issues/gender-equality>

Guía interactiva Comisión Interamericana de Derechos

Humanos – OEA

<https://www.oas.org/es/cidh/multimedia/2015/violencia-lgbt/terminologia-lgbt.html>

Mujeres con ciencia

<https://mujeresconciencia.com/catedra-de-cultura-cientifica/>

Estudios - Informes Agencia J Walter Thompson “Gender Z goes beyond gender binaries in new innovation Group Data”

<https://www.wundermanthompson.com/insight/gen-z-goes-beyond-gender-binaries-in-new-innovation-group-data>

El interior de este manual fue compuesto con la fuente tipográfica **Atkinson Hyperlegible**, desarrollada específicamente para aumentar la legibilidad de los lectores con baja visión y mejorar la comprensión lectora.



Manual de comunicación no sexista e inclusiva

Orientaciones
para una
comunicación
respetuosa