



**UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE MÉXICO**
FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
ACATLÁN

Uso del lenguaje escrito con perspectiva de género en medios de
comunicación interna universitarios:
Caso FES Acatlán – UNAM

Tesina

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE

Licenciado en Comunicación

PRESENTA:

José Roberto Vargas Tapia

Asesor: Mtro. José Arturo Salcedo Mena

Santa Cruz Acatlán, Naucalpan. Estado de México, abril 2023.



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

“Los temas que abarca el género no son extremos ni indiferentes. Son aspectos de la propia vida, de la comunidad, del país, y son de la competencia entrañable de cada quien. Por eso el género no provoca indiferencia: irrita, desconcierta o produce afirmación, seguridad, y abre caminos”.

(Lagarde, 1996, pág.7).

El lenguaje preserva el cuerpo, pero no de una manera literal trayéndolo a la vida o alimentándolo, más bien una cierta existencia social del cuerpo se hace posible gracias a su interpelación en términos de lenguaje.

(Butler, 1997, pág. 21).

La comunicación constituye un sistema por lo que no se puede deslindar sus ámbitos internos y externos expresando esta última el reflejo y la visibilidad del estado interno de cualquier organización.

(Pinto, 2017, pág. 182).

Dedicatoria

A cada una de las personas que conforman mi familia: Julieta, Roberto, Jacqueline y Diego. Amor y valentía.

A Jesse, compañera de vida en esta y todas las dimensiones. De corazón a corazón. Desde los 18 años, te amo.

A Arturo, mi asesor, me generó la confianza de redactar las líneas de este trabajo y me motiva a escribir y crear más proyectos en mi vida.

A Gabriela, mi maestra en el último semestre de la Carrera. Me enseñó que ver al mundo (y a mí) con otros filtros y matices siempre es posible.

A la comunidad LGBTTTIQA+ (mujeres, hombres y personas que salen del binario), a la diversidad sexual y de género que sigue (seguimos) existiendo y resistiendo.

Y a Francisca Castañón, mi abuelita que compartió su existencia conmigo desde el día que nací hasta sus últimos días.

¡Gracias!

Agradecimientos

Dentro del desarrollo de este proyecto fueron infinitas las circunstancias que evocaron la construcción de esta investigación y la volvieron una obra honesta hacia mí, hacia las personas con las que he compartido mi vida y a la Universidad. Por ello, es necesario nombrarlas y agradecerles.

A Julieta Tapia, madre e inspiración perpetua desde el día que hice uso de conciencia. Le doy gracias por su apoyo eterno y coraje, valor y esperanza hacia la vida que me ha enseñado a seguir aquí en la tierra.

A Roberto Vargas, padre y significado de persistencia. Que con el paso de los años me ha acompañado con su atención y tiempo para poder vivir y ofrecerme seguridad donde quiera que me encuentre.

A Jacqueline (Yacky) Vargas, hermana. Gracias a ella he aprendido y re aprendido los roles que intervienen en la hermandad y por su puesto los lazos de tribu que podemos construir entre ella y yo. Pieza múltiple de mi inspiración.

A Diego Vargas, hermano. Desde las tardes de juegos en la infancia hasta las conversaciones nocturnas donde demostramos nuestro compromiso y amor entre él y yo. Además de sumar a nuestro desarrollo personal.

Para cada una de ellas y ellos, siendo mi familia, gracias infinitas.

A Jéssica Cárcamo (Jesse), compañera de universidad y desde esa entonces compañera de vida. Con su influencia me ha enseñado nuevas formas de vivir y de amar. Cada vez que escucho su voz, puedo resignificar la vida y aprendo con ella.

Desde que la conocí, le agradezco perennemente por su existencia.

A José Arturo Salcedo, asesor y maestro tanto de este trabajo y en mi desarrollo académico y profesional. Gracias por creer en mi potencial, mi trabajo y siempre sumarme tanto expandiendo mi panorama hacia la vida con seguridad y confianza.

Lo conocí desde las aulas y conforme avanzó el tiempo me inspiró, guio y enseñó a redactar todo este proyecto. Pieza angular de mi desarrollo profesional y universitario.

Por su puesto a cada una y uno de mis sinodales: María Luisa Morales por la calidez y precisión para enriquecer este proyecto. A Raúl Bruno, por la sinceridad e interés por leer mis ideas y motivarme a que somos más personas las que hacemos estudios de género al mismo tiempo que existimos y resistimos desde la disidencia.

A Abner Vélez, por su precisa enseñanza y motivación para seguir construyendo análisis y proyectos que importen la perspectiva de género en todas sus expresiones.

Y por último a Gabriela Castellanos, maestra que fue uno de los detonantes para la existencia de este proyecto. Gracias por enseñarme sobre los matices y filtros de la perspectiva de género en la vida. Además de la alegría al compartir clase con ella y ahora compartir parte de mi titulación me inspira a seguir trabajando teoría de género en el futuro. Pieza vital para conocer mi identidad, gracias maestra.

A cada una de ellas y ellos, gracias eternas por hacer de la docencia un lugar seguro para mí y ser personas a las que puedo acudir para aprender dentro y fuera de los salones de clases.

A Eliza Tabares y Claudia Hernández, mi psicoterapeuta y psiquiatra respectivamente. Gracias a ellas aprendí a re-vivir, reconocí las condiciones que me mantienen con vida y me ayudaron a resignificar mi proceso personal como ser biopisosocial.

Gracias Eliza por ser guía y acompañante en mi proceso. Gracias Doctora Claudia por enseñarme que la existencia es evolución perpetua.

A Salvador Irys, gracias por tener confianza en mí y permitirme ser quien soy, crear, compartir y aprender contigo. Gracias a Salvador tuve mis primeros acercamientos en sociedad que me mostraron el orgullo de ser quién soy, quien quiero ser y cómo validar y honrar el proceso de vida de las demás personas.

Por supuesto mi eterno agradecimiento de David Gonzales Camacho, quien con su cariño, acompañamiento y maestría me ayudó desde la adolescencia a conocer el privilegio y placer por el estudio. Además de que gracias a su enseñanza formé parte de la UNAM desde el Colegio de Ciencias y Humanidades Vallejo ¡Perpetuo agradecimiento!

Y mi gratitud a la Universidad Nacional Autónoma de México, desde los 15 años mi casa de estudios. En donde aprendí a abrazar el conocimiento y me proporcionó de herramientas para vivir con conciencia y pensamiento crítico cada día de mi vida.

De la mano con todas las maestras y maestros que conocí y ayudaron a mi construcción como profesional de la comunicación. Con reflexión y certeza doy mi perenne agradeciendo al CCH Vallejo (por formar parte de tres años maravillosos en mi vida) y a la FES Acatlán (donde mi cuerpo y mente también experimentó un mar eterno de sensaciones y emociones que me ayudaron a colorear partes de en quién me quiero convertir).

Gracias Universidad Nacional Autónoma de México por formar parte de mi vida y de mi existencia.

Y finalmente a mi compañero peludo quien me frecuentaba mientras redactaba estas líneas: *León* (es un perro).

Índice

Introducción.....	1
Capítulo 1: Marco conceptual. Lenguaje y perspectiva de género como representantes de realidades en los medios de comunicación dentro de las universidades	4
1.1 Lenguaje.....	4
1.1.1 ¿Qué es el lenguaje?.....	4
1.1.2 Entre lenguaje hablado y lenguaje escrito	5
1.1.3 Transformación del lenguaje	7
1.1.4 ¿Qué es el lenguaje inclusivo?.....	9
1.2 Género	12
1.2.1 Género e implicaciones	12
1.2.2 Perspectiva de Género.....	15
1.2.3 Perspectiva de género y sociedad.....	16
1.3 Comunicación en las universidades	19
1.3.1 Medios de comunicación (internos y externos).....	19
1.3.2 Medios de comunicación interna: Gestión.....	21
1.3.3 Medios de comunicación descendentes universitarios	23
Capítulo 2: Marco contextual. Medios de comunicación universitarios: Uso del lenguaje con perspectiva de género	27
2.1 La universidad latinoamericana y el uso del lenguaje escrito con perspectiva de género.....	27
2.1.1 Historia del uso del lenguaje con perspectiva de género: Argentina como detonante.....	28
2.2 Universidades públicas mexicanas: Políticas y gestión.....	31
2.2.1 Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP)	32
2.2.2 Universidad Autónoma de San Luis Potosí (UASLP)	34
2.2.3 Universidad de Guadalajara (UdeG).....	37
2.2.4 Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL).....	41
2.2.5 Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo (UMSNH).....	44
2.2.6 Universidad de Guanajuato (UG)	48
2.2.7 Universidad Autónoma de Sinaloa (UAS).....	55
2.2.8 Universidad de Sonora (UNISON)	60
2.2.9 Universidad Veracruzana (UV).....	63
2.2.10 Universidad Autónoma Metropolitana (UAM).....	69

2.3 Caso UNAM: La Universidad y el uso del lenguaje con perspectiva de género en sus medios de comunicación	73
2.4 FES Acatlán: Antecedentes y caso específico	80
Capítulo 3: Marco metodológico. La perspectiva de género como filtro para la construcción y visibilización de realidades a partir del lenguaje escrito en medios de comunicación internos en la Universidad	92
3.1 Tratamiento del uso del lenguaje con perspectiva de género en la FES Acatlán	92
3.2 Uso del lenguaje escrito y perspectiva de género: Visiones y descripciones .	93
3.3 FES Acatlán: Escenario cercano y particular	97
3.4 Medios de Comunicación escritos internos descendentes y la importancia de la perspectiva de género	100
Capítulo 4: Marco analítico. La perspectiva de género como filtro para la descripción de realidades	108
4.1 Características en lenguaje escrito en los medios de comunicación interna de la FES Acatlán	108
4.1.1. Gaceta Acatlán	110
4.1.2. NotiFES Acatlán	112
4.2 Ejemplos prácticos sobre el uso del lenguaje con perspectiva de género en la creación de mensajes	114
4.2.1 GACETA Acatlán	114
4.2.2 NOTIFES Acatlán	117
Conclusiones	121
Referencias bibliográficas	128
Referencias digitales	132
Anexos	134
Anexo 1: Estadísticas mensuales (enero-junio) del análisis de contenido de <i>Gaceta Acatlán</i> de acuerdo con las estrategias de uso del lenguaje del Documento Básico para el Fortalecimiento de la Política Institucional de Género de la UNAM (2021)	134
Anexo 2: Estadísticas mensuales (enero-junio) del análisis de contenido de <i>NotiFES Acatlán</i> según las estrategias de uso de lenguaje del Documento Básico para el Fortalecimiento de la Política Institucional de Género de la UNAM (2021)	135
Anexo 3: Tablas de porcentaje Gaceta Acatlán y NotiFES Acatlán sobre el uso del lenguaje escrito según el Documento Básico para el Fortalecimiento de la Política Institucional de Género de la UNAM (2021)	136
Anexo 4: Cuadro comparativo de gestión de comunicación interna y perspectiva de género en las universidades públicas mexicanas 2022	137

Introducción

La relación entre lenguaje, género y comunicación va más allá de servir de herramientas epistemológicas para entender la(s) condición(es) humana(s) en contextos sociohistóricos. También incluye circunstancias sociopolíticas y por supuesto socioculturales.

Comprender el uso del lenguaje escrito desde la perspectiva de género ya sitúa política y socialmente el acto de comunicación, evoca a un mensaje transmitido con características concretas y singulares en cualquier canal de comunicación. Debido a que la perspectiva de género: “Permite enfocar, analizar y comprender las características que definen [o describen] a mujeres y hombres de manera específica, así como sus semejanzas y diferencias” (Cazés, 2005, pág. 42).

Hay que considerar las singularidades de los canales de comunicación, pues son habitados y representados por comunidades u órganos específicos que cuentan una historia en especial. Entendiendo de esta manera a los medios de comunicación como parte del escenario comunicativo para la realidad.

Realidad matizada por implicaciones de género que incluyen el binario mujer-hombre y también las personas que puedan estar fuera de él. Porque mirar con perspectiva de género ya pone en tela de análisis la información que se comunica y su presentación en la forma de sus mensajes.

Puesto que la implicación de personas que salen del binarismo mujer-hombre: “Lejos de ser una moda, [es] un proceso social y político... De las palabras a los cuerpos, experiencias y reflexiones para salir de los moldes” (Varela, 2021, párrafo 1).

El objetivo general del presente trabajo es demostrar la importancia que se le da a la perspectiva de género en los medios de comunicación escritos internos de la Facultad de Estudios Superiores Acatlán; valiéndose de este caso específico como espejo y parte de la realidad de las universidades públicas mexicanas.

El primer capítulo proporciona de información sobre las concepciones que se tienen y se han esquematizado respecto al lenguaje escrito, la perspectiva de género y la comunicación interna organizacional.

Primero explicando, para nociones de la investigación, al lenguaje como un fenómeno de la comunicación. Trabajando la perspectiva de género como filtro para visibilizar en la sociedad cuestiones que abarcan el feminismo, anti patriarcado, diversidad de género, y a personas que salen del binario mujer-hombre. Para terminar con la descripción de la relevancia de la comunicación organizacional interna en forma de medios de comunicación descendente para informar y describir a los públicos internos las condiciones actuales de su institución.

En el capítulo dos se contextualiza sobre uso de lenguaje y políticas de perspectiva de género en medios de comunicación en las principales universidades públicas de América Latina, que particularmente tengan al español como lengua materna y sean de las más influyentes a nivel mundial.

Siguiendo con el caso más cercano que es la UNAM y con ello a su Facultad multidisciplinaria más grande: La FES Acatlán.

Para así, en el tercer capítulo apuntar la metodología adecuada para hacer de este estudio de caso un ejercicio de investigación emulable a partir del análisis de contenido de los dos principales medios de comunicación interna de la FES Acatlán: *Gaceta Acatlán* y *NotiFES Acatlán*.

El cuarto capítulo analiza la importancia que se le da al lenguaje con perspectiva de género para la creación de mensajes en los medios de comunicación interna universitarios. Contemplando la presencia de estrategias de uso de lenguaje que enuncia el *Documento Básico para el Fortalecimiento de la Política Institucional de Género de la UNAM (2021)* en los dos medios de comunicación mencionados.

A partir de ese planteamiento, la estrategia para llevar a cabo la investigación contempla objetivos específicos medibles, alcanzables, relevantes y con límite de tiempo para comprender las condiciones del trabajo.

De manera específica, se relata cuál es la importancia de la perspectiva de género en el uso de lenguaje de medios de comunicación internos a partir de la relevancia que se le da en su presencia en los titulares de notas informativas en los medios impresos de comunicación de la FES Acatlán. Que son medidos mediante el análisis de contenido que dota de numeraria necesaria a partir de la observación de la muestra de titulares en *Gaceta Acatlán* y en *NotiFES Acatlán*. Así sumará a la explicación de la interacción entre perspectiva de género y comunicación.

Para contemplar el alcance de la investigación se narra la relación entre el uso de perspectiva de género en la comunicación a partir del lenguaje escrito y cómo este ejercicio puede cambiar por completo el contenido del mensaje. Apostando a un estudio específico no generalizable, pero si emulable a los medios de comunicación.

La relevancia de la investigación radica en las condiciones sociopolíticas y culturales actuales en cuanto a perspectiva de género y la visibilización, representación y descripción de la realidad de los medios de comunicación. Porque la Universidad es parte de esa realidad diversa, con su propio público y acontecimientos de relevancia.

Todo, en el límite de tiempo de un semestre, el periodo 2021-2 que representa enero a junio del año 2022. Esa es la segmentación de los boletines por analizar, siendo elegida dada la temporalidad del proyecto y la consideración de la perspectiva de género como eje transversal en el *Plan de Desarrollo Institucional 2021-2025* de la FES Acatlán.

Para finalizar con un análisis que abra caminos a investigaciones futuras donde se considere la importancia del uso de lenguaje escrito con perspectiva de género en los medios de comunicación interna universitaria.

Lo anterior, mediante la consideración de ejemplos donde se aplican y explican las implicaciones circunstanciales de la perspectiva de género en el uso de lenguaje al momento de redactar titulares para un boletín interno que informe a la comunidad universitaria. Puesto que son las condiciones políticas institucionales y parte de la responsabilidad de la universidad.

Al ser la responsabilidad universitaria parte de la responsabilidad social de la universidad como organización, además de su rol como espacio donde se socializa y desarrollan las personas que la conforman. Donde se reconocen a los públicos internos y se aplican estrategias que beneficien a segmentos de la comunidad en representación y reivindicación de roles e identificación de género.

Observando así la perspectiva de género como tema transversal que cruza por acontecimientos, hechos y/o información que involucran la vida universitaria dentro de sus instalaciones y cómo se relatará en los medios de comunicación interna.

Para resaltar información vital durante el desenvolvimiento del presente trabajo, se encontrarán palabras en **negritas**, para hacer énfasis en enunciados, palabras, citas y párrafos completos que son importantes para el estudio y entendimiento de la investigación.

Capítulo 1: Marco conceptual. Lenguaje y perspectiva de género como representantes de realidades en los medios de comunicación dentro de las universidades

1.1 Lenguaje

La manera en que la humanidad se ha relacionado con el mundo y sus implicaciones ha sido un tema amplio de reflexión desde la mirada científica. Dentro de las ciencias sociales, uno de los estudios más llamativos es el del lenguaje con sus concepciones y usos.

Mediante este fenómeno comunicativo, en los últimos años, el proceso de comunicar se ha llenado de matices que enriquecen su desarrollo hasta el punto de reconocer en **el lenguaje un punto y aparte para la representación, incluso creación, de realidades.**

Esto no quiere decir que sólo el lenguaje y su uso sea la base de las relaciones sociales y sus expresiones implícitas; sin embargo, sí prevalece como uno de los detonantes de lo que entendemos como realidad social y la misma existencia individual y colectiva.

1.1.1 ¿Qué es el lenguaje?

Las concepciones sobre el lenguaje han sido estudiadas desde la rama de la lingüística, la psicología, sociología y por su puesto la comunicación. A continuación, se dará un atisbo del significado.

Para nociones de este trabajo, se abordará al **lenguaje como parte de la comunicación.** Para llegar a ello, se reflexionan las concepciones del lenguaje y uso para ser considerado **la base de la comunicación y con ello una herramienta de la misma de manera dual.**

Para el antropólogo y lingüista Edward Sapir el lenguaje se entiende como un “Método exclusivo de los humanos, y no instintivo, de comunicar ideas, emociones y deseos por medio de un sistema de símbolos producidos de manera deliberada” (Sapir, 1954, pág. 14).

Se contempla a la actividad de comunicar como un fenómeno que involucra el lenguaje de tal manera que genera e integra expresiones humanas. Puesto que a partir de este es como logramos identificar las nociones e intereses de las personas.

Por otro lado, se puede entender al lenguaje como el estudio de un todo y sus generalidades (ontología) como lo apunta Rafael Echeverría:

Por siglos, hemos considerado como un instrumento que nos permite «describir» lo que percibimos (el mundo exterior) o «expresar» lo que pensamos o sentimos (nuestro mundo interior). Esta concepción hacía del lenguaje una capacidad fundamentalmente pasiva o descriptiva. El lenguaje, se suponía, nos permitía hablar «sobre» las cosas. La realidad, se asumía, antecedía al lenguaje y éste se limitaba a «dar cuenta» de

ella. En alguna parte hemos llamado a ésta, una concepción «contable» del lenguaje. (Echeverría, 2005, págs. 21-22)

Describiendo de esta forma al lenguaje, se forman esquemas que detallan al acto comunicativo lingüístico como algo que es pasivo y al mismo tiempo activo en cuanto entra en acción con el entorno.

El uso del lenguaje y su práctica en diferentes expresiones puede, además de describir, expresar realidades que ya existen y que se les dota de representación a través de la verbalización.

De la misma forma, Echeverría (2005) enuncia tres componentes para terminar de entender al lenguaje como una ontología:

1. Interpretamos a los seres humanos como seres lingüísticos.
2. Interpretamos al lenguaje como generativo.
3. Interpretamos que los seres humanos se crean a sí mismos en el lenguaje y a través de él. (Echeverría, 2005, pág. 20)

Entendiendo al **lenguaje como un sistema de comunicación generativo y descriptivo**, la relación con el uso que los seres humanos les dan varía según su contexto. Dicho contexto involucra lo social, cultural, económico, etc. Sin embargo, también el canal por el cual se use el lenguaje para transmitir su ideal:

En todas las comunidades humanas, los individuos hablan, escuchan, intercambian sus ideas o pensamiento por medio de secuencias sonoras producidas por el aparato buco fonatorio; todo *humano* es un locutor, un receptor, pero también es capaz de retener mensajes sonoros, reproducirlos, traducirlos, etc. Este conjunto de actividades, que llamaremos **conductas del lenguaje**, forma parte de una familia más amplia, la de las conductas simbólicas (el dibujo, los gestos, la escritura y otros códigos diferentes). Las conductas de lenguaje se consideran generalmente como la expresión, la realización de una facultad inherente y específica de la especie humana, el lenguaje. (Bronckart, 1980, pág. 10)

Estas conductas del lenguaje que menciona Jean Paul Bronckart, resaltan las del habla y escritas. Puesto que para las condiciones del presente trabajo se recalcará la interacción entre estas expresiones y su vínculo para la construcción de mensajes para un **fenómeno comunicativo generador y descriptivo de la realidad y las realidades diversas**.

1.1.2 Entre lenguaje hablado y lenguaje escrito

Dadas las expresiones que el lenguaje puede presentar, un par de ellas son vitales para el entendimiento y desarrollo de este trabajo: el lenguaje hablado y el lenguaje escrito. Ya que ambos van de la mano y su relación construye conceptos.

Se denota la decisión de describir y trabajar al lenguaje hablado y escrito por ser, en parte, resultado uno de otro. Y, de la misma manera, parte de la correlación entre la realidad individual y la colectiva y viceversa:

La escritura solamente comenzó cuando el hombre creó un sistema organizado de signos o de símbolos para registrar y recordar lo que estaba pensando, sintiendo o lo que quería expresar (Llano I., 2001, pág. 129).

Entre las primeras interacciones con el ambiente, la humanidad busca significar y categorizar lo que está a su alrededor mediante el traslado del sistema del habla al escrito, puesto que así se representa la realidad y puede prevalecer.

Es en esta misma interacción con el entorno dinámico, el habla puede variar y con ella las convenciones del lenguaje escrito para representar diferentes formas de la experiencia humana.

Para la fonoaudióloga y docente Dalia Vanessa Ballesteros Pérez (2016), **el lenguaje escrito alcanza las dimensiones de lo personal, interpersonal, social y cultural, puesto que alcanza conexiones entre distintos tipos de personas en la misma sociedad.**

Dentro de este mismo fenómeno, Ballesteros Pérez relaciona que quien entra en relación con el lenguaje escrito no solo es generador, sino también lector:

El lector ya no es un sujeto pasivo que simplemente “descifra” lo que dice un texto, sino que construye y reconstruye la realidad a partir de la generación de hipótesis basadas en lo que expone el autor desde su propio punto de vista, y en el bagaje de experiencias previas, motivaciones y actitudes que posee. (Ballesteros, 2016, pág. 444)

Así, el epifenómeno del lenguaje escrito y lenguaje hablado fluye entre la creación de mensajes y recibimiento de estos de forma activa. Puesto que del lenguaje hablado se reproduce el escrito y, del escrito, el hablado. **Todo en una reconstrucción y re significación constante de lo que entendemos como cotidianidad y sobre todo nuestra existencia.**

Al comprender las conexiones y vínculos entre lo que se habla y escribe, y lo que se escribe y habla, la correlación es casi innata si consideramos qué se quiere comunicar, qué ideas previas se quieren reproducir tanto para que queden plasmadas en texto o trasciendan este y repercutan en el habla:

Es preciso señalar que las letras, los alfabetos e incluso las tipografías han tenido un gran poder social de identificación....La diferencia entre lenguaje oral y lenguaje escrito se prolonga precisamente en aquello que no puede ser dicho o que no se puede escribir, o mejor aún en el

intersticio entre lo no dicho y lo dicho, en el resquicio entre lo no escrito y lo escrito (Hernández & García, 2022, págs. 76-82).

Son esos espacios **entre lo oral y lo escrito los que hacen sinergia para generar nuevas ideas y conceptos que superan las diferencias entre ellas**. Es un acto de creación y representación de lo real y diversa que es la realidad y sobre todo las sociedades dinámicas con transformaciones las cuales se pueden reconocer en el habla, la escritura y lo que se encuentra entre ellas.

1.1.3 Transformación del lenguaje

La dualidad persona - sociedad o individualidad - colectivo se ha estudiado por décadas, llegando a visiones diversas sobre cómo una no existiría sin la otra, y que también **se estimulan mutuamente para construirse en conjunto**.

De forma análoga, la relación entre la realidad y el lenguaje puede entrar en referencia para explicar de qué manera y cómo el lenguaje no sólo expresa e identifica a la realidad; sino que ambos temas cambian en cuanto fluye la experiencia individual y por su puesto social.

El lingüista Michael Alexander Kirwood Halliday (1982) menciona cómo el desarrollo de todo ser humano ocurre en un ambiente y que ese ambiente se define entre lo físico y lo social.

Es el ambiente donde se desarrolla cada persona, lo que la hace entrar en procesos de evolución e identificación para formar parte de una comunidad y parte de la misma sociedad. Es a partir del punto de identificación cuando se reconoce que estos procesos son dinámicos y perpetuos:

En el desarrollo del niño como **ser social**, la lengua desempeña la función más importante. La lengua es el canal principal por el que se le transmiten los modelos de vida, por el que aprende a actuar como miembro de una sociedad-dentro y a través de los diversos grupos sociales, la familia, el vecindario, y así sucesivamente- y a adoptar su "cultura", sus modos de pensar y de actuar, sus creencias y sus valores. (Halliday, 1982, pág. 18)

Con base en el desarrollo de la infancia, es fácil reconocer que el lenguaje, como ya se ha comentado, alcanza diferentes dimensiones al mismo nivel o forma que la experiencia colectiva y por lo tanto individual.

Se entiende al lenguaje, con relación al medio social, como un generador de realidades subjetivas, que se pueden denominar identidad, así mismo, es un vaivén entre lo que se es y se aprende a ser en función de la sociedad y de cada persona, puesto que la suma de experiencias también es creadora de diversidad.

Los roles o papeles sociales son cambiantes y, como parte de una sociedad, la persona desempeña no sólo uno sino muchos papeles a la vez, siempre por medio de la lengua:

Así, la lengua es condición necesaria para ese elemento final en el proceso de desarrollo del individuo, desde ser humano hasta una persona a la que podemos llamar “personalidad”, considerando a esa personalidad como un papel complejo (Halliday, 1982, pág. 25).

Hasta este punto, se detalla cómo la relación entre sujeto y su uso del lenguaje con respecto a la realidad tiene una conexión inevitable. Incluso Halliday se pregunta, en *El lenguaje como semiótica social: La interpretación social del lenguaje y del significado*, “**¿De qué otro modo puede considerarse el lenguaje como no sea en un contexto social?**” (Halliday, 1982, pág. 19)

Pues bien, si el contexto o ambiente social es dinámico y está en relación con el lenguaje, entonces las formas de expresión o comunicación también lo podrían ser. Para esto, Jean Paul Bronckart presta atención a cómo el lenguaje en sí mismo es cambiante:

Todas las lenguas están sometidas al cambio; que, en un momento dado, el cambio será rápido o profundo, y en otro lento o poco importante, es secundario.... La noción de lenguaje es de naturaleza puramente teórica; en la medida en que todos los humanos hablan y se observan profundas semejanzas en sus modos de expresión, podemos afirmar que existe una facultad del lenguaje. (Bronckart, 1980, págs. 82-89)

Es preciso resaltar la facultad de lenguaje fruto del reconocimiento de la otra persona y del individuo en sí. Es de esa manera que se construye la realidad objetiva y; con ello, **resaltan las diferencias entre modos de expresión y la misma intención de usar el lenguaje para ilustrar diferentes y nuevas partes de la sociedad.**

Parte de los cambios en la sociedad (cambios sociales en el lenguaje) se ven permeados por la cultura, el tiempo, las generaciones y diferentes fenómenos que motivan tanto nuevas palabras para nombrar las cosas e identificar a las personas:

A la larga, cualquier rasgo nuevo de la transformación llega a formar parte del habla común y aceptada, pero durante mucho tiempo puede existir como mera tendencia en el habla de una minoría, y quizá de una minoría menospreciada (Sapir, 1954, págs. 177-178).

Por supuesto, la transformación del lenguaje surge a partir de un grupo que impulsa el dinamismo en las formas de expresión. Un ejemplo de transformación del lenguaje es el lenguaje inclusivo, que, con implicaciones de género, tiene como objetivo representar nuevas realidades o realidades invisibilizadas a lo largo de la historia.

1.1.4 ¿Qué es el lenguaje inclusivo?

Uno de los factores transformacionales del lenguaje es el dinamismo de uso y representación para quienes lo generan y practican. Uno de esos factores vitales y transaccionales es el género y sus implicaciones con los cambios en el lenguaje según las necesidades de ciertas partes de la población. El lingüista Santiago Kalinowski describe el lenguaje inclusivo como:

Un fenómeno retórico y político antes que lingüístico. Adicionalmente y en un momento más reciente, también fue adoptado por muchas personas que no se auto perciben hombres ni mujeres (Kalinowski, 2020, pág. 17)

En suma de otras propuestas como el lenguaje no sexista o el lenguaje neutro, presenta cambios en la estructura de las palabras además de su uso y composición al momento de crear mensajes, puesto que ya tiene un origen político, social y de **identidad**.

Por otra parte, la doctora en lingüística Angelita Martínez, en la ponencia “El lenguaje inclusivo. La mirada de una lingüista” dentro del Primer Congreso de Lenguaje Inclusivo Defensoría del Pueblo de la Provincia de Buenos Aires de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación Universidad Nacional de La Plata, rescata lo siguiente:

Los hablantes somos seres inteligentes y sistemáticos, capaces de recategorizar sustancia semántica a partir de una necesidad comunicativa.... Los cambios estructurales surgen de una necesidad comunicativa que provoca variación y, con el tiempo, impacta en el sistema... Las necesidades comunicativas de los hablantes pueden tener distintas motivaciones que se relacionan, siempre, con el factor humano. (Martínez, 2019, págs. 1-2)

Es esta necesidad comunicativa la que genera el cambio no sólo en el manejo del lenguaje sino también en la representación oral y por supuesto escrita. Dado que las motivaciones son generalmente sociales, ideológicas, políticas y meramente contextuales. **El lenguaje inclusivo representa la transformación del lenguaje en función de la necesidad de nombrar e identificar realidades relacionadas con el género femenino, masculino y las personas no binarias, según sus circunstancias.**

Es el contraste y categorización de diferentes grupos de personas quienes convierten al lenguaje en un sistema abierto (que bien siempre pudo serlo) y que contrario a lo que se podría creer: **no se impone**, sino que **suma de herramientas y matices a los actos comunicativos.**

Para entender la correlación del cambio lingüístico y la perspectiva de género, Judith Butler en *Poder, lenguaje e Identidad* (1997) reflexiona el hecho de cómo el lenguaje y el manejo de este puede visibilizar o invisibilizar a las personas:

El lenguaje preserva el cuerpo, pero no de una manera literal trayéndolo a la vida o alimentándolo, más bien una cierta existencia social del cuerpo se hace posible gracias a su interpelación en términos de lenguaje (Butler, 1997, pág. 21).

La intención del lenguaje inclusivo se basa en el reconocimiento y representación social que van más allá del binarismo, y que, si se considera como una herramienta, puede acompañar notablemente al lenguaje no sexista y también al lenguaje neutro, ya que: “Uno "existe" no sólo en virtud de ser reconocido, sino, en un sentido anterior, porque es reconocible” (Butler, 1997, pág. 22).

Para entenderlo mejor, el ejemplo que ofrece la académica Ingrid Kristine Børset de la Universidad de Oslo, Noruega, es el siguiente:

En español, por ejemplo, el sustantivo plural *niños* puede referir a un grupo de niños varones, o a un grupo mixto en cuanto al género. De igual manera, el enunciado *los derechos del niño* puede indicar los derechos de los seres humanos jóvenes, o específicamente los derechos de los niños varones. Mientras tanto, el singular y el plural del sustantivo *niña* solo tienen un significado específico, refiriéndose únicamente a niñas hembras. (Kristine 2021, pág. 8)

Además de la inclusión y transformación para representar a las mujeres en el acto del lenguaje en medios de comunicación, en este trabajo también se pretende hacer eco a la visibilidad de personas que salen del binarismo y que, con ayuda de su nombramiento en los medios, se podría alcanzar la revelación de diversas y disidentes existencias humanas.

Así, el uso de la letra “e”, “@”, “x”, términos relacionados con la neutralización del lenguaje, uso de femenino, masculino y neutro; serán considerados como lenguaje inclusivo (o incluyente) para la base de análisis más adelante, debido a que impulsan a la inclusión de identidades no binarias además de erradicar lenguaje sexista de manera implícita y **dignificar las personas no binarias y binarias**.

Angelita Martínez, de la Universidad de la Plata, señala:

Se está interpelando al lenguaje en tanto traductor de una situación social que requiere ser reparada. Se halla en juego, nada menos, que la condición humana ...Lo hace a nivel discursivo: todos y todas, alumnos y alumnas, a nivel gráfico (la x y la arroba), a nivel léxico, al impulsar el empleo de unidades como sororidad o mixidad, pero advierte que ni las estrategias discursivas, ni las gráficas, ni la utilización de léxico novedoso

alcanzan, que se necesita más y entonces acude a intervenir la morfología de la lengua. (Martínez, 2019, págs. 4-5)

Apelar a la reconstrucción o resignificación del lenguaje es un reflejo de las condiciones sociales e individuales de la humanidad sumado a su diversidad.

En adición a que el género es uno de las constantes transversales de la realidad junto a la identificación, representación y dignificación del binarismo y el no binarismo, dado que son interesantes para el empleo del análisis del discurso.

Entendiendo como “discurso” el contenido del mensaje y lo que provoca, evoca y sus intenciones que, sumado a la perspectiva de género (como se trabajará en el siguiente apartado), tendrá más que una repercusión en la sociedad:

El manejo del lenguaje no sólo proporciona una posición social, sino que, además, otorga la posibilidad a los seres humanos herramientas para imaginar, simbolizar y pensar acerca de sí mismos y de su papel en la sociedad. La lectura es el medio por el cual se pueden encontrar nuevas formas de ver el mundo y darle sentido a la propia existencia (Ballesteros, 2016, pág. 449)

De esta forma, se comprende el **lenguaje inclusivo como suma de herramientas para ilustrar y transformar la realidad según las necesidades sociales**. Puesto que puede ser el detonante de muchos otros cambios que se desarrollarían como epifenómenos, pues **deja entrever las intenciones para usar o no usar estas variaciones del lenguaje**:

La mera posibilidad de la existencia de un género “-e” en la lengua desestabiliza y desnaturaliza el binarismo estructural de la lengua y del discurso hegemónico sobre las identidades genéricas. De allí que la batalla discursiva por el lenguaje inclusivo sea tan importante para el discurso conservador. Y para nosotres. (Moragas & Pérez, 2020, pág. 90)

Precisamente, dirigir al **uso, transformación y práctica del lenguaje inclusivo como herramienta de representación y nombramiento social son indicadores de su importancia**. Y, como se leerá más adelante, la perspectiva de género dotara de filtros que exhibirán las injusticias e inconvenientes sociales que detonan cambios estructurales donde el lenguaje es relevante.

1.2 Género

Los filtros que ayudan a comprender la realidad son variados y posiblemente infinitos debido a los cambios histórico - sociales, políticos y por supuesto culturales que contribuyen a la cosmovisión de las personas respecto a su entorno y a ellas mismas.

Uno de los matices que suma perspectivas es el género. Para entenderlo es vital hablar de feminismo y cómo el uso de términos ha entrado en metamorfosis al punto de ver más allá del binarismo “mujer y hombre”.

Así, **la perspectiva de género es tanto una herramienta como una propuesta de conocimiento y autoconocimiento, social e individual respectivamente.** Demuestra y describe cambios sociales que posiblemente siempre estuvieron ahí, o hace eco a las expresiones subjetivas de las personas según su experiencia social.

1.2.1 Género e implicaciones

El punto de partida son las diferencias y exponer (re) significaciones del uso del vocablo “género” y cómo es performativo además de caracterizador de diferentes realidades:

“Género” es un concepto que, si bien existe desde cientos de años, en la década de los setenta empezó a ser utilizado en las ciencias sociales como categoría con una acepción específica (Lamas, 1996, pág. 97).

Debido a sus diversos usos e implicaciones según el campo en el cual sea empleado, en el presente trabajo se abordará como **generador de identidad, etiqueta social y constructo socio-cultural.** Donde **no sólo se considera la disciplina que hace uso del concepto, sino también a las personas en cotidianidad:**

El género es más que una categoría, es una teoría amplia que abarca categorías, hipótesis, interpretaciones y conocimientos relativos al conjunto de fenómenos históricos construidos en torno al sexo. El género está presente en el mundo, en las sociedades, en los sujetos sociales, en sus relaciones, en la política y en la cultura. El género es la categoría correspondiente al orden sociocultural configurado sobre la base de la sexualidad: la sexualidad a su vez definida y significada históricamente por el orden genérico (Lagarde, 1996, pág. 11)

Es en funciones de su uso que las personas identifican su propia realidad. Realidad diversa que parte primero desde **lo impuesto biológicamente (sexo), después lo identitario (psicológico) y por ende lo que se expresa (sociocultural).** Es preciso mencionar las implicaciones sexuales y psicológicas:

La sexualidad, materia del género, es el conjunto de experiencias humanas atribuidas al sexo y definidas por la diferencia sexual y la significación que de ella se hace. Constituye a las personas y las adscribe a grupos bio-socio-psico-culturales genéricos y a condiciones de vida predeterminadas que a su vez condicionan sus posibilidades y sus potencialidades vitales. (Lagarde, 1996, pág. 13)

Este punto ya atisba a las demás circunstancias que convergerán en roles de género, características físicas y sobre todo la concepción del binarismo “mujer-hombre”.

Para Marta Lamas (1996) las **implicaciones del género** en el ámbito psicológico son tres: primero la asignación del género por el sexo, después la identidad de género conforme la autopercepción, y el papel del género asignado y relacionado a la sociedad y sus estratos.

Así, se entiende cómo el uso e implicación del género radican en la descripción e identificación de experiencias socioculturales, e incluso políticas (en cuanto a la perspectiva de género y su aporte social). Incluso, a manera reflexiva, el género puede entenderse como un concepto transversal que se presenta de manera distinta según los hechos sociales e históricos:

Hoy en día vemos que los límites sociales establecidos por modelos basados en el género varían tanto históricamente como culturalmente, y que también funcionan como componentes fundamentales de todo sistema social... Estas interpretaciones y los modelos que crean, operan tanto a nivel social como individual (Conway, Bourque, & Scott, 1996, págs. 22-23)

Con las transiciones históricas, las personas dentro de la sociedad buscan otras formas de identificación. En sentido de ver más allá de binarismo y cómo los individuos buscan integrarse desde la disidencia no binaria:

La estructuración del género llega a convertirse en un hecho social de tanta fuerza que inclusive se piensa como natural; lo mismo pasa con ciertas capacidades o habilidades supuestamente biológicas, que son construidas y promovidas social y culturalmente.... Además, esta categoría permite sacar del terreno bilógico lo que determina la diferencia entre los sexos, y colocarlo en el terreno simbólico (Lamas, 1996, pág. 115).

Este epifenómeno individual y colectivo representa parte de la transformación del género y por ende de su uso tanto a nivel expresivo como comunicativo cuando se trata de trasladar la visión y objetivo en construcción de mensajes, experiencias individuales y socialización:

El género no es exactamente lo que uno «es» ni tampoco precisamente lo que uno «tiene» Asumir que el género implica única y exclusivamente la matriz de lo «masculino» y lo «femenino» es precisamente no comprender que la producción de la coherencia binaria es contingente, que tiene un coste, y que aquellas permutaciones del género que no cuadran con el binario forman parte del género tanto como su ejemplo más normativo (Butler, 2006, págs. 60-70).

En el proceso de autopercepción y rol social en el cual se sumergen las personas consciente e inconscientemente, es inherente la identificación y representación de ellas. De esta manera, es posible atisbar representaciones que rompen con el binarismo:

Las sociedades actuales siguen considerando la división varón-mujer como único modelo posible de organización social. Dicho binarismo mujer-varón, cuando es considerado como oposición dicotómica excluyente, coloca obstáculos que impiden vivir la corporeidad y la experiencia vital con radical autonomía (García-Granero, 2017, pág. 253).

Así, comprender al **género como etiqueta de identificación, constructo social y generador de identidad, suma experiencias e integra a las personas que se encuentran fuera del binarismo de género**. De la misma manera, las disidencias son visibilizadas y agregan otro filtro a la perspectiva que se le aporta al género.

Contar con la perspectiva de género como filtro o herramienta para tratar diferentes situaciones públicas, institucionales y personales, únicamente demuestra la diversidad en las comunidades y por ende en las sociedades:

El género es una herramienta hermenéutica cuyo objetivo es acudir a la raíz de la opresión y desmantelar el mapa ideológico de los lugares simbólicos que nos son asignados de manera heterónoma.... Cuando analizamos las diferentes corporeidades, lo hacemos cargados con un bagaje y una cosmovisión sostenida por el género. De este modo, el género es un mecanismo social que regula el comportamiento de hombres y mujeres, pero encuentra su propia legitimación en las ideas que él mismo crea en torno a la diferencia sexual [añadiendo a personas fuera del binarismo como disidencias de género]. (García-Granero, 2017, pág. 258)

De esta forma, utilizar y mirar con perspectiva de género suma herramientas para reconocer e ilustrar las diversidades y disidencias humanas que siempre han existido y que como se verá más adelante, es de suma importancia buscar representación, identificación; dado que fueron invisibilizadas por causas sistémicas opresoras.

Porque para Marcela Lagarde (1996), el género implica: actividades y creaciones del sujeto en el mundo, afectividad, lenguaje y valores, identidad y diferencia, espacio, lugar, política; y sentido de la vida de las personas.

1.2.2 Perspectiva de Género

Pasar por filtros lo que se entiende como realidad, puede visibilizar, según la perspectiva, muchos datos y características que de una u otra manera parecerían irrelevantes según su contexto histórico y por su puesto social.

Hay escenarios que representan, más que casos aislados, el reflejo de años de cultura, costumbres, y prácticas que por momentos se entienden como “lo normal”; cuando en realidad ilustran problemáticas interseccionales en donde el género es importante.

Marcela Lagarde (1996) en *La Perspectiva de Género*, apunta cómo uno de los fines de esta es “Contribuir a la construcción subjetiva y social de una nueva configuración a partir de la resignificación de la historia, la sociedad, la cultura y la política desde las mujeres y con las mujeres” (pág. 1).

Hablar de género es hablar de feminismo y de las identificaciones de las diferencias socioculturales y políticas entre mujeres y hombres. Así, es importante sumar la significación del género como identificación, constructo social y generador de identidad.

De esta manera se considerarían tanto las diferencias y condiciones de las mujeres, hombres y las personas que no se identifiquen como ninguno de esos dos géneros, deslumbrando la diversidad para dignificar experiencias colectivas:

Los temas que abarca el género no son extremos ni indiferentes. Son aspectos de la propia vida, de la comunidad, del país... Por eso el género no provoca indiferencia: irrita, desconcierta o produce afirmación, seguridad, y abre caminos (Lagarde, 1996, pág. 7).

Como lo apuesta Marcela Lagarde, abrir caminos es una posibilidad que proviene de mirar el mundo desde una perspectiva que convenga al género y que demuestre las diferencias entre las personas, de la misma manera que puede validarlas socialmente.

Por otra parte, Susana Gamba (2008) reflexiona el hecho de que la perspectiva de género identifica relaciones de poder favorables a los hombres, que están relacionadas histórico - socialmente y que son parte relevante de todo vínculo social desde clase, edad, preferencia sexual, etc.

Cada contexto humano puede entenderse como una experiencia fenomenológica de límites y alcances interseccionales donde, conforme han pasado los años, cada vivencia ya no sólo se describe dentro de los marcos femeninos o masculinos, también los no binarios:

La mirada de género no está supeditada a que la adopten las mujeres ni está dirigida exclusivamente a ellas. Tratándose de una cuestión de concepción del mundo y de la vida, lo único definitorio es la comprensión de la problemática que abarca y su compromiso vital (Gamba, 2008, párrafo 6).

De esta manera, y en funciones de este trabajo, **la perspectiva de género suma experiencias, visibiliza y sobre todo reconoce la realidad social individual en la sociedad.**

De la misma manera que expone, puede realizar mensajes y tener intenciones que cubran la misma necesidad de mostrar las diferencias sociales y sus circunstancias. Puesto que la perspectiva de género también puede ser una cámara de eco de las identidades y realidades:

Es una propuesta de inclusión (porque las problemáticas que se derivan de las relaciones de género sólo podrán encontrar resolución en tanto incluyan cambios en las mujeres y también en los varones [Además de las personas no binarias] (Gamba, 2008, párrafo 8)

La inclusión y uso de la perspectiva de género puede ser usada en cualquier contexto que involucre a la sociedad, y un ejemplo de ello pueden ser los procesos comunicativos y sus medios en donde se transmita un mensaje o se quiera representar a sectores de las comunidades que existen en el mundo:

Mirar la realidad con perspectiva de género es aspirar a redefinir las reglas del juego, de lo público y lo privado, del valor del éxito, de la sostenibilidad de la vida, de las relaciones entre cercanos y extranjeros (Donoso & Velasco, 2013, pág. 75)

Es un ejercicio flexible para ser usado como marco de referencia tanto de creación u observación. Su función, sin embargo, jamás deja de evidenciar las características particulares de las sociedades a partir de la importancia de sus identidades que se crean simultáneamente.

1.2.3 Perspectiva de género y sociedad

Ya se han mencionado las implicaciones y usos que el género puede tratar, y que de manera explícita convergen en las particularidades de la sociedad y sus integrantes. De esta forma, la representación de estos últimos es una cuestión a resaltar.

A cualquier nivel, los medios y canales de comunicación son aristas por analizar para reconocer las realidades subjetivas y en primera instancia la objetiva.

La palabra, el lenguaje es la marca que significa el sexo e inaugura el género. Y el resto de la vida de manera casi imperceptible se repite el ritual: cada persona reconoce a otra a través de la mirada de su cuerpo...

Además, lo certifica en las acciones, los comportamientos, las actitudes, las maneras de actuar y de relacionarse, y por el conjunto de cosas que esa persona puede o no hacer, decir, pensar. Es decir, por los límites impuestos a su ser-en-el mundo por esa construcción que es el género (Lagarde, 1996, pág. 12).

A través del mecanismo cultural y ritual, lo femenino junto con lo masculino se ha construido a lo largo de los años creando estereotipos, roles e incluso estigmas. Sumado a ello, los medios de comunicación, principalmente, se han encargado de repetirlos y así produciendo en el imaginario colectivo el “deber ser” de las personas según su género.

Sin embargo, **es cuando las personas no encajan en el binarismo o simplemente no se identifican en su género asignado cuando la experiencia social cambia**, puesto que como Marcela Lagarde menciona, los límites ya se implantan por el género.

Es importante reconocer la identificación y representación que se le puede dar al género debido a que este también influye en la construcción de identidad. Validar las experiencias humanas también forma parte de ver esas realidades, existir en lo que se considera lo “normal” o “común”.

La relación entre la identificación social e individual respecto a lo que se observa en medios o se produce en canales de comunicación es rescatado por la Teoría de la identidad social (TIS).

Como se cita en *La Teoría de la Identidad Social: una síntesis crítica de sus fundamentos, evidencias y controversias* (2008):

Las raíces de la TIS se encuentran en el trabajo llevado a cabo por Henry Tajfel en la década de los cincuenta en el área de la percepción categorial (Tajfel, 1957)... Siendo Turner y Brown (1978) quienes acuñaron el término Teoría de la Identidad Social para etiquetar las diversas descripciones de ideas que Tajfel empleó... El núcleo de la TIS se origina en la idea de que «por muy rica y compleja que sea la imagen que los individuos tienen de sí mismos en relación con el mundo físico y social que les rodea, algunos de los aspectos de esa idea son aportados por la pertenencia a ciertos grupos o categorías sociales» (Tajfel, 1981, 255) (págs. 80-81).

En esta relación recíproca y epifenomenológica, la representación, inclusión e incorporación de las experiencias de las personas, empezando por su género, forman parte de cómo son percibidas por la sociedad y de qué manera se reconocen en ella misma.

De esta forma, el género y su representación conforman parte del eje central de la identificación y representación social que implica saber que la realidad objetiva está construida por personas y situaciones que implican el género: mujeres, personas no binarias y hombres.

Estas representaciones pueden reconocerse en los medios de comunicación y su uso del lenguaje para construir y reconstruir lo que representa la experiencia social e individual de cada persona. De la misma manera, integra un cambio en la cosmovisión y objetivo de quién evoca mensajes en los medios. Como lo referencia la autora Gabriela Castellanos (1995):

La subjetividad se construye, no simplemente mediante el influjo de un sistema de ideas culturales (por ejemplo, la oposición entre hombre y mujer), sino mediante un proceso de interacción entre la cultura y la realidad personal (pág. 47).

Se reflexiona a los medios de comunicación por el impacto que llegan a tener con quienes interactúan, así como su papel a nivel externo e interno. Pues a final de cuentas forma parte de las relaciones sociales y por ende las experiencias humanas.

Retomando *La Teoría de la Identidad Social: una síntesis crítica de sus fundamentos, evidencias y controversias* (2008), entender que los medios de comunicación también influyen en las vivencias humanas es el inicio para tomar en cuenta su enfoque y planeación:

La cuestión de la identificación grupal según los teóricos de la TIS, la identificación es elemento suficiente para determinar la percepción subjetiva de la existencia de un grupo [siendo mujeres, personas no binarias y hombres] y su grado permite clasificar los contextos en los que se desarrollan las conductas a lo largo del continuo personal-social (Tajfel, 1978, Turner y Giles, 1981, como se citó en Scandroglio, 2008, pág. 84).

Desde lo personal a lo social hay muchos matices que bien pueden implicar la perspectiva de género y el escenario que transitan en los medios de comunicación.

Así, en el siguiente apartado, se explorará la importancia de la comunión a nivel interno y, de manera análoga a la sociedad, el fenómeno que se experimenta en las universidades públicas al momento de transmitir mensajes hacia su comunidad o comunidades.

1.3 Comunicación en las universidades

Los vínculos y conexiones sociales se presentan en diferentes comunidades; es en el acercamiento que se tiene con los demás y las características que los unen más sus diferencias, donde se nota un punto de análisis donde puede entrar la comunicación.

De forma práctica, la instancia educativa (en este caso la universidad) puede ser análoga a cómo fluyen y se transforman las condiciones para que la sociedad observe y manifieste cambios a lo largo de su desarrollo.

Considerar a la universidad como un escenario comunicativo con canales propios que cuenta con una comunidad establecida (alumnos, profesorado, etc), suma al presente trabajo un ejemplo de cómo las implicaciones del género y el lenguaje pueden ser tratadas y empleadas.

Con una mirada expositiva de análisis comunicativo, es importante identificar los tipos de comunicación a nivel organizacional, debido a que la universidad es una institución pública (en este caso) que cuenta con políticas, programas y planes que involucran a quienes la conforman.

1.3.1 Medios de comunicación (internos y externos)

Como se mencionó, comprender a la universidad como institución ya le dota características particulares que ilustran las dinámicas y fenómenos que la rodean tanto externamente como internamente. Es así como se puede esquematizar cuál es la relevancia y papel de la comunicación universitaria:

La comunicación es para la empresa [institución] el equivalente al sistema circulatorio del organismo animal o humano: permite que la sangre, que en este caso es la información, llegue a todos los rincones del cuerpo y les proporcione el oxígeno necesario para su sano funcionamiento (Andrade, 2005, pág. 9).

La implicación de la comunicación en organizaciones o instituciones como la universidad la convierte en comunicación organizacional. En donde importa, además de la información, los canales, representación, conocimiento, enseñanza y contacto entre quienes integran el conjunto de personas que emiten, reciben y transforman los mensajes.

De esta manera, Horacio Andrade (2005) menciona que la Comunicación organizacional puede ser desde un fenómeno social, una disciplina y por supuesto un conjunto de reglas, marcos y técnicas que pueden mediar los mensajes e información que rodea y produce una institución a dos niveles: externo e interno.

La comunicación externa de una organización es aquella que produce la institución con objetivos específicos para transmitir un mensaje a un público fuera de ella, como anuncios y publicidad:

Conjunto de mensajes emitidos por la organización hacia sus diferentes públicos externos, encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable o a promover sus productos o servicios (Andrade, 2005, pág. 17).

La producción de estos mensajes por parte de la organización siempre lleva una intención creada desde su interior, que muchas veces va ligada con sus valores, metas, ideario o algún criterio en especial. En el caso de las universidades, la relación entre la comunicación externa e interna es especial:

La comunicación constituye un sistema por lo que no se puede deslindar sus ámbitos internos y externos expresando esta última el reflejo y la visibilidad del estado interno de cualquier organización (Pinto, 2017, pág. 182)

En el proceso de creación de mensajes internos, los externos se ven permeados por la visión y postura de las instituciones y también de quienes la integran. Analizar la comunicación interna como columna vertebral de organizaciones es un atisbo iluminador.

Para Ángel Luis Cervera Fantoni (2004) en *Comunicación Total*, la comunicación interna se explica como:

El principal artífice de la transparencia en la organización y, por lo tanto, no debe ser considerada como un mero vehículo de transmisión de información. Ni siquiera como un buen método de gestión a seguir de vez en cuando. Hay que verla como una función inherente a cualquier tarea y es necesario concretarla y definirla con precisión (pág. 277).

Este tipo de comunicación persigue objetivos concretos y se presenta de manera ascendente, descendente, horizontal, vertical o diagonal (se tratarán más a fondo estos modelos en el siguiente apartado) según la estructura organizacional y tipo de mensaje a emitir por el canal adecuado:

[Son el] conjunto de actividades efectuadas por la organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los **mantengan informados, integrados y motivados** para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales (Andrade, 2005, pág. 17).

Rescatar que **los principios de la comunicación interna tienen como fin la información, integración y motivación, moldea la conexión del porqué los mensajes emitidos en las instituciones son tan importantes** y más cuando pasan el filtro del lenguaje y la perspectiva de género.

La universidad, como organización, presenta de diferentes maneras su comunicación interna y externa según sus necesidades comunicativas, al mismo tiempo que comprende cuáles son sus públicos, puesto que hay dimensiones entre el personal administrativo, personal docente y la comunidad de alumnas y alumnos:

Es importante que una comunicación estratégica sea tanto en el interior como el exterior de la institución, ya que debe empezar de manera interna para que los mensajes sean codificados como la institución lo ha planteado de acuerdo a sus objetivos establecidos, además si una organización es transparente, eficaz y sobre todo confiable, la sociedad lo percibirá de la misma manera (Pinto, 2017, pág. 184).

La diversidad de los públicos internos empieza desde las zonas en las cuales se encuentran y después en las características particulares de las comunidades dentro de cada zona. Así, cuando se habla de comunicación externa, se explica primero la interna que trata directamente con las, les y los integrantes según sus necesidades y atenciones diversas.

1.3.2 Medios de comunicación interna: Gestión

La comunicación interna tiene un peso cuando se trata de los procesos comunicativos entre quienes integran una institución y también cuando se entiende como un esquema y canales de información.

A continuación, se expondrán cuáles son las distinciones de la comunicación interna y su gestión, puesto que, para usos de este trabajo, los medios de comunicación interna serán de vital importancia para una exposición social y comunicativa. Para Cervera Fantoni (2004), los principales objetivos de la comunicación interna son:

- Mayor y mejor comunicación (la información debe ser conocida a través de canales institucionales antes que por ningún otro).
- Motivación, credibilidad y confianza (desarrollando el sentimiento de pertenencia y creando un buen ambiente de trabajo para lograr objetivos mayores)
- Reconocimiento de los méritos de los demás (por los superiores, por los colaboradores y por los compañeros).
- Fomentar el trabajo en equipo y las relaciones interpersonales.
- Reforzar los valores y las conductas de liderazgo.
- Mantener la coherencia empresarial (pág. 278)

Dichos objetivos son integrados por el departamento de recursos humanos o en el mejor de los casos por un departamento de comunicación. Y son expresados, como se mencionó en el apartado anterior, de manera descendente, ascendente, horizontal o diagonal:

La comunicación [descendente] procede de la Dirección y progresa hacia abajo en cascada. **La finalidad es que el empleado o trabajador esté informado en todo momento de lo que acontece en su empresa, así como hacerle sentir partícipe de la misma** (Cervera, 2004, págs. 279-280).

La comunicación descendente incluye noticias populares y de interés, eventos, noticias e información útil para el público interno, además de **temas con relación a las circunstancias de las instituciones.**

Así, la información llega a quienes integran la organización de manera general, que incluye “publicaciones internas (boletines, resúmenes de prensa). **Los boletines o revistas de empresa son publicaciones periódicas**” (Cervera, 2004, págs. 283-284)

Este flujo de información a nivel interno es el primordial y es el que se trabajará para exponer cómo el uso de lenguaje con perspectiva de género influye en la representación de la realidad y las noticias que se exponen dentro de las universidades.

La comunicación ascendente, horizontal y diagonal atañe a jerarquías y nichos específicos de la organización, la información que fluye por sus canales tiende a ser específica según el área de las, les y los integrantes de cada área:

La comunicación es un sistema; un sistema es un conjunto de partes interrelacionadas e interdependientes que tienen un propósito común. Una organización es [también] un sistema compuesto por subsistemas... afirmar que la comunicación es un sistema implica que el subsistema técnico y el humano del sistema organizacional, es decir, los medios que se utilizan para enviar información y las personas que se comunican entre sí directamente, están interrelacionados y son interdependientes (Andrade, 2005, págs. 20-21).

La comunicación interna descendente se involucra a todos los sistemas de la organización y va más allá de lo laboral, **puesto que compone la sinergia de la creación de comunidad y representación de la misma.**

Se puede entender cómo los medios de comunicación interna, desde los boletines y gacetas de información, ilustran y demuestran las condiciones sociales que permean a una organización. Es en la presentación y uso de esos medios comunicativos en lo que se puede identificar cuáles son los objetivos y criterios de análisis para su desempeño óptimo.

Andrade (2005) presta atención en un objetivo general de análisis de los medios de comunicación interna a partir del modelo de las “seis i”: “identificación, información, integración, involucramiento, imagen e investigación” (págs. 23-24).

De esta manera, se pueden reconocer los problemas comunicativos, las necesidades informativas y evaluar los medios de comunicación internos de las organizaciones:

La comunicación cada día adquiere un papel aún más relevante que el que históricamente ha representado; pues más allá de transmitir ideas y pensamientos, debe contribuir al entendimiento mutuo sobre la base de un diálogo que respete culturas, tradiciones, ideologías, filosofías, entre otros aspectos, lo cual fortalecerá las bases para un prolífero desarrollo del hombre [humanidad] como individuo y de la sociedad en su conjunto (Rodiles & Viel, 2015, pág. 2).

Es primordial prestar atención a cómo es gestionada la comunicación interna en instituciones como la universidad porque ya no es un público pasivo quien recibe el mensaje, sino una comunidad diversa y crítica que va desde las, les y los estudiantes profesorado y personal en general.

Rodiles Casamayor y Viel Fajardo (2015) también describen el hecho de que la gestión “debe realizarse a partir de estudios diagnósticos, auditorías de comunicación, imagen y reputación corporativa, en los que se identifiquen las necesidades de comunicación de los diferentes públicos” (pág. 16).

Como se mencionó en apartados anteriores, la sociedad es diversa y por ende los públicos internos de las instituciones también lo son. Poder identificar y representar las condiciones y realidades subjetivas que forman la realidad objetiva en la universidad conviene al análisis y gestión de la comunicación.

Debido a que el ámbito universitario es un escenario de desarrollo de miembros de la sociedad cambiante, donde la responsabilidad social va desde la comunidad estudiantil hasta la directiva y los departamentos que manejan la comunicación interna.

Así, las condiciones que llevan a manejar y comunicar información en los medios de comunicación universitarios, son una arista a resaltar cuando se trata de temas de interés actuales transversales y que involucran valores, ideas y responsabilidad social.

1.3.3 Medios de comunicación descendentes universitarios

Comprender cómo se usan y presentan los medios de comunicación pertenecientes a las universidades es un ejercicio de análisis, reflexión y gestión, pues se ha de considerar a la comunidad universitaria como una sociedad diversa.

Para empleo del presente trabajo, se trabajará con los medios de comunicación internos descendentes universitarios, con el fin de identificar los fenómenos que implica el género y el lenguaje en la comunidad universitaria.

Así, se podrá observar cuáles son las implicaciones y usos que los medios de comunicación universitarios emplean para su propia comunidad antes que la externa, a manera de identificar metas u objetivos de la propia institución para con sus públicos internos:

La comunicación es una responsabilidad compartida: como todos en la organización se comunican, comunicarse bien es una responsabilidad de todos, si bien algunos deben jugar un rol más importante en este sentido por la posición que ocupan o por la información que manejan. Por lo tanto, el desarrollo de las habilidades de comunicación de las personas, en los distintos niveles y áreas, se ha vuelto una prioridad, sobre todo ahora que las organizaciones están viviendo cambios fundamentales (Andrade, 2005, pág. 22).

La responsabilidad que se otorga a los medios de comunicación interna involucra a quienes generan los mensajes y quienes la reciben. De esta forma, entender el género como factor transversal al comunicar, es vital.

Esto sumado a que las habilidades de comunicación van ligadas al uso del lenguaje y sus implicaciones sociales, independientemente de los niveles o áreas de la institución. Ya que es el cómo se comunica el mensaje para la comunidad lo que evidencia la importancia de estos y la atención en los públicos internos:

En muchas de las instituciones universitarias, la gestión de comunicación no se tiene en cuenta como parte de sus sistemas de gestión; se asume la comunicación como proceso natural, espontáneo, que puede desarrollarse de manera empírica a partir de la experiencia y quizás la intuición o el buen juicio... se evidencian deficiencias en los flujos comunicacionales, situación que no garantiza la suficiente información sobre procesos sustantivos universitarios, influyendo negativamente en la integración de sus valores culturales (Rodiles & Viel, 2015, pág. 3).

La suma de matices integra tanto las condiciones y acontecimientos que atañen a la universidad, así como los epifenómenos resultantes de la dinámica de su comunidad interna. Como se refleja en el apartado del Lenguaje y el Género, hacer sinergia con estas herramientas como perspectiva de género agrega un filtro a la gestión de producción de mensajes.

Como es citado en *Comunicación Universitaria. Pautas para su gestión desde el contexto de la Educación Superior cubana* (2015):

Losada Vázquez (citado por Corona, 2011), expresa que la función de la comunicación universitaria, está muy vinculada con los objetivos y procedimientos de la mercadotecnia de los servicios, la cual considera a la comunicación como el principal instrumento para dar significación social a la naturaleza y actividades de estos centros, para ello se hace

obligatorio detectar las demandas sociales que permitan el diseño de ofertas funcionales y diferentes. (pág. 10)

El enlace entre las condiciones sociales internas y externas conforman el vínculo de la manera en que los medios de comunicación universitaria fungen como representador de la realidad interna universitaria. Que, de la misma manera, es permeada por la realidad social externa y los tópicos que la atraviesan (como podría ser el lenguaje y el género):

Los públicos de interés de estas instituciones, no se pueden considerar como pasivos; pues con el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones, se exige que se atienda y se prioricen los nuevos espacios comunicativos (como por ejemplo las redes sociales en Internet) que están surgiendo con el objetivo de mejorar la interacción de ellas con sus públicos, lo que no indica que sea necesario el abandono de los canales de comunicación tradicionales (Rodiles & Viel, 2015, pág. 21).

En capítulos posteriores, se analizará cómo los medios de comunicación internos tradicionales escritos (como gacetas y boletines) reflejan la conexión entre la directiva en las universidades y su comunidad, dando importancia uso del lenguaje, noticias de interés, etc.

Porque al hablar del contenido de los mensajes y sus filtros se considera a la comunidad interna, los valores de la institución las condiciones socioculturales, políticas y económicas que conforman la responsabilidad social.

La doctora Nereida Cea Esteruelas (2018) menciona que “La Universidad implementa sus principios de RSU [Responsabilidad Social Universitaria] mediante la comunicación con sus grupos de interés” (pág. 96).

En el reconocimiento de las condiciones transversales que ocupan a la comunidad universitaria, se encuentra la emisión de mensajes con un objetivo y un atisbo de evocación que genere unión, integración y por supuesto representen a quienes conforman y crean la universidad.

Dentro del ámbito universitario como comunidad diversa y análoga a la sociedad contemporánea externa, Cea Esteruelas en *Responsabilidad social universitaria: el papel de los medios de comunicación y sus stakeholders* (2018), reflexiona:

La Universidad, como agente socializador, también muestra su interés en desarrollar un modelo de responsabilidad social adaptado a su cometido y a su función social.... La misma existencia de una política de RSU [Responsabilidad Social Universitaria] explícita es una forma de contribuir al desarrollo de ese contrato social, porque mediante la elaboración y

aplicación de la RSU las autoridades identifican y se comprometen con esos principios rectores declarados como intenciones y que adoptan la forma de misión de la universidad y propósitos u objetivos (compromisos) (págs. 96-99).

Comprender la gestión, objetivos y discurso que contiene la universidad y predica en sus medios de comunicación, es desmenuzar desde políticas internas, implementación de manuales, sistemas o recomendaciones que favorezcan a la comunicación y transmisión de mensajes con y para su propia comunidad.

Además, alumbra la responsabilidad y enfoque de los encargados de la creación de mensajes y la presentación de estos.

De esta manera, análogo a cómo los medios de comunicación escrita con perspectiva de género tienen un impacto en la sociedad, puede notarse el mismo fenómeno en el público universitario que no sólo es un público interno, sino que ya es parte de esa sociedad:

La importancia de las comunicaciones al interior de las Universidades radica en que ellas constituyen la base para la solución de otros problemas aún más complejos... Las comunicaciones se perfilan como el soporte para que la Universidad pueda impulsar el desarrollo de la sociedad, para que articule su compromiso con la comunidad y para que sea pertinente y viable la circulación del conocimiento y de la información (Kiss De Alejandro & Castro Ríos, 2005, pág. 50).

Así, contemplar las situaciones transversales que involucren a la comunidad universitaria dentro de los medios de comunicación internos y la representación de la misma comunidad y sus condiciones, será un factor determinante en el desarrollo de una óptima comunicación interna integrativa y perceptiva a temas como el uso del lenguaje con perspectiva de género.

“La comunicación con los grupos de interés [comunidad universitaria] es un proceso continuo, constante y fluido. Asimismo, debería estar presidido por un espíritu dialógico” (Cea, 2018, pág. 101), porque es en el reconocimiento de interés, visiones y necesidades donde la comunicación se suma como cambio permanente.

Capítulo 2: Marco contextual. Medios de comunicación universitarios: Uso del lenguaje con perspectiva de género

2.1 La universidad latinoamericana y el uso del lenguaje escrito con perspectiva de género

Los alcances de la perspectiva de género como tema transversal en la sociedad ya han sido mencionados en el capítulo anterior. Así como su relación con el lenguaje y los usos las representaciones que se le pueden dotar.

En el mismo camino, el uso del español como lenguaje, une a Latinoamérica, lo que corresponde a una lectura general de cómo la perspectiva de género y el lenguaje se ha instaurado como tema de vital interés o incluso tendencia desde hace más de 10 años.

Porque las políticas internas que constituyen a la implementación institucional del género son variadas y con antigüedad, pero las que importan al lenguaje y su uso para la representación y visibilización de identidades más allá del binarismo mujer-hombre, son destellos de los cambios sociales contemporáneos.

La realidad social se refleja en el ambiente de las universidades, y es por eso que se inspeccionarán las acciones de las instituciones de educación superior y su papel como organismo institucional que toma en cuenta, y sobre todo toma acción con sus públicos internos: la comunidad universitaria.

Para identificar geográficamente la relevancia de los países y su relación con el ámbito educativo, según el portal LC Mundo, el Banco Mundial (en el 2017 con su base de datos más reciente) identificó el top de países latinoamericanos que invertían mayor porcentaje de su Producto Interno Bruto (PIB) en educación (2022):

Poniendo a Costa Rica en primer lugar con 7,4 por ciento de PIB dedicado a la educación.... Le seguiría Brasil con 6,2% en el PIB, Argentina con 5,9% de PIB, México con 4,9% y Colombia 4,5% en relación con el PIB de la nación (Rodríguez, 2022, párrafos 4-5).

Reconocer la importancia de la inversión destinada a la educación puede describir la implementación de dichos recursos con un plan y enfoque específicos según los objetivos de cada nación.

Asimismo, dicha inversión se presenta en distinta modalidad: Costa Rica en sistema educativo (preescolar, primaria, secundaria y superior); Brasil en educación gratuita y obligatoria; **Argentina en igualdad y gratuidad; México básica, media y superior**; y Colombia en preescolar, básica, media y superior (Murillo, 2021).

La importancia de la modalidad en inversión en educación por cada país indica la dirección de los planes de educación y organización. Caso importante para resaltar es el de México, Brasil y Argentina, que; según el portal Brand Finance (2021); son los tres países más influyentes de Latinoamérica:

México, Brasil y Argentina son los países latinoamericanos con mayor influencia según el último informe Global Soft Power Index 2021 de Brand Finance, la consultora líder independiente de valoración de intangibles cuyos rankings cumplen con los ISO 10668 e ISO 20671 de valoración y evaluación de marcas respectivamente y que contribuye con su la base de datos de valor de marca para crear uno de los indicadores del Índice de Innovación Global (GII) de la ONU (Brand Finance, 2021, párrafo 1).

Dentro de las características que destacan a las tres naciones como más influyentes, salen a la luz “**medios de comunicación, educación y ciencia**” (Brand Finance, 2021). Es en la gestión de estas particularidades donde se puede identificar el cruce de variables que relacionan la educación, los medios de comunicación y el alcance.

Para el 2022, CNN Español compartió el ranking de la consultora QS de las mejores 100 universidades del mundo para 2023. Es importante mencionar que dentro del top aparecieron dos universidades argentinas (una en el top 100), dos mexicanas y dos de Brasil.

En el lugar 67 aparece la Universidad de Buenos Aires (Argentina). Y aunque la Universidad Nacional Autónoma de México no entro en el top 100, sí lo hizo en el puesto 104 (a pesar de estar dentro de las 100 en 2021) y sigue siendo de las más importantes en Latinoamérica.

Es por ello, que a continuación se detallará el contexto del uso del lenguaje escrito con perspectiva de género en el ámbito educativo superior de las universidades mexicanas y argentinas (omitiendo Brasil debido a que su lengua materna no es el español).

2.1.1 Historia del uso del lenguaje con perspectiva de género: Argentina como detonante

Para anticipar de información respecto al uso del lenguaje con perspectiva de género en las universidades, vale la pena mencionar la implementación de la perspectiva de género en dichas instituciones.

Luciana Basso, comunicadora social, menciona en la entrevista *Colectivas - Episodio 19: Las universidades y la perspectiva de género* (2022):

La primera que arranca pasa por 2014, es la universidad nacional del Comahue... de eso viene dándose una seguidilla digamos de universidades que comienzan a pensar y a proponer acciones en relación con la problemática de la violencia sexista como un modo... institucional de ubicarse como un actor más dentro de un coro que es muchísimo más amplio que tiene que ver con la sociedad en general (minuto 1:12).

Basso asevera la importancia de la institucionalización del género por parte de las universidades como un acto de involucrarse con sus públicos internos y repercutiendo en los externos. Debido a que es un antes y después en el desarrollo de la actividad y cotidianidad de las universidades. Pues es la atención que las instituciones le dan a las problemáticas que importan al género, e incluso a la **estructura organizacional**.

Según el portal de AmecoPress (2019) para el año 2017 la Universidad Nacional de Río Negro en Argentina incorpora en su estatuto el uso de la perspectiva de género junto con el lenguaje no sexista, siendo la primera universidad pública en hacerlo.

La intervención en el estatuto universitario de la Universidad Nacional de Río Negro es el parteaguas del cambio de paradigma universitario respecto a la perspectiva de género y el empleo del lenguaje inclusivo (incluyente), no sexista y neutro:

Durante el 2017 se dieron los pasos más significativos a nivel institucional. El 7 de noviembre, la Asamblea Universitaria sesionó de manera extraordinaria para modificar el Estatuto de la UNRN, eliminando el lenguaje androcéntrico, estableciendo la conformación paritaria de mujeres y varones en los jurados de los concursos docentes y no docentes, y la integración igualitaria de mujeres y varones en los órganos colegiados de gobierno (AmecoPress, 2019, párrafo 3)

La implementación de políticas internas generó el cambio social que ya se avecinaba y se experimentaba en las calles de Argentina.

Un año después, 2018, el uso de la letra “e” ya era identificado también. Visibilizando el empleo, uso y representación del lenguaje por parte de la sociedad general:

La -e cobró visibilidad durante las manifestaciones multitudinarias a favor de la legalización del aborto en 2018 en Argentina. Arrancó en las escuelas secundarias, el principal motor de esta reivindicación que fue rechazada por el Senado, y se extendió, impulsado por los movimientos feministas y a favor de la diversidad sexual, con una fuerza mayor a la que habían tenido anteriormente el asterisco, la x o la arroba. Los jóvenes e integrantes de la comunidad LGBTIQ+ son los principales abanderados de un cambio que gana terreno en las calles y en las aulas de Buenos Aires (Marcos & Centenera, 2019, párrafo 2).

De la mano de apartados anteriores, se comprende cómo el uso del lenguaje con relación a cambios sociales es un epifenómeno que se cosecha de las condiciones sociales y que, en una relación bidireccional, atiende tanto a las personas individualmente y en colectivo.

Es así es como en el año 2019, una gran cantidad de universidades argentinas se unieron al cambio:

La Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco, la Universidad de Mar del Plata, la Universidad Nacional de Córdoba, la Universidad de Buenos Aires, la Universidad Nacional de Rosario y Universidad Nacional de San Martín aceptaron el lenguaje inclusivo en producciones orales y escritas (Filgueira, 2020, párrafo 1).

En esta transición del uso del lenguaje, se reconoce a la universidad como un escenario más de la realidad social y de cómo son las, les y los hablantes quienes suman la intervención al lenguaje sumado al acompañamiento y atención de las universidades como reconocedoras de la transformación.

Los detonantes y efectos del cambio se reflexionan como se cita a la decana de la universidad Nacional de Córdoba de la Facultad de Lengua, Elena Pérez, en *Lenguaje inclusivo: hay cada vez más universidades que aceptan su uso dentro de las instituciones* (2020):

Propusimos recomendaciones [del] lenguaje incluyente [inclusivo], para que no se confunda con la "x", "@" o "e". Se crearon espacios heterogéneos donde se promueve el debate y la diversidad de ideas (párrafo 7).

La importancia del análisis de las universidades argentinas es una de las aristas más informantes respecto a la perspectiva de género y su implementación en características del manejo del lenguaje a nivel institucional. Puesto que, a partir de esos cambios, la creación de comisiones, manuales y órganos de gestión comenzaron a funcionar e influenciar a américa latina.

Porque para Luciana Basso (2022):

“Implica que allí hay una voz reconocida... una voz con autoridad para poder pensar, discutir, diseñar cuestiones que tienen que ver con el feminismo [y el género] en la universidad” (minuto 4:50).

Es de esta forma que la postura de las universidades converge relacionando su ideario, visión, objetivo e identidad institucional, puesto que va ligada con el discurso que predicán dentro y fuera de sus instalaciones.

Y como se leerá más adelante, la gestión e implementación de la perspectiva de género en el lenguaje en los medios de comunicación universitarios, es un reflejo del ambiente universitario y la atención que se le dedica a este.

2.2 Universidades públicas mexicanas: Políticas y gestión

En un ejercicio de investigación, se identificó el ranking de las universidades públicas más populares y de mayor prestigio en México; es a partir de este top y una investigación periodística en la Plataforma Nacional de Transparencia, que se indagó sobre el uso del lenguaje con perspectiva de género dentro de las instituciones.

Por parte del ejercicio periodístico de investigación con derecho al acceso a la información se elaboraron cuatro solicitudes de información divididas en dos grupos:

- Comunicación interna:
 - a) “Solicito el protocolo (manual, lineamiento, recomendaciones, etc.) para la divulgación y/o difusión de información en los medios de comunicación interna de su institución”.
 - b) “Solicito el objetivo y las funciones del área de comunicación social en su institución (protocolos, lineamientos, manuales, etc.)”.

- Perspectiva de género
 - c) “Solicito las políticas internas con perspectiva de género en la universidad (manual, lineamiento, recomendaciones, etc.)”.
 - d) “Solicito manual, lineamiento, recomendaciones, etc. Del uso de lenguaje incluyente o inclusivo en sus medios de comunicación internos”.

Además, con relación al ranking realizado por el Center for World University Rankings (CWUR), con sede en Emiratos Árabes Unidos, que evalúa la calidad de la educación, el empleo de ex alumnos, la calidad de la facultad y el rendimiento de la investigación de universidades globales (El Sol De Morelia , 2022 párrafo 2), se obtuvo el listado siguiente:

- Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP)
- Universidad Autónoma de San Luis Potosí (UASLP)
- Universidad de Guadalajara (UdeG)
- Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL)
- Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo (UMSNH)
- Universidad de Guanajuato (UG)
- Universidad Autónoma de Sinaloa (UAS)
- Universidad de Sonora (UNISON)
- Universidad Veracruzana (UV)

Además, gracias el ranking del Universal (2022), se sumó:

- Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) (caso que se ahondará más adelante en su propio apartado).
- Instituto Politécnico Nacional (IPN) (caso omitido por temporalidad)
- Universidad Autónoma Metropolitana (UAM)

A continuación, se expondrán políticas, manuales y gestión de la perspectiva de género y uso del lenguaje de las universidades públicas más prestigiadas de México. Partiendo del orden según el ranking realizado por el Center for World University Rankings (CWUR), agregando al final a la UAM por orden alfabético y dejando un apartado específico para la UNAM.

2.2.1 Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP)

Se desglosará y expondrá la información recopilada (con folio de solicitud 210447922000261 en la PNT) en dos grupos:

➤ Comunicación interna

- a) “Solicito el protocolo (manual, lineamiento, recomendaciones, etc) para la divulgación y/o difusión de información en los medios de comunicación interna de su institución”.

La BUAP notificó que “la Dirección de Comunicación Institucional comunica que cuenta con un manual que marca los lineamientos y pautas para la divulgación y/o difusión de información, el cual se denomina *Manual de Identidad Gráfica* (Fig.1) de la BUAP”.

Dicho manual es del acceso público en su portal de internet. En el cual se estipula los usos del escudo, colores y tipografía en medios de comunicación.



Figura 1. Captura de pantalla del objetivo del manual de identidad gráfica de la BUAP.

- b) “Solicito el objetivo y las funciones del área de comunicación social en su institución (protocolos, lineamientos, manuales, etc.)”.

Por otro lado, la BUAP no cuenta con un área específica de comunicación social.

Con respecto al punto 2, la Dirección de Comunicación Institucional no cuenta con un área denominada comunicación social.

Figura 2. Captura de pantalla de la respuesta recibida directamente por la institución.

➤ **Perspectiva de género**

- c) “Solicito las políticas internas con perspectiva de género en la universidad (manual, lineamiento, recomendaciones, etc.)”.

Respecto al punto tres, la institución compartió el Protocolo para la Prevención y Atención de la Discriminación y Violencia de Género en la BUAP, por parte de la Dirección Institucional de Igualdad de Género.

Dicho protocolo, del año 2021, consideró lo siguiente (Fig.3):

CONSIDERANDO

Que mediante acuerdo del 11 de noviembre de 2019, luego de una serie de acciones institucionales se publicó el **PROTOCOLO PARA LA PREVENCIÓN Y ATENCIÓN DE LA DISCRIMINACIÓN Y VIOLENCIA DE GÉNERO EN LA BUAP** con el objetivo general de establecer la coordinación de instancias y autoridades universitarias necesarias para prevenir, sancionar, erradicar la discriminación y violencia de género y consolidar la cultura de perspectiva de género, estableciendo los mecanismos institucionales, a fin de garantizar a la comunidad universitaria una vida incluyente y libre de violencia.

Figura 3. Exposición de motivos y enfoque del protocolo.

En consideración a los enfoques y contenidos, describe también la implementación de talleres con perspectiva de género en su comunidad interna.

En el apartado *Definiciones*, “permite reconocer aquellas conductas y conceptos que por su importancia son necesarios para identificar situaciones de discriminación y violencia de género que puedan padecer algunas personas de nuestra comunidad universitaria” (pág. 9).

Dentro de las conductas y conceptos considerados, incluye el término “Lenguaje incluyente” y lo define de la siguiente manera:

LENGUAJE INCLUYENTE. Uso del lenguaje que permite la construcción de discursos orales, escritos y visuales que reconocen la igualdad entre las mujeres y los hombres [personas]; elimina los usos y expresiones sexistas y discriminatorios del lenguaje; manifiesta la diversidad social; visibiliza y nombra de manera adecuada a los grupos y personas históricamente discriminados y contribuye a equilibrar las desigualdades. El uso incluyente del lenguaje no impide respetar las normas gramaticales de nuestro idioma, sino que aprovecha las posibilidades lingüísticas que ofrece para que todas y todos podamos ser nombrados y considerados de una manera respetuosa y digna, libre de prejuicios, estigmas y discriminación. Es una herramienta concreta y efectiva para incorporar una perspectiva de igualdad y no discriminación en la comunicación de acciones, programas, políticas públicas, leyes o cualquier otro texto, con la finalidad de reconocer, incluir y valorar la diversidad de la población. (CONAPRED, 2015, pp. 49-50).

Figura 4. Definición de lenguaje incluyente de la BUAP, incluido en sus protocolo (pág.13)..

Recalca la importancia de las posibilidades de ser nombrados y considerados de una manera respetuosa, digna, libre de prejuicios, estigmatización y discriminación.

- d) “Solicito manual, lineamiento, recomendaciones, etc. Del uso de lenguaje incluyente o inclusivo en sus medios de comunicación internos”.

Finalmente, lo que respecta a los usos del lenguaje inclusivo (como se entendió en el capítulo uno, con respecto a la perspectiva de género) la BUAP respondió que **dicho material se encuentra en revisión para su implementación.**

“...4- Solicito manual, lineamiento, recomendaciones, etc. Del uso de lenguaje incluyente o inclusivo en sus medios de comunicación internos...” la Dirección Institucional de Igualdad de Género comunica que esta en proceso de revisión para su aprobación e implementación.

Figura 5. Captura de pantalla del documento que adjunta las respuestas de la BUAP.

2.2.2 Universidad Autónoma de San Luis Potosí (UASLP)

Dentro de las respuestas y material recopilado gracias a la universidad (número de solicitud:240477622000144), se identificó información relevante que involucra la cultura organizacional de la institución.

➤ Comunicación interna

- a) “Solicito el protocolo (manual, lineamiento, recomendaciones, etc) para la divulgación y/o difusión de información en los medios de comunicación interna de su institución”.

El director de la Unidad de Transparencia representante de la universidad señaló que se está trabajando en un documento que ocupe las dimensiones de la solicitud enviada.

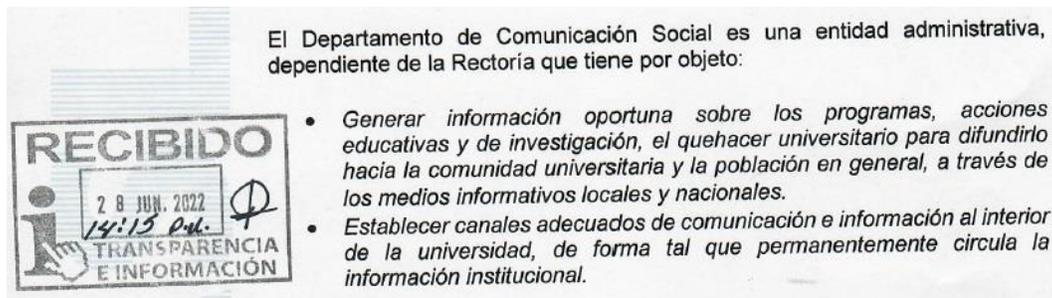
Por medio del presente me dirijo a usted para dar respuesta al oficio No **146/22** en atención a la solicitud de información **151/22**, me permito informar lo siguiente en respuesta al **punto número 1**.

En lo que corresponde al petitorio identificado con el número 1- es menester decir, que dicho protocolo no está contenido dentro de la normativa y/o lineamientos de la Dirección a mi cargo, no obstante, y en estricto apego a la política institucional del rector de la UASLP, esta Dirección ha estado trabajando en el documento en comento para poder cumplir con más eficiencia y eficacia los objetivos que se describen en el punto siguiente, trazando rutas firmes para la correcta divulgación y/o difusión de la información en los medios y redes de comunicación interna de la universidad.

Figura 6. Respuesta adjunta a documento electrónico enviando por la universidad.

- b) “Solicito el objetivo y las funciones del área de comunicación social en su institución (protocolos, lineamientos, manuales, etc.)”.

Por otra parte, la UASLP cuenta con un órgano de comunicación social, que considera su objeto y funciones.



El Departamento de Comunicación Social es una entidad administrativa, dependiente de la Rectoría que tiene por objeto:

- Generar información oportuna sobre los programas, acciones educativas y de investigación, el quehacer universitario para difundirlo hacia la comunidad universitaria y la población en general, a través de los medios informativos locales y nacionales.
- Establecer canales adecuados de comunicación e información al interior de la universidad, de forma tal que permanentemente circula la información institucional.

Figura 7. Objeto del departamento de Comunicación Social de la UASPL.

Sus funciones:

1. La difusión de la información en institucional a los medios de comunicación y la atención de estos;
2. Actualizar las Redes Sociales y Medios Alternativos en los que intervenga la Universidad Autónoma de San Luis Potosí;
3. Divulgación de las actividades sustantivas y adjetivas de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí.
4. Convocar a los medios de comunicación para la cobertura de actividades a realizar por parte de Rector y a las áreas que conforman a la Universidad Autónoma de San Luis Potosí.
5. Coordinar y supervisar, directamente o a través de terceros, la comunicación por medio de plataformas digitales, de las entidades que conforman a la Universidad Autónoma de San Luis Potosí;
6. Coordinarse con las entidades académicas y administrativas para la impresión de imágenes, fotografías y videos de los programas a realizar por cada una de ella;
7. Dar a conocer de forma permanente a través de los medios de difusión y comunicación social, las disposiciones, planes, programas, obras y acciones de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, para que cuyo contenido sea de interés general;
8. Diseñar y ejecutar las campañas y herramientas de comunicación interna de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí;

Figura 8. Funciones del departamento de Comunicación Social (1/2).



DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Editar y publicar de forma periódica gacetas, en la que se den a conocer los avances, obras, acciones, ordenamientos jurídicos, programas y proyectos de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí;

10. Fijar la política y lineamientos que en materia de comunicación social e imagen institucional deben observar las diferentes áreas que conforman a la Universidad Autónoma de San Luis Potosí;
11. Generar insumos y metodologías para el análisis del comportamiento de la opinión pública;
12. Generar y mantener un registro de la información periodística relacionada con la Universidad Autónoma de San Luis Potosí y sus funcionarios;
13. Propiciar la participación ciudadana a través de la comunicación social, fomentando los valores de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí;
14. Proponer la contratación de espacios en los medios de comunicación para la difusión de los mensajes, programas y campañas, de conformidad con la normatividad aplicable;
15. Proponer y ejecutar los proyectos de comunicación institucional para informar sobre las actividades de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí;
16. Proporcionar, directamente o a través de terceros, cobertura de fotografía, video y audio de las actividades que lleve a cabo las distintas áreas que conforman a la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, de conformidad con la normatividad aplicable;
17. Proveer a la comunidad Universitaria de una síntesis diaria de la información difundida por medios de comunicación locales y nacionales;
18. Realizar un monitoreo diario de los medios de comunicación locales, nacionales e internacionales que aborden temas de interés para la Universidad Autónoma de San Luis Potosí;
19. Rendir los informes inherentes a sus funciones, que le sean requeridos;
20. La difusión de los acuerdos generados por el H. Consejo Directivo Universitario de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí; y
21. Las demás previstas en la normatividad aplicable.

Figura 9. Continuación de las funciones del departamento de Comunicación Social (2/2).

- Perspectiva de género
 - c) “Solicito las políticas internas con perspectiva de género en la universidad (manual, lineamiento, recomendaciones, etc.)”.
 - d) “Solicito manual, lineamiento, recomendaciones, etc. Del uso de lenguaje incluyente o inclusivo en sus medios de comunicación internos”.

En la solicitud con el folio 240477622000144, **no se incluyó la respuesta por parte de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí en estas cuestiones.**

2.2.3 Universidad de Guadalajara (UdeG)

La administración de la Universidad de Guadalajara (folio de solicitud: 140293622000704) cuenta con distintas normas y un reglamento interno administrativo que expone su situación organizacional.

- Comunicación interna
 - a) “Solicito el protocolo (manual, lineamiento, recomendaciones, etc) para la divulgación y/o difusión de información en los medios de comunicación interna de su institución”.

La oficina representante de la unidad de transparencia, informó que dicho departamento no cuenta con el manual o lineamiento relativo a los medios de comunicación internos.

En atención al requerimiento del solicitante, tengo a bien informarle que esta Oficina no cuenta con un protocolo, manual, lineamiento o recomendación con respecto a la difusión de información en los medios de comunicación interna de la Universidad de Guadalajara.

No obstante, es importante mencionar que esta Casa de estudios cuenta con diversos medios de comunicación interna, como lo son correos electrónicos institucionales, circulares, teléfonos institucionales, La Gaceta de la Universidad de Guadalajara, oficios, video llamadas, entre otros, de los cuales podemos identificar que el Reglamento Interno de la Administración General de la Universidad de Guadalajara establece algunas disposiciones con respecto a circulares y el correo electrónico institucional, asimismo, el acuerdo del Rector General número RG/02/2019 “Que establece el Programa de Austeridad, Racionalidad y Eficiencia de los Recursos Institucionales de la Universidad de Guadalajara” señala algunas disposiciones con respecto a la gestión digital para reducir el uso de papel, así como la circular del 07 de enero de 2004 que determina quienes están autorizados para emitir circulares y el manual de identidad institucional el cual refiere los formatos que deberán llevar los oficios emitidos por la red universitaria.

Figura 10. Captura de pantalla de la respuesta por parte de la UdeG.

Sin embargo; establece el uso de los medios de comunicación internos como parte que importa a la administración general y que contempla desde el año 2004.

- b) “Solicito el objetivo y las funciones del área de comunicación social en su institución (protocolos, lineamientos, manuales, etc.)”.

Para ilustrar las funciones de este órgano institucional, la U de G cuenta con un reglamento interno administrativo del año 2021 que establece y coordina objetivos y funciones relacionados a los medios de comunicación internos.

CAPÍTULO III DE LA COORDINACIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Artículo 150. Son atribuciones de la Coordinación General de Comunicación Social, las siguientes:

- I. Proponer el proyecto integral de comunicación para la Universidad de Guadalajara;
- II. Proponer y ejecutar las políticas de los medios de la Universidad de Guadalajara, en su ámbito de competencia;
- III. Determinar, en acuerdo con el Secretario General de la Universidad de Guadalajara y el Director de la Operadora del Sistema Universitario de Radio, Televisión y Cinematografía, en qué medios, frecuencia y espacios se transmiten los mensajes de todas las entidades de la Red Universitaria;
- IV. Supervisar, controlar, dar seguimiento y evaluar las actividades relacionadas con los medios de comunicación en su ámbito de competencia;
- V. Contribuir al desarrollo de los medios universitarios de comunicación y a la profesionalización de quienes en ellos trabajan;
- VI. Administrar y coordinar los trabajos y acciones de los medios de comunicación, en su ámbito de competencia;
- VII. Proponer e implementar la política editorial de la Universidad, en su ámbito de competencia;
- VIII. Implementar mecanismos de control que garanticen la calidad de los medios universitarios de comunicación y sus mensajes, en su ámbito de competencia;
- IX. Promocionar a los medios universitarios para lograr el mayor impacto posible en la sociedad;
- X. Planear, dirigir y ejecutar, en acuerdo con el Secretario General de la Universidad de Guadalajara y en lo conducente con el Director de la Operadora del Sistema Universitario de Radio, Televisión y Cinematografía, las campañas de difusión universitaria, a través de los medios de comunicación;

Figura 11. Atribuciones de la coordinación de Comunicación social (1/2) (pág. 51).

- XI. Intervenir como gestora de la Universidad de Guadalajara para todos los efectos de comercialización, promoción, colaboración y mercadotecnia de sus producciones, en el rubro de su competencia;
- XII. Fomentar la producción de materiales necesarios para las actividades de comunicación en su ámbito de competencia, apoyando los proyectos provenientes tanto de la comunidad universitaria como de la sociedad;
- XIII. Impulsar el desarrollo de la infraestructura técnica para la producción de materiales necesarios para las actividades de comunicación en su ámbito de competencia;
- XIV. Procurar que la imagen de la Universidad de Guadalajara en los medios sea congruente con los principios, fines y funciones que le son inherentes;
- XV. Promover el resguardo de la producción e información que se genere en la Coordinación General de Comunicación Social;
- XVI. Diseñar y operar mecanismos de comercialización que permitan allegarle recursos económicos a los medios de comunicación materia de su competencia para su mejor desarrollo;
- XVII. Ejercer el presupuesto de inversión publicitaria de la Red Universitaria en los medios de comunicación de forma eficiente, y
- XVIII. Las demás que le confiera la normatividad aplicable.

Figura 12. Atribuciones de la coordinación de Comunicación social (2/2) (pág.52).

Su enfoque está desarrollado al alcance y gestión de los medios internos a partir de tres instancias que circulan la información:

Artículo 151. La Coordinación General de Comunicación Social contará con las siguientes instancias:

- I. Secretaría;
- II. Coordinación de Prensa y Comunicaciones;
- III. Unidad de Comunicación Interna y Mercadotecnia, y
- IV. Unidad de Gaceta.

Figura 13. Instancias de comunicación social de la U de G (pág.52).

Cada instancia cuenta con objetivos que se basan en las aportaciones y alcances de la unidad de comunicación social. De la misma manera, se gestiona con el consejo de medios que estipula lo siguiente:

Artículo 226. El Consejo de Medios sesionará de manera ordinaria dos veces al año y de manera extraordinaria cuando sea convocado por su presidente. Actuará válidamente con la asistencia de la mitad más uno de sus integrantes.

Artículo 227. Son atribuciones del Consejo de Medios, las siguientes:

- I. Definir políticas institucionales de los medios de comunicación;
- II. Elaborar el proyecto del plan de medios que será aprobado por las comisiones conjuntas de Hacienda y de Educación del Consejo General Universitario;
- III. Proponer a la Comisión de Hacienda los rangos y criterios para el ejercicio de gastos en medios y vigilar su cumplimiento;
- IV. Fijar los criterios que garanticen el equilibrio en la difusión de las actividades sustantivas de la

Figura 14. Atribuciones y coordinación del consejo de medios de la U de G (1/2) (pág.75).

- V. Universidad de Guadalajara, en medios impresos y electrónicos, así como evaluar su cumplimiento;
- VI. Fijar los criterios y apoyar con pauta publicitaria no reembolsable aquellas actividades y publicaciones que por su naturaleza o función resulte pertinente hacerlo;
- VII. Designar a los integrantes de los Consejos Técnicos de las radiodifusoras tomando en consideración las propuestas de los Rectores de los Centros Universitarios y los Subdirectores de las Radiodifusoras de la Red Universitaria;
- VIII. Designar a los integrantes del Consejo Editorial de La Gaceta de la Universidad de Guadalajara;
- IX. Proponer al Consejo General Universitario la terna para designar al Ombudsman de Medios;
- X. Proponer el marco normativo del Ombudsman de Medios;
- XI. Conocer las recomendaciones que emite el Ombudsman de Medios y vigilar, en su caso, su cumplimiento;
- XII. Resolver la inconformidad presentada en contra de la resolución del Ombudsman de Medios;
- XIII. Aprobar el Reglamento del Consejo Editorial de La Gaceta de la Universidad de Guadalajara;
- XIV. Aprobar el Código de Ética de Medios;
- XV. Consultar la opinión de personas, empresas o entidades, especializadas en materia de medios de comunicación para cumplir de la mejor manera con sus objetivos;
- XVI. Definir acciones para incrementar las fuentes de financiamiento complementario para el desarrollo de los programas de medios de la Red Universitaria;
- XVII. Definir los criterios e indicadores para evaluar los programas de trabajo de la Coordinación General de Comunicación Social;
- XVIII. Conocer los informes que rinda el titular de la Coordinación General de Comunicación Social y promover todo aquello que contribuya a impulsar las actividades de los medios de la Red Universitaria, y
- XIX. Las demás que le confiera la normatividad universitaria aplicable.

Figura 15. Atribuciones y coordinación del consejo de medios de la U de G (2/2) (pág.76).

La visión y gestión de los medios de comunicación internos están ligados al ideario de la U de G, asimismo, el consejo de medios define los criterios para evaluar el trabajo de la coordinación de comunicación social.

➤ Perspectiva de género

- c) “Solicito las políticas internas con perspectiva de género en la universidad (manual, lineamiento, recomendaciones, etc.)”.
- d) “Solicito manual, lineamiento, recomendaciones, etc. Del uso de lenguaje incluyente o inclusivo en sus medios de comunicación internos”.

La Universidad de Guadalajara no respondió a las solicitudes que implican a las políticas de género y el uso del lenguaje en sus medios de comunicación. Sin embargo, en su reglamento interno incluye un artículo dedicado a la inclusión (fig.16) y un capítulo a la igualdad (fig.17-18).

Artículo 90. Son atribuciones de la Unidad de Inclusión, las siguientes:

- I. Proponer y apoyar acciones que fortalezcan la cultura de la inclusión estableciendo las directrices para contrarrestar la discriminación, exclusión social e inequidad en las entidades de la Red Universitaria;
- II. Elaborar y difundir contenidos que permitan sensibilizar a la comunidad universitaria en materia de derechos humanos, riqueza de la diversidad e interculturalidad;
- III. Auxiliar en la elaboración de programas y acciones que permitan la implementación de las estrategias presentes en la Política Institucional de Inclusión;
- IV. Coadyuvar en las estrategias institucionales a efecto de promover prácticas de inclusión y equidad en las actividades y espacios universitarios, y
- V. Las demás que se establezcan en la normatividad vigente y aquellas que por la naturaleza de sus atribuciones le correspondan.

Figura 16. Atribuciones de la unidad destinada a acciones y estrategias de inclusión en la U de G (pág.31).

CAPÍTULO IX DE LA UNIDAD PARA LA IGUALDAD

Artículo 119. Son atribuciones de la Unidad para la Igualdad, las siguientes:

- I. Elaborar el programa institucional para la transversalización de la igualdad de género en la Universidad y sus funciones sustantivas;
- II. Elaborar y proponer un plan anual de trabajo para impulsar la transversalización de la igualdad de género, la cultura de la no violencia y la no discriminación dentro de la Universidad;
- III. Emitir recomendaciones periódicas para avanzar en la transversalización de la igualdad de género en la Red Universitaria;
- IV. Elaborar el plan institucional de prevención y atención de la violencia de género en la Universidad;
- V. Elaborar y proponer las bases de un programa de formación y capacitación en igualdad, no discriminación y prevención de las violencias de género en coordinación con las entidades de la

Figura 17. Atribuciones de la unidad para la igualdad (1/2) (pág.41).

- Red Universitaria;
- VI. Llevar a cabo consultas periódicas para actualizar los protocolos y guías de acción para prevenir, atender y sancionar las violencias de género dentro de la Universidad;
 - VII. Diseñar acciones y estrategias para prevenir la discriminación y la violencia laboral en la Universidad;
 - VIII. Generar estadísticas, elaborar diagnósticos y diseñar un sistema de indicadores de género para conocer los retos y oportunidades en materia de igualdad y transversalización de género en la Universidad;
 - IX. Diseñar y proponer un sistema de indicadores de género para ser implementado por áreas estratégicas de la Universidad;
 - X. Impulsar y proponer a las autoridades competentes los procesos de incorporación de la perspectiva de género en la normatividad, y en las estrategias de planeación y programación en la Universidad de acuerdo con los criterios del Plan de Desarrollo Institucional;
 - XI. Coordinar acciones con las diferentes redes y programas de género de la Universidad;
 - XII. Funcionar como órgano de consulta y asesoría para la implementación de las acciones en materia de igualdad, perspectiva de género y no discriminación en todas las entidades de la Red Universitaria;
 - XIII. Promover y celebrar convenios con instituciones educativas, culturales, así como de los sectores públicos y privados, nacionales e internacionales, para avanzar en el cumplimiento de los objetivos de la Unidad para la Igualdad, y
 - XIV. Las demás que se establezcan en la normatividad vigente y aquellas que por la naturaleza de sus atribuciones le correspondan.

Figura 18. Atribuciones de la unidad para la igualdad (2/2) (pág.42).

La unidad de inclusión e igualdad convergen la importancia se sensibilizar a la comunidad con temas de interés y elaborar programas institucionales con el género como tema transversal que favorezca a la promoción y difusión de políticas internas.

2.2.4 Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL)

Según la respuesta vía PNT, con folio de solicitud: 191118722000207, se notificó:

- Comunicación interna
 - a) “Solicito el protocolo (manual, lineamiento, recomendaciones, etc.) para la divulgación y/o difusión de información en los medios de comunicación interna de su institución”.

La Universidad Autónoma de Nuevo León cuenta con el manual de sitios web que establece el uso y difusión de la imagen de la universidad (fig.19) y proporciona el manual organizacional que enseña las funciones y objetivos del director de Comunicación Institucional y Relaciones Públicas (fig.20).

ÍNDICE			
4	1. Presentación	8	7. Funcionalidad
5	2. Objetivo	9	8. Contenido
5	3. Tipos de sitios web universitarios	11	9. Versiones en otros idiomas
	3.1. Portal web	11	10. Search Engine Optimization (SEO): optimización para motores de búsqueda
	3.2. Sitio web universitario	12	11. Accesibilidad
	3.3. Sitio web de evento o temática especializada	13	12. Analítica Web
5	4. Atribuciones	14	13. Imagen Institucional
6	5. Actualización	15	14. Transparencia y avisos de privacidad
6	6. Solicitud de diseño y desarrollo de un sitio web universitario de nueva creación	16	15. Mantenimiento
	6.1. Solicitud oficial	16	16. Seguridad
	6.2. Reunión de inicio de proyecto	16	17. Migración de un sitio web a una nueva plantilla
	6.3. Envío de programas y/o contenidos que deben considerarse en el proyecto	16	18. Glosario
	6.4. Envío de esquema de navegación primaria y autorización	18	19. Anexo I
	6.5. Preparación e instalación del espacio en servidor y configuración de dominio	19	20. Anexo II
	6.6. Desarrollo y configuración del sitio	24	21. Referencias de consulta
	6.7. Compilación de contenidos y elementos multimedia		
	6.8. Carga de contenidos y configuración final		
	6.9. Capacitación del administrador de contenidos		
	6.10. Programación de la puesta en línea		
	6.11. Mantenimiento del sitio web		

Figura 19. Índice del manual de sitios web de la UANL.

Título del puesto: Director de Comunicación Institucional y Relaciones Públicas	
<p>Jefe inmediato: Rector</p> <p>Objetivo general: Planear, organizar, dirigir y evaluar las funciones de la DCIRP a fin de lograr los objetivos de la misma.</p>	<p>Funciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar, coordinar y evaluar el conjunto de actividades de información, difusión y relaciones públicas que constituyen el esquema de comunicación de la Universidad. • Establecer y mantener relaciones de cooperación con la comunidad universitaria, así como alianzas estratégicas con distintos organismos nacionales e internacionales. • Proponer las políticas de comunicación que tendrán vigencia en la Institución y que permitirán posicionar la imagen de la misma ante la comunidad universitaria y la opinión pública. • Promover las relaciones públicas internas y externas, tanto con la comunidad universitaria como con organismos de educación superior, gubernamentales, del sector productivo y de la sociedad. • Establecer y coordinar programas de comunicación fundamentados en diagnósticos científicos, que propicien la socialización de los valores institucionales, así como la difusión objetiva y oportuna de los cambios vanguardistas que la Universidad implementa conforme a lineamientos de calidad nacional e internacional. • Elaborar el programa anual de trabajo en materia editorial y diseño gráfico para la Institución, así como las políticas de vinculación editorial entre la administración central y las dependencias universitarias. • Asesorar y proponer vínculos con instancias públicas y privadas a nivel nacional e internacional, para la realización de coediciiones entre éstas y las unidades administrativas de la Universidad. • Establecer alianzas estratégicas con los medios masivos de comunicación, ya sean locales, nacionales o internacionales, para que el quehacer universitario, las actividades y logros de la Institución se difunda de manera veraz y oportuna ante la comunidad universitaria y sociedad en general. • Consolidar la imagen de la Universidad, así como la de sus autoridades, ante la comunidad universitaria y la sociedad en general, a través de los medios de comunicación internos y externos.

Figura 20. Funciones del director de Comunicación Institucional y Relaciones Públicas (pág.5).

- b) “Solicito el objetivo y las funciones del área de comunicación social en su institución (protocolos, lineamientos, manuales, etc.)”.

Las funciones y gestión de los medios de comunicación internos a partir del cargo del director de comunicación institucional; moderan el diseño y editorial de los medios internos. Así como su promoción y cooperación con la comunidad universitaria.

➤ Perspectiva de género

- c) “Solicito las políticas internas con perspectiva de género en la universidad (manual, lineamiento, recomendaciones, etc.)”.

La Universidad Autónoma de Nuevo León, con lo que respecta a las políticas internas y uso del lenguaje inclusivo con perspectiva de género, notificó en la solicitud de información vía Plataforma Nacional de Transparencia parte de su plan de desarrollo institucional 2022-2030 (Figura 21).

Plan de Desarrollo Institución 2022-2030

Capítulo IV.5 Políticas institucionales asociadas a los ejes rectores y sus estrategias

Eje rector 1. Educación pertinente y de calidad

Eje Transversal 1.1 Responsabilidad social

Política 5. Se garantizará que la Universidad ofrezca educación para la ciudadanía mundial, promoviendo la formación integral de ciudadanos socialmente responsables; con sólidos principios y valores; conscientes de su papel en el desarrollo sustentable global y el cuidado del medio ambiente; promotores de la paz, la justicia social, los derechos humanos, la perspectiva de género, la interculturalidad y la democracia.

Política 27. Se garantizará el derecho a una educación incluyente, equitativa y de calidad, a todos los estudiantes, en igualdad de condiciones, que dé respuesta a la diversidad del alumnado, prestando especial atención a quienes están en situación de mayor exclusión o en riesgo de ser marginados.

Eje rector 3. Desarrollo institucional y sustentabilidad

Eje Transversal 3.1 Responsabilidad social

Política 11. Se promoverá, para toda la comunidad universitaria, un ambiente de interacción de respeto, igualdad, equidad, accesibilidad, libre de violencia, saludable y con perspectiva de género.

Eje rector 5. Salud y bienestar

Eje Transversal 5.1 Responsabilidad social

Política 9. Se impulsará la armonización de políticas en materia de igualdad de género, no discriminación, una vida libre de violencia, así como de derechos humanos.

Figura 21. Captura de pantalla de la respuesta a la solicitud de información pública respecto a políticas internas con perspectiva de género y lenguaje inclusivo en la UANL.

- d) “Solicito manual, lineamiento, recomendaciones, etc. Del uso de lenguaje incluyente o inclusivo en sus medios de comunicación internos”.

Con el eje transversal de la responsabilidad social universitaria, la UANL muestra un plan de desarrollo institucional que involucra la igualdad de género, un ambiente libre de violencia y la promoción integral de educación responsable con su comunidad y la ciudadanía.

2.2.5 Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo (UMSNH)

La Universidad Michoacana de San Nicolás Hidalgo (folio de solicitud: 160353322000287), representada por su secretaría auxiliar informó lo siguiente:

- Comunicación interna
 - a) “Solicito el protocolo (manual, lineamiento, recomendaciones, etc.) para la divulgación y/o difusión de información en los medios de comunicación interna de su institución”.

Hace referencia a que la divulgación difusión de contenido están descritos y establecidos a partir del reglamento interno y estructura organizacional de la institución (fig.22), que como producto tiene la *Gaceta Nicolaita*.

1. En cuanto al protocolo (manual, lineamiento, recomendaciones etc) para la divulgación y/o difusión de información en los medios de comunicación interna de esta Institución, hago de su conocimiento que la difusión y divulgación de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo es atendida de acuerdo a las diversas funciones que están delegadas en diversas áreas tanto administrativas como académicas que la conforman, siendo el Reglamento Interno y Actualización de la Estructura Organizacional de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, el marco normativo del cual se le confiere facultades para llevar a cabo acciones de forma directa o indirecta para cumplir con las funciones sustantivas como lo son entre otras la divulgación y/o difusión al interior de esta Universidad; ahora bien, el instrumento normativo para la difusión y divulgación interna en la Institución es el Reglamento la Gaceta Nicolaita, que de acuerdo a su artículo 2 indica: La Gaceta Nicolaita es el órgano informativo oficial de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo de carácter permanente, cuya función consiste en publicar la información emitida por las autoridades universitarias en el ejercicio de sus atribuciones, para el debido conocimiento y observancia de la comunidad universitaria;

Figura 22. Captura de pantalla de la respuesta de la UMSNH a la solicitud de información.

- b) “Solicito el objetivo y las funciones del área de comunicación social en su institución (protocolos, lineamientos, manuales, etc.)”.

Las funciones y objetivo del área de comunicación social de la UMSNH se establecen en el Reglamento Interno y Actualización de la *Estructura Organizacional*, artículo 25. De la misma forma, se encuentra el **departamento de comunicación institucional**.

DEL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Artículo 25. Al Jefe del Departamento de Comunicación Social le corresponde el ejercicio de las facultades siguientes:

- I. Atender eventos universitarios de cualquier índole;
- II. Cubrir giras de trabajo del Rector; y,
- III. Las demás que le señale el Secretario Auxiliar y otras disposiciones normativas aplicables.

Figura 23. Funciones del departamento de Comunicación Social UMSNH (página 26).

DEL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

Artículo 26. Al Jefe del Departamento de Comunicación Institucional le corresponde el ejercicio de las facultades siguientes:

- I. Unificar la imagen institucional y vigilar el cumplimiento del uso adecuado de la misma;
- II. Diseñar carteles e invitaciones relativos a eventos que lleve a cabo la Universidad;
- III. Generar el esquema de comunicación con las Escuelas, Escuelas, Facultades, Institutos y Dependencias sobre la identidad institucional;
- IV. Generar estrategias de comunicación al interior de la Universidad a través de medios digitales;

Figura 24. Funciones del departamento de comunicación institucional (1/2) (página 26).

- V. Coordinar las acciones que permitan difundir las funciones sustantivas de la Universidad;
- VI. Actualizar la imagen institucional; y,
- VII. Las demás que le señale el Secretario Auxiliar y otras disposiciones normativas aplicables.

Figura 25. Funciones del departamento de comunicación institucional (2/2) (página 27).

La gestión de los medios de comunicación de la universidad se divide en comunicación social e institucional. Es decir, la UMSNH divide al público externo y al público interno para su comunicación.

➤ Perspectiva de género

- c) “Solicito las políticas internas con perspectiva de género en la universidad (manual, lineamiento, recomendaciones, etc.)”.

Respecto al tema transversal del género, la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo divide la gestión e implementación en diferentes órganos institucionales con un enfoque predeterminado.

3. Respecto al manual, lineamiento, recomendaciones, etc. Del uso de lenguaje incluyente o inclusivo en sus medios de comunicación interno, me permito referir como ya se ha explicado en el primer punto que la divulgación y difusión compete de acuerdo a las facultades de cada área de acuerdo al tipo de comunicación que pretenda difundir de manera interna, por lo que me permito indicarle que puede solicitar esta información a la Secretaría General, a la Coordinación General de la División del Bachillerato y la Coordinación de Proyectos Transversales y Responsabilidad Social Institucional, ya que dentro de sus atribuciones pueden dar una respuesta a su requerimiento.

Figura 26. Captura de pantalla de la respuesta a la solicitud de Difusión y divulgación del uso del lenguaje con perspectiva de género en la UMSNH.

- d) “Solicito manual, lineamiento, recomendaciones, etc. Del uso de lenguaje incluyente o inclusivo en sus medios de comunicación internos”.

Por otro lado, la Secretaría General de la universidad aclaró que cuenta con el *Protocolo para la Prevención, Actuación y Erradicación de la Violencia de Género* desde 2017 (fig.27), así como un apartado especial en su página web respecto a la Inclusión y Equidad de Género (fig.28). Sumado a ello, cuenta con atención telefónica y en línea para la atención de alerta de género.



Protocolo para la Prevención, Actuación y Erradicación de la Violencia de Género en la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Comisión Especial del Consejo Universitario para la Elaboración de este documento:

Marcos Sosa Gutiérrez. Consejero Alumno de la Escuela Preparatoria "Lic. Eduardo Ruiz"
Viviana Montserrat Arias. Consejera Alumna de la Escuela Preparatoria "Lázaro Cárdenas"
Janneth Ayala Cervantes. Consejera Alumna de la Facultad de Agrobiología "Presidente Juárez"
Martha Edna Carreón Gómez. Consejera Alumna de la Facultad de Enfermería
Mtro. Roberto Rivas Valencia. Consejero Profesor de la Facultad de Agrobiología "Presidente Juárez"
Dra. Elisa Espinosa Juárez. Directora de la Facultad de Ingeniería Eléctrica
Mtra. María Lucía Tena Vences. Directora de la Escuela Preparatoria "Ing. Pascual Ortiz Rubio"
Dra. Ana María Méndez Puga. Directora de la Facultad de Psicología

Comisión Redactora
Dra. Laura Leticia Padilla Gil
Dra. Perla Araceli Barbosa Muñoz
Mtra. María Trinidad Rojas Arreola

Figura 27. Captura de pantalla del Protocolo para la Prevención, Actuación y Erradicación de la Violencia de Género.



Figura 28. Captura de pantalla del portal web de la UMSNH.

2.2.6 Universidad de Guanajuato (UG)

Gracias a la solicitud de información en la Plataforma Nacional de Transparencia (PNT), con folio 110200300025222, se sabe que la universidad cuenta con las siguientes particularidades.

➤ Comunicación interna

- a) “Solicito el protocolo (manual, lineamiento, recomendaciones, etc.) para la divulgación y/o difusión de información en los medios de comunicación interna de su institución”.

La UG cuenta con un control sobre la creación y difusión de mensajes en sus medios de comunicación a partir del proceso de comunicación dividido en tres partes: Procedimiento para la identificación de necesidades y generación de estrategias de comunicación (fig.29); Procedimiento para la difusión de estrategias de comunicación (fig.30); y Procedimiento para la generación de productos de comunicación y difusión (fig.31).

Dichos procedimientos son gestionados en fichas institucionales.

UNIVERSIDAD DE GUANAJUATO

1.-Ficha del Procedimiento

Nombre del Proceso: Proceso de Comunicación. **Categoría:** Estratégico. *Copia no controlada*

Nombre del Procedimiento: Procedimiento para la identificación de necesidades y generación de estrategias de comunicación

Inicio: Registrar la solicitud para la generación de estrategias una vez identificadas las necesidades de comunicación

Fin: Definir la estrategia conforme la necesidad de difusión o comunicación de información a la comunidad universitaria o a la sociedad en general

Objetivo: Identificar las necesidades de comunicación de la institución y generar estrategias al interior y exterior, para así lograr la más amplia socialización de las características, actividades y valores universitarios, con la finalidad de fortalecer la identidad universitaria aprovechando todos los recursos en el ámbito de la comunicación.

Áreas Involucradas:

01	Rectoría General
02	Secretaría General
04	Secretaría de Gestión y Desarrollo
15	Dirección de Comunicación y Enlace
22	Rectoría de Campus Guanajuato
53	Rectoría de Campus León
68	Rectoría de Campus Irapuato - Salamanca
81	Rectoría de Campus Celaya - Salvatierra
89	Dirección del Colegio del Nivel Medio Superior

Procedimientos con los que interactúa

Proceso	Procedimiento	Nombre	Versión
PRO-COM	COM-PR-02	Procedimiento para la generación de productos de comunicación y difusión	2
PRO-COM	COM-PR-03	Procedimiento para la difusión de estrategias de comunicación	2

Entradas: Registro de la solicitud para la generación de estrategias una vez identificadas las necesidades de comunicación. Fecha: 10/09/2020 05:09:24p. m.

Proveedores: Enlaces materiales de la administración central, enlaces

Fecha Liberación: 29/09/2020 Rev.: 2 Código: COM-PR-01 Página 1 / 5

Figura 29. Procedimiento para la identificación de necesidades y generación de estrategias de comunicación.

1.-Ficha del Procedimiento

Nombre del Proceso		Categoría	
Proceso de Comunicación		Estratégico	
		Copia no controlada	
Nombre del Procedimiento			
Procedimiento para la difusión de estrategias de comunicación			
Inicio		Fin	
Desde la recepción del material de difusión		Evaluar estrategias de comunicación	
Objetivo			
Difundir los mensajes o contenidos institucionales de comunicación a través de los productos generados a partir de la estrategia de socialización			
Áreas Involucradas			
01	Rectoría General		
02	Secretaría General		
03	Secretaría Académica		
04	Secretaría de Gestión y Desarrollo		
15	Dirección de Comunicación y Enlace		
22	Rectoría de Campus Guanajuato		
53	Rectoría de Campus León		
68	Rectoría de Campus Irapuato - Salamanca		
81	Rectoría de Campus Celaya - Salvatierra		
89	Dirección del Colegio del Nivel Medio Superior		
Procedimientos con los que interactúa			
Proceso	Procedimiento	Nombre	Versión
PRO-COM	COM-PR-01	Procedimiento para la identificación de necesidades y generación de estrategias de comunicación	2
PRO-COM	COM-PR-02	Procedimiento para la generación de productos de comunicación y difusión	2
Entradas			
Determinar medio de difusión			
15/08/2017 03.03.06p. m.			

Figura 30. Procedimiento para la difusión de estrategias de comunicación.



1.-Ficha del Procedimiento

Nombre del Proceso Proceso de Comunicación		Categoría Estratégico	Copia no controlada
Nombre del Procedimiento Procedimiento para la generación de productos de comunicación y difusión			
Inicio Recepción de insumos		Fin Enviar material para su difusión	
Objetivo Generar productos de comunicación y difusión de acuerdo con la estrategia definida para garantizar la comprensión del mensaje			
Áreas Involucradas			
01	Rectoría General		
02	Secretaría General		
03	Secretaría Académica		
04	Secretaría de Gestión y Desarrollo		
15	Dirección de Comunicación y Enlace		
22	Rectoría de Campus Guanajuato		
53	Rectoría de Campus León		
68	Rectoría de Campus Irapuato - Salamanca		
81	Rectoría de Campus Celaya - Salvatierra		
89	Dirección del Colegio del Nivel Medio Superior		
Procedimientos con los que interactúa			
Proceso	Procedimiento	Nombre	Versión
PRO-COM	COM-PR-02	Procedimiento para la generación de productos de comunicación y difusión	2
PRO-COM	COM-PR-03	Procedimiento para la difusión de estrategias de comunicación	2
Entradas Solicitudes según corresponda al área, para generar productos de comunicación y difusión			
			10/09/2020 08:28:35p. m.
Proveedores Coordinador de la Red de enlace, jefes de área, enlaces materiales			
Fecha Liberación:	29/09/2020	Rev.:	2
		Código:	COM-PR-02
		Página	1 / 6

Figura 31. Procedimiento para la generación de productos de comunicación y difusión.

- b) “Solicito el objetivo y las funciones del área de comunicación social en su institución (protocolos, lineamientos, manuales, etc.)”.

La Universidad de Guanajuato aclara en su *Manual de Organización de la Dirección de Comunicación y Enlace* (del año 2018) el objetivo, alcance, misión, visión y valores de la dirección de comunicación en función del manual de organización.

II. Objetivo y alcance

El objetivo del Manual de Organización es contar con la información necesaria relacionada con la estructura y funcionamiento, para que sea un instrumento de consulta que permita al personal desempeñar sus funciones de manera más eficaz y de acuerdo con las políticas establecidas.

Figura 32. Objetivo y alcance del manual de organización de la dirección de comunicación y enlace de la UG (página.4).

Misión:

Socializar el quehacer de la Universidad con amplia proyección estatal, nacional e internacional, para reconocer los logros y proyectos institucionales sustentados en las funciones esenciales de docencia, investigación y extensión; y, asimismo, difundir los valores universitarios y su apropiación por los miembros de la comunidad, para consolidar en sentido de identidad y pertenencia.

Visión:

Ser la instancia que difunda las actividades de relevancia y trascendencia de la comunidad universitaria, con el fortalecimiento de los medios de comunicación institucionales como resultado de la colaboración de las diversas entidades universitarias, y el acceso a productos de comunicación oportunos, confiables y pertinentes.

Valores:

Verdad

Libertad

Justicia

Respeto

Honestidad

Responsabilidad

Figura 33. Misión, visión y valores de la dirección de comunicación establecidos en el manual de organización de la UG (página 6).

- Perspectiva de género
- c) “Solicito las políticas internas con perspectiva de género en la universidad (manual, lineamiento, recomendaciones, etc.)”.

El Programa Institucional de Igualdad de Género de la UG cuenta con documentos que se basan primordialmente la perspectiva de género.

- ✓ *Protocolo de Atención a casos de violencia de género.*

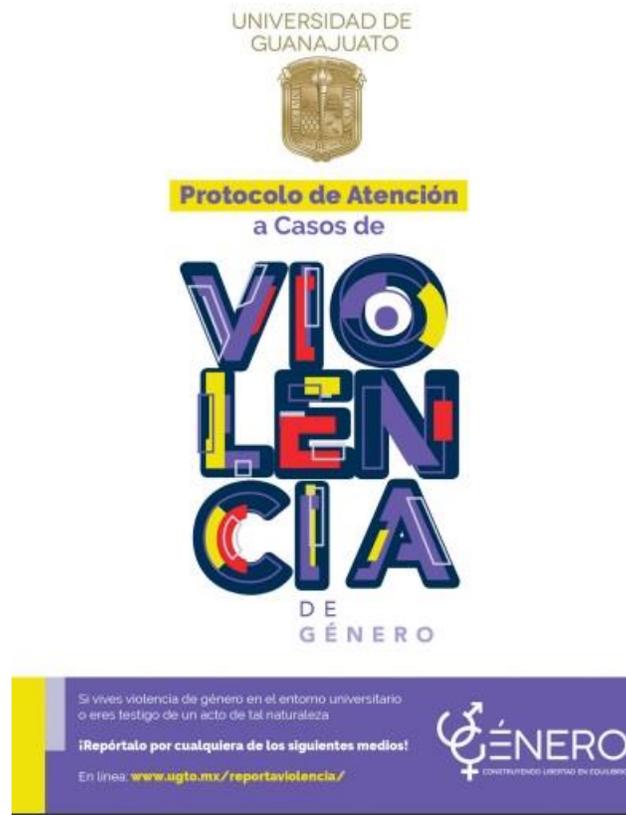


Figura 34. Portada del protocolo de atención a casos de violencia de género.

- ✓ *Reglamento de responsabilidades y sanciones en materia de violencia de género de la Universidad de Guanajuato.*

CAPÍTULO III
ÁMBITOS DE APLICACIÓN Y TIPOS DE RESPONSABILIDADES

Ámbitos de aplicación

Artículo 4. Las disposiciones del presente Reglamento son aplicables a las conductas de violencia de género ocurridas en las instalaciones o espacios, físicos o virtuales, universitarios o bien, cuando se cometan en el desarrollo o con motivo de actividades universitarias con independencia del lugar donde ocurran.

Responsabilidad universitaria en materia de violencia de género

Artículo 5. Las conductas cometidas por las personas integrantes del personal académico o comunidad estudiantil relacionadas con violencia de género serán constitutivas de responsabilidad universitaria en los términos del presente Reglamento.

Otros tipos de responsabilidad

Artículo 6. En los términos de lo dispuesto por los artículos 60, 60 bis, fracción XII y 62 de la Ley Orgánica; así como en el artículo 85 del Estatuto Orgánico, las obligaciones y responsabilidades en materia de violencia de género inherentes al personal administrativo o académico que realice funciones administrativas, estarán reguladas en lo dispuesto por las leyes en materia de responsabilidad administrativa y demás orde-

namientos legales aplicables, correspondiendo al Órgano Interno de Control la aplicación del Derecho administrativo disciplinario.

Las responsabilidades que se deriven de las relaciones de trabajo entre la Universidad y sus trabajadores se regirán por los artículos 3 y 123, Apartado A, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y por la Ley Federal del Trabajo, así como por los contratos colectivos de trabajo.

Tratándose de una conducta que genere distintos tipos de responsabilidad, se estará a lo dispuesto en cada una de ellas, para lo cual se dará vista a la instancia laboral, jurídica o al Órgano Interno de Control de la Universidad, según corresponda.

En los supuestos previstos en los párrafos anteriores, el Programa Institucional de Igualdad de Género establecerá mecanismos de coordinación con las instancias universitarias competentes para el tratamiento adecuado de los casos de violencia de género, de conformidad con el marco normativo aplicable, con la finalidad de proveer la mayor protección en favor de la persona víctima de violencia de género.

Figura 35. Aplicación, responsabilidades y sanciones del reglamento de la UG (página 14).

✓ *Guía básica si experimentas violencia de género (Figura 36).*

3 PASOS
SI EXPERIMENTAS
VIOLENCIA DE GÉNERO

A IDENTIFICA LA VIOLENCIA

La violencia puede ser física, verbal, psicológica, sexual, institucional o presentarse en otras formas. También es violencia la discriminación en cualquiera de sus modalidades.

B CUÉNTASELO A UNA PERSONA

En tu sede, establece primer contacto con alguna persona, ya sea del personal académico o administrativo, personas de primer contacto o una autoridad, para que te brinde orientación. En todo caso puedes hacerte acompañar de alguien de tu confianza.

Las personas de primer contacto son una red de atención inicial, con capacitación para brindar escucha sin juzgarte. Consulta el directorio en www.ugto.mx/ugenero

Si te encuentras en una situación de violencia que afecta tu integridad, presiona el botón de pánico de la aplicación "Seguridad UG", contacta de inmediato a U Género o a alguna autoridad académica o administrativa de la Universidad.

C REPÓRTALO A LA VENTANILLA UGÉNERO

La ventanilla U Género es la instancia especializada para brindarte apoyo y en la cual, si así es tu voluntad, puedes reportar la situación, ya sea llenando un sencillo reporte electrónico en la plataforma U Género disponible en www.ugto.mx; por correo electrónico a ventanillaugenero@ugto.mx; al teléfono 473 7327253; o en persona en la oficina que se encuentra en el edificio central de la UG.

Recuerda que toda la información que proporcionas para tu reporte es de carácter confidencial.

Figura 36. Pasos si experimentas violencia de género según la UG.

✓ *Decálogo de actuación responsable contra la violencia de género en la Universidad de Guanajuato:*

1. Confiamos en las víctimas y respetamos los derechos humanos
2. Actuaremos de forma diligente en cualquier caso de violencia de género del que tengamos noticia.
3. Tendremos solidaridad para con las víctimas y evitaremos su revictimización.
4. Ofreceremos protección inmediata a la víctima.
5. No justificaremos ni distraeremos la atención del punto central de cualquier denuncia: la violencia de género que padece la víctima.

6. Seremos imparciales.
7. Atenderemos los casos denunciados de conformidad con el Protocolo de Atención a Casos de Violencia de Género de la Universidad de Guanajuato.
8. Informaremos puntualmente a las víctimas de las posibilidades de atención con las que cuentan y respetaremos su derecho a decidir.
9. Actuaremos con responsabilidad institucional.
10. Fomentaremos el conocimiento y puesta en práctica de este decálogo (págs. 2-4).

✓ *Programa Institucional de Igualdad de Género de la Universidad de Guanajuato 2016-2019:*

El Programa Institucional de Igualdad de Género constituye el primer paso en la construcción del horizonte común a quienes integran la comunidad universitaria, y en consecuencia de una institución caracterizada por una perspectiva de género que ha permeado todo su ser y actuar, constituyendo un estilo de vida y un atributo transversal a todas sus dimensiones y prácticas (pág. 13).

- d) “Solicito manual, lineamiento, recomendaciones, etc. Del uso de lenguaje incluyente o inclusivo en sus medios de comunicación internos”.

Respecto al uso del lenguaje inclusivo, la Universidad de Guanajuato relaciona al manual para el funcionamiento de la *Red de Comunicación y Enlace* (véase figura 32 y 33), **documento que está en proceso de actualización** (Fig.37).

Respecto al uso del lenguaje inclusivo se comparte la liga de consulta del manual para el funcionamiento de la Red de Comunicación y Enlace y se comparte que está en proceso de revisión para en su caso actualización <https://www3.ugto.mx/calidad/sigpi>

Figura 37. Captura de pantalla a la respuesta de la solicitud de información en la PNT.

2.2.7 Universidad Autónoma de Sinaloa (UAS)

La Universidad Autónoma de Sinaloa, en su respuesta adjunta en la solicitud de información vía PNT (folio: 250486500010022), cuenta con un sistema bajo la gestión de la dirección de comunicación social que comprende protocolos, objetivos y políticas que importan a la comunicación interna de la universidad.

- Comunicación interna
 - a) “Solicito el protocolo (manual, lineamiento, recomendaciones, etc) para la divulgación y/o difusión de información en los medios de comunicación interna de su institución”.

Para la divulgación de información y creación de contenido; el equipo de la dirección de comunicación social es formado por: Emisión del *semanario Buelna*, programación de cobertura de eventos, recaudación de información, generación de boletín, edición y diseño, verificación, difusión, servicio de atención de ventos, autorización, preparación y prestación de servicios, verificación y responsabilidad y autoridad (Sistema de gestión Dirección General de Comunicación Social, 2021, págs. 3-6) de cada uno de quienes integran la dirección.

b) Solicito el objetivo y las funciones del área de comunicación social en su institución (protocolos, lineamientos, manuales, etc.).

Los objetivos, alcances y políticas de la dirección de comunicación social son las siguientes:



Universidad Autónoma de Sinaloa
Sistema de Gestión
Dirección General de Comunicación Social
Procedimiento de Emisión del Semanario Buelna y Servicios de Atención a Eventos.

I. OBJETIVO

Establecer una metodología de apoyo para realizar de manera controlada y ordenada las actividades de Emisión del Semanario Buelna y la prestación de Servicios de Atención a Eventos que soliciten las Unidades Organizacionales y Académicas a la Dirección General de Comunicación Social, según la normatividad institucional y legislación aplicable, afianzando y extendiendo el conocimiento que se tiene sobre la imagen y prestigio de la UAS en Sinaloa, México y el Mundo.

II. ALCANCE

Este procedimiento es aplicable a la Dirección General de Comunicación Social (DGCS) para la Unidad Regional Centro en la Emisión del Semanario Buelna en las etapas de: Recepción de solicitudes de publicaciones, programación de cobertura de eventos, recaudación de información, generación de boletines, edición y diseño, aprobación, autorización y difusión del Semanario; así como para los Servicios de Atención a Eventos que incluyen: cafetería, sonido, mobiliario, y banners en las etapas de: recepción de solicitudes, autorización, preparación y prestación del servicio y verificación.

Figura 38. Objetivo y alcance de la Dirección General de Comunicación Social de la UAS (página 2)

IV. POLÍTICAS

GENERALES

1. Todos los servicios prestados por la Dirección General de Comunicación Social, serán proporcionados con calidad y sustentados en la normatividad institucional.
2. El Director General deberá tener conocimiento de todas las solicitudes recibidas para su previa autorización.
3. Para la asignación de tareas, se deberá realizar un recorrido diario de oficios de solicitudes y entregarse en copias al área correspondiente:
 - a. Solicitudes de anuncios en el Semanario al Subdirector.
 - b. Cobertura de eventos al Jefe de Información.

Figura 39. Políticas de la Dirección de Com. Social de la UAS (1/2) (páginas 2-3)

- c. Atención a eventos a asistentes operativos.
- d. Solicitud de banners a los Diseñadores.
- 4. La emisión del Semanario Buelna y Atención a Eventos se suspende en tres periodos vacacionales, (semana santa, verano y diciembre) según el calendario escolar anual y se podrán emitir más de 4 ejemplares al mes si es necesario a criterio del director.
- 5. La DGCS mantiene control con proveedores externos y esos están sujetos a los acuerdos, lineamientos y reglamentos de la DGCS establecida en el procedimiento de compras.
- 6. La DGCS solicita servicios a proveedores externos (impresión del SB, sonido y mobiliario) y su pago es a través de la Secretaría de Administración y Finanzas de la Universidad Autónoma de Sinaloa, así como también realiza compras internas por medio del procedimiento de compras de la DGCS.

Figura 40. Políticas de la Dirección de Com. Social de la UAS (2/2) (páginas 2-3)

➤ **Perspectiva de género**

- c) Solicito las políticas internas con perspectiva de género en la universidad (manual, lineamiento, recomendaciones, etc.).

La UAS cuenta con el Centro de Políticas de Género para la Igualdad entre Mujeres y Hombres, el cual enuncia los Lineamientos para la conformación y funcionamiento de comités para la igualdad de género en unidades académicas (sin año de publicación):

1. El propósito de estos lineamientos son orientar y facilitar la conformación y funcionamiento de los CIG que se instalarán en cada una de las UA de la Universidad de manera inclusiva y paritaria.
2. El CIG es un órgano auxiliar que tiene como objetivos: Planear, organizar, ejecutar y dar seguimiento a las actividades del Plan de Igualdad (PI); así como, prevenir, orientar y acompañar casos de violencias y discriminaciones de género, en concordancia con la política institucional.
3. El CIG estará integrado por personal académico, administrativo y estudiantil
4. En colaboración con el CPG, todas las personas integrantes de los CIG deberán ser capacitadas para que puedan desempeñar correctamente sus funciones, y como condición para la permanencia de sus integrantes en la misma.
5. Es facultad del titular de la UA, designar a las y los integrantes del CIG; dicho comité, tendrá como vigencia el periodo que dure en funciones la o él titular que las designó.
6. El CIG sesionará trimestralmente con un quórum de 50% más uno
7. Las atribuciones del CIG en las UA
8. La estructura de los CIG estará compuesta de la siguiente manera:
9. Atribuciones de la Coordinación General
10. Atribuciones de la Secretaría Ejecutiva
11. Atribuciones de la Comisión de Transversalización
12. Atribuciones de la Comisión de Capacitación
13. Atribuciones de la Comisión de Comunicación y Lenguaje Incluyente

14. Atribuciones de la Comisión Académica
15. Atribuciones de la Comisión para Prevenir las Violencias y Discriminación
16. Atribuciones de la Comisión de Corresponsabilidad (págs. 2-6)

Además de agregar un glosario donde define conceptos como acosos, discriminación, género, violencia sexual, entre otros.

Sumado al *Reglamento para la prevención, atención y sanción del hostigamiento y acoso sexual en la Universidad Autónoma de Sinaloa* del año 2019 (Figura 41).

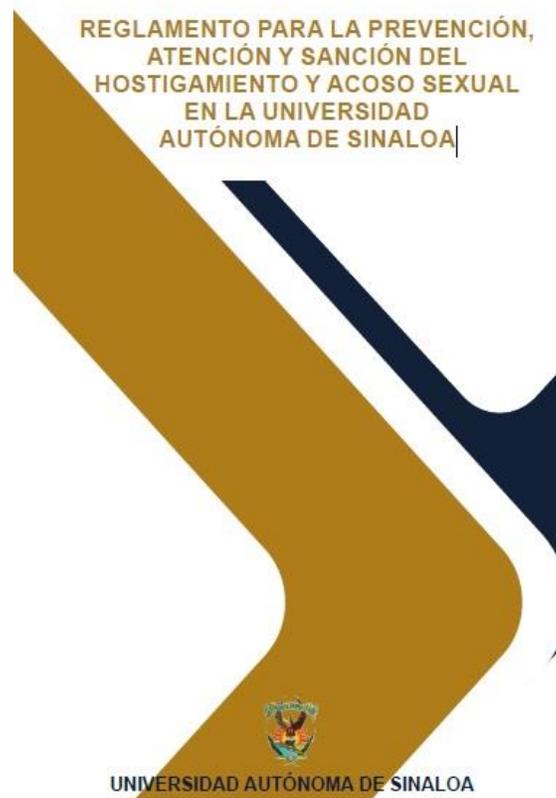


Figura 41. Portada del Reglamento de prevención y atención de hostigamiento y acosos sexual de la UAS.

- d) Solicito manual, lineamiento, recomendaciones, etc. Del uso de lenguaje incluyente o inclusivo en sus medios de comunicación internos.

Uno de los lineamientos del Centro de Políticas de Género para la Igualdad entre Mujeres y Hombres de la UAS contemple el lenguaje incluyente:

L13. Atribuciones la Comisión de Comunicación y Lenguaje Incluyente:

- I. Promover un lenguaje incluyente en formatos, informes y documentos oficiales;
- II. Impulsar campañas de difusión sobre autocuidado y consentimiento sexual dirigido al alumnado integrante de la UA;
- III. Difundir en la UA el conocimiento de los derechos universitarios y los mecanismos para su exigibilidad, en especial el Reglamento para la Prevención, Atención y Sanción del Hostigamiento y Acoso Sexual, así como el Código de Conducta y Ética;
- IV. Informar del trabajo realizado por el CIG a la UA;
- V. Rendir informes trimestrales al CIG de las acciones realizadas; y
- VI. Demás que le sean asignadas.

Figura 42. Atribuciones de la comisión de comunicación y lenguaje incluyente (página 5)

De la misma manera, es el Centro de Políticas de Género para la Igualdad entre Mujeres y Hombres quien crea el Manual de Lenguaje Incluyente (sin año de publicación adjunto al documento).



Figura 43. Portada del Manual de lenguaje incluyente de la UAS.

Dicho manual contempla estudios del lenguaje y género que se distribuyen entre temas como: definición del patriarcado, estereotipos de género, androcentrismo y sexismo, **aspectos gramaticales** y el **uso administrativo** del uso del lenguaje influyente en la Universidad Autónoma de Sinaloa.

2.2.8 Universidad de Sonora (UNISON)

Con el folio de solicitud: 260502722000094, se obtuvo la siguiente información:

- Comunicación interna
 - a) “Solicito el protocolo (manual, lineamiento, recomendaciones, etc.) para la divulgación y/o difusión de información en los medios de comunicación interna de su institución”.

La Universidad de Sonora no cuenta con medios de comunicación internos con un enfoque para su comunidad universitaria, debido a que en sus medios de comunicación convencionales atañen tanto a públicos internos como externos.

R= La Dirección de Comunicación de la Universidad de Sonora administra la parte noticiosa del portal institucional (www.uson.mx), así como las diversas redes sociales institucionales bajo el concepto de SoyUnison y la Gaceta Unison. Ni las herramientas informativas que se mencionan ni Radio Universidad o Unison TV (que dependen estas últimas de la Dirección de Apoyo a la Vinculación y Difusión) se catalogan como medios de comunicación interna, y desarrollan su trabajo informativo tanto para la comunidad universitaria como para la sociedad en general.

Figura 44. Captura de pantalla de la respuesta de la UNISON respecto a los medios de comunicación interna.

Por otra parte, **no existen protocolos para la difusión de información orientados a partir de documentación oficial. Sin embargo, el Área de Información y Prensa sigue un modelo especial de publicación de contenido.**

Si bien no existe un documento oficial que precise los pasos que se requiere dar en la generación de información y su difusión, en el Área de Información y Prensa, que es la base informativa de todos los medios institucionales, se trabaja como una sala de redacción e información siguiendo el modelo y pasos de los medios públicos o comerciales establecidos.

Figura 45. Captura de pantalla de la respuesta ante la solicitud de información hacia la UNISON vía PNT.

Dicho modelo consta de: Agenda de trabajo, Publicación de notas en el portal universitario, Boletines de prensa, Gaceta Unison y Sala de Prensa.

- b) “Solicito el objetivo y las funciones del área de comunicación social en su institución (protocolos, lineamientos, manuales, etc)”.

Según el manual de organización actual del año 2022, el objetivo general de la Dirección de Comunicación es la siguiente (figura 46):

Objetivo general

Diseñar, desarrollar y ejecutar estrategias de comunicación y relaciones públicas para conformar y fortalecer la imagen e identidad institucional de la Universidad de Sonora, a fin de difundir y coordinar, mediante los canales de información y prensa, así como a través de las distintas aplicaciones digitales, las investigaciones, talleres, actos protocolarios y actividades en general que se realizan en el interior de la alma mater, para impulsarla como una fuente de conocimiento e información confiable y útil para la comunidad universitaria y la sociedad.

Figura 46. Captura de pantalla de la respuesta de la UNISON vía PNT.

Respecto a los manuales o protocolos, la Universidad de Sonora apunta que dichas acciones están vinculadas a la **normatividad institucional**.

Respecto a los manuales, lineamientos y protocolos de acción respecto a sus quehaceres, la Dirección de Comunicación de la Universidad de Sonora se sujeta a la normatividad institucional y a las disposiciones locales y federales aplicables al tema.

Figura 47. Captura de pantalla de respuesta de la Universidad de Sonora.

➤ **Perspectiva de género**

- c) Solicito las políticas internas con perspectiva de género en la universidad (manual, lineamiento, recomendaciones, etc).

Dentro de la Universidad de Sonora, desde el año 2009 el Programa Institucional de Inclusión y Equidad de Género (PIIEG) (Fig.48) fue creado para trabajar las cuestiones de género dentro de la universidad (como el *Protocolo para la atención y prevención de la violencia de género de la Universidad de Sonora del 2019*, *El Documento de buenas prácticas para la convivencia académica* y el *Estatuto de la defensoría de los derechos universitarios*).

El Programa Institucional de Inclusión y Equidad de Género (PIIEG), se crea para atender los requerimientos que demanda el proceso de transversalidad de la incorporación de la perspectiva de género en la Universidad de Sonora, actividad en la que viene incursionando de manera sistemática a partir de 2009, mediante acciones que fortalecen los valores que dan grandeza a la institución, al fomentar la cultura de la igualdad de género y, promover relaciones de equidad y respeto a la diversidad entre la comunidad universitaria. La Coordinación del PIIEG, se apoya de los Comités Institucionales y/o Divisionales para llevar a cabo las acciones.

Figura 48. Captura de pantalla de la descripción del PIIEG de la UNISON vía PNT.

- d) “Solicito manual, lineamiento, recomendaciones, etc. Del uso de lenguaje incluyente o inclusivo en sus medios de comunicación internos”.

Finalmente, **es el mismo PIIEG el que se encuentra en desarrollo de material de apoyo para el uso del lenguaje inclusivo o incluyente**. La Universidad de Sonora adjunta una infografía (Figura 49) respecto al manejo del lenguaje en su respuesta en la Plataforma Nacional de Transparencia.

Alternativas para incorporar el LENGUAJE INCLUYENTE y no sexista



El lenguaje incluyente es más que un cambio de sustantivos, va más allá de la disyuntiva de considerar una u otra vocal al final de una palabra para nombrar a una persona. Se refiere a toda expresión verbal que utiliza preferiblemente lenguaje neutro. Iniciar a considerar su uso es reconocer los derechos humanos de hombres y mujeres, y promover las relaciones de respeto e igualdad entre los géneros. La siguiente guía tiene como fin ayudar a evitar generalizaciones del masculino para situaciones o actividades donde aparecen hombres y mujeres. Está propuesta como una herramienta de carácter práctico y no como instrumento formal de estudio de la lengua.

NO INCLUYENTE	INCLUYENTE
USO DE SUSTANTIVOS	
<p>Los ciudadanos han participado en...</p> <p>El hombre considera...</p> <p>Las enfermeras</p> <p>Los profesores plantearon sus opiniones con respecto a...</p> <p>Niños de la calle</p> <p>Citar a los coordinadores de programa</p> <p>Es responsabilidad de cada director de área</p> <p>Se van a reunir todos los directores</p>	<p>La ciudadanía ha participado en...</p> <p>La humanidad considera que...</p> <p>El personal de enfermería</p> <p>El profesorado planteó su opinión con respecto a...</p> <p>La niñez en situación de calle</p> <p>Citar a las coordinaciones de programa</p> <p>Es responsabilidad de las direcciones de área</p> <p>Se van a reunir las y los titulares de las direcciones</p>
Si no se conoce el sexo de la persona a quien se hace referencia utilizar la palabra "quien", "quienes", cualquiera	
El coordinador presentará la agenda de trabajo	Quien coordine presentará la agenda de trabajo Cualquiera que coordine presentará la...
USO DE ARTÍCULOS Y PRONOMBRES	
<p>Los supervisores deben entregar el informe el día...</p> <p>Los beneficiarios llenaron el formato...</p> <p>Un buen profesionista presenta un alto grado de responsabilidad</p> <p>El reto para el hombre consiste en...</p> <p>Esperemos que sean muchos los asistentes al evento</p>	<p>Las y los supervisores deben entregar el informe el día...</p> <p>La supervisión debe entregar el informe el día...</p> <p>Las y los beneficiarios llenaron el formato...</p> <p>Un buen profesional presenta un...</p> <p>Una buena profesional presenta un...</p> <p>El reto para la humanidad consiste en...</p> <p>Esperamos que sean muchas personas en el evento</p>
ADJETIVOS	
<p>Yolanda, Alberto y María son simpáticos</p> <p>Ana, Isabel y Alfonso están ansiosos por salir</p>	<p>Yolanda, Alberto y María tienen simpatía</p> <p>Ana, Isabel y Alfonso muestran ansiedad por salir</p>
FEMENINO DE LA PROFESIONES	
Presidente, juez, médico, arquitecto, ingeniero...	Presidenta, jueza, médica, arquitecta, ingeniera...



Fuente: INMUJERES (2018). Manual de comunicación no sexista. http://ceodoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/101265.pdf

Dirección de Apoyo a Programas Institucionales Universidad de Sonora

@Piegunison @Dapi_Unison

Figura 49. Alternativas para incorporar el lenguaje incluyente y no sexista de la Universidad de Sonora.

2.2.9 Universidad Veracruzana (UV)

La Universidad Veracruzana, vía Plataforma Nacional de Transparencia (PNT), con folio de solicitud: 300564222000288, proporcionó información mediante tres órganos institucionales: Oficina del Abogado General (dirección de normatividad), Coordinación de la Unidad de Género y la Dirección General de Comunicación Universitaria.

➤ Comunicación interna

- a) “Solicito el protocolo (manual, lineamiento, recomendaciones, etc) para la divulgación y/o difusión de información en los medios de comunicación interna de su institución”.

No existe un área destinada para las recomendaciones o lineamientos de comunicación interna. Sin embargo, el estatuto general de la Universidad encarga a la Dirección de Comunicación Universitaria distintas responsabilidades.

De conformidad con el artículo 48 del Estatuto General, la Dirección General de Comunicación Universitaria es la dependencia responsable de planear, diseñar, proponer, dirigir, controlar y evaluar las políticas de imagen institucional, comunicación periodística, estratégica, publicitaria, que servirá de base para propagar y transmitir los fines y funciones de la Universidad a través de los distintos medios e instrumentos de comunicación. Además, integrará las acciones radiofónicas, televisivas, cinematográficas, de diseño e imagen institucional.

Figura 50. Captura de pantalla de la respuesta vía solicitud de información de la PNT con la descripción de la Dirección general de Comunicación universitaria de la UV.

- b) “Solicito el objetivo y las funciones del área de comunicación social en su institución (protocolos, lineamientos, manuales, etc.)”.

Las atribuciones de la dirección de comunicación universitaria de la UV son las siguientes:

Las atribuciones de dicha Dirección, se encuentran establecidas en el artículo 51 del referido Estatuto; siendo estas:

- I. Acordar con el Rector los asuntos de su competencia;
- II. Coordinar sus actividades con el Secretario de Desarrollo Institucional, 118 y el Director General de Difusión Cultural, en el ámbito de su competencia;
- III. Planificar, diseñar, proponer, dirigir y controlar las políticas de imagen institucional, comunicación periodística, estratégica y publicitaria;
- IV. Lograr mayor presencia del quehacer de la Universidad en la sociedad, a través de la Radio y Televisión universitarias;
- V. Planear, dirigir, controlar y evaluar las actividades de las dependencias a su cargo;
- VI. Gestionar espacios que permitan emitir programas, haciendo uso de las nuevas tecnologías que faciliten un espacio virtual de comunicación;
- VII. Asesorar a las entidades académicas y dependencias de la Universidad en el diseño de estrategias de imagen institucional, periodística y publicitaria;

Figura 51. Captura de pantalla de la respuesta de información de las Atribuciones de la dirección de comunicación universitaria de la UV (1/2)



Universidad Veracruzana
Abogada General
Dirección de Normatividad

VIII. Recabar de las dependencias y entidades académicas de la Universidad, para su difusión interna y externa, la información necesaria sobre los principales programas, proyectos y acciones que desarrolla la institución;

IX. Establecer los criterios de planeación, dirección y coordinación que eleven la calidad en el diseño, edición, producción y programación de los materiales impresos, videográficos, cinematográficos, radiofónicos, digitales y todos aquellos que hagan uso de las tecnologías de la información y la comunicación, de corte cultural, artístico, científico, tecnológico, humanístico, deportivo, de vinculación y extensión universitaria;

X. Determinar los medios, canales, instrumentos, vías y frecuencia para la realización de las acciones de imagen institucional, periodística y publicitaria;

XI. Diseñar y establecer mecanismos alternos de autofinanciamiento con instituciones difusoras del arte, la ciencia, la tecnología, las humanidades, el deporte, la vinculación y la extensión universitaria, o mediante la prestación de servicios editoriales impresos, videográficos, cinematográficos, radiofónicos y televisivos, así como intercambios dirigidos a los distintos sectores sociales;

XII. Promover el intercambio de material editorial impreso, digital, videográfico, cinematográfico, radiofónico o aquél que haga uso de las tecnologías de la información y la comunicación, con otros organismos y universidades del país y del extranjero;

XIII. Realizar todas aquellas actividades necesarias y convenientes para el logro de los objetivos de la dependencia; y

XIV. Las demás que señale la legislación universitaria.

Figura 52. . Captura de pantalla de la respuesta de información de las Atribuciones de la dirección de comunicación universitaria de la UV (2/2)

También cuenta con el *Reglamento para la Comunicación Universitaria* del año 2021, el cual compete:

Estrategias y acciones de producción, distribución y administración de contenidos y objetos de comunicación oficiales, mediante los cuales cumple con su objeto, mientras fortalece su identidad e imagen, tanto al interior de su comunidad universitaria como hacia la sociedad en general (2021 , pág. 5).

El reglamento suma las condiciones institucionales que involucran a los medios de comunicación universitarios con el público interno de la UV.

Para la Universidad Veracruzana, mientras que la comunicación representa el área estratégica por antonomasia para fortalecer su papel como actor principal del diálogo público y, así, fortalecer su credibilidad y prestigio, el contexto antes referido coloca a la institución en la coyuntura de consolidar y afianzar sus políticas de comunicación, sus medios oficiales, sus principios y sus acciones a través de un Reglamento Interno que regule las conductas de los actores universitarios implicados el proceso comunicacional en beneficio de la posición y el prestigio públicos de la Universidad Veracruzana (*Reglamento para la Comunicación Universitaria* , 2021 , pág. 5)

- Perspectiva de género
- c) “Solicito las políticas internas con perspectiva de género en la universidad (manual, lineamiento, recomendaciones, etc.)”.

A través de la Coordinación de la Unidad de Género de la Universidad Veracruzana, menciona el Programa de Trabajo 2021-2025 Por una **transformación integral, lineamientos que permean y rigen todo el quehacer institucional.**

♦La Universidad Veracruzana cuenta con el **Programa de Trabajo 2021-2025 Por una transformación integral**, lineamientos que permean y rigen todo el quehacer institucional. En este documento rector, entre las políticas institucionales que contiene, destacan las siguientes (página 42):

- Garantizar la transversalización en las funciones sustantivas y adjetivas universitarias de los derechos humanos y la sustentabilidad, a través del fomento de la cultura de paz y de la no violencia, la legalidad, la equidad de género, la igualdad sustantiva, la inclusión, la no discriminación y la interculturalidad, así como a través del combate a todo tipo de violencia.
- Aplicar la perspectiva de género en las funciones sustantivas y adjetivas universitarias y erradicar la discriminación y la violencia contra la mujer y las personas de la comunidad LGBTTTIQ+.
- Asegurar la igualdad y no discriminación entre los diferentes actores universitarios, así como la equidad en el trato respecto a grupos históricamente discriminados.

Figura 53. Captura de pantalla de la respuesta de información vía PNT sobre las políticas de género en la UV.

De la misma manera que cuenta con un apartado para la *Equidad de género y diversidad sexual* en el estrato de derechos humanos del mismo programa (Figura 54).

Asimismo, en el Eje I titulado Derechos Humanos, se encuentra el Tema I.I Equidad de género y diversidad sexual, donde se tiene como objetivo (página 48):

- Fortalecer la perspectiva de género en las funciones sustantivas universitarias, así como en las funciones administrativas y directivas, con el propósito de promover, proteger y garantizar derechos y espacios con equidad, igualdad y 100% libres de violencia para las mujeres y para las personas pertenecientes a la comunidad LGBTTTIQ+.

Es así que el Programa de Trabajo contempla en su Eje I Derechos Humanos los objetivos, acciones y metas encaminados a transversalizar la perspectiva de género en la Universidad Veracruzana.

Figura 54. Captura de pantalla de la respuesta de información vía PNT.

Sumado a ello, la UV cuenta con el *Reglamento para la Igualdad de Género* (parte de la legislación universitaria), el cual tiene como objetivo lo siguiente:

- Establecer las normas para promover y garantizar la igualdad entre mujeres y hombres y la prevención, atención y erradicación de todo tipo de discriminación basada en el sexo o género dentro de la Universidad Veracruzana.

Figura 55. Captura de pantalla del objetivo del Reglamento para la Igualdad de Género citado en la solicitud de información de la PNT.

Finalmente, el *Protocolo para Atender la Violencia de Género* en la Universidad Veracruzana del 2021 que apunta:

El Protocolo contempla los derechos de la persona, desde una perspectiva amplia e incluyente de las diversas expresiones de la sexualidad biológica humana, la intersexualidad y las identidades sexogenéricas.... **Este documento considera a todas las expresiones sexogenéricas; mujeres, hombres, comunidad LGBTTTI (lésbico, gay, bisexual, transexual, transgénero, travesti e inter-sexual), comunidad queer u otros grupos, que por no cumplir con los roles o estereotipos derivados de las construcciones sociales heteronormativas y binarias, están expuestas a violencia de género asociadas a otras formas de desigualdad y en contextos específicos....** El Protocolo permitirá informar y orientar sobre las vías que cualquier integrante de la comunidad universitaria puede seguir para identificar una situación de violencia de género, saber ante quién acudir y conocer los procedimientos establecidos para atenderla y, de esa forma, actuar con mayor información y elementos en el marco de la normatividad universitaria (2021, págs. 16-17)

- d) “Solicito manual, lineamiento, recomendaciones, etc. Del uso de lenguaje incluyente o inclusivo en sus medios de comunicación internos”.

La Coordinación de la Unidad de Género tiene como una de sus contribuciones las actividades relacionadas al uso del lenguaje.

♦Dentro del Reglamento para la Igualdad de Género; el artículo 10 fracción XVI establece que la **Coordinación de la Unidad de Género** tendrá la atribución de *promover la utilización del lenguaje incluyente dentro de las acciones implementadas en la Universidad*, aunado a ello, el artículo 22 fracción VIII dota de atribución al **Consejo Consultivo de la Universidad** de *promover el uso del lenguaje incluyente en los documentos oficiales que expida la Universidad*, finalmente las **autoridades y funcionarios** universitario en el ámbito de sus competencias son responsables de *promover y utilizar el lenguaje incluyente en los documentos e instrumentos que emitan*, ello con fundamento en el artículo 33 fracción XIII.

♦La institución atiende lo establecido en el Reglamento para la Comunicación Universitaria, documento que es de observancia general y obligatoria, aplicable a los integrantes de la comunidad universitaria, regula atribuciones, principios, procedimientos y alcances de la Comunicación Universitaria al interior de la Universidad Veracruzana. En la Sección segunda de los lineamientos para garantizar la expresión de diversidades ideológicas, étnicas y

Figura 56. Captura de pantalla de la respuesta vía PNT respecto al uso del lenguaje incluyente en la UV (1/2).

culturales, del Capítulo III artículo 45, se indican los siguientes lineamientos con relación al uso de lenguaje incluyente:

- Los servicios públicos de telecomunicaciones y radiodifusión de la Universidad Veracruzana siempre tratarán las diversidades ideológicas, éticas y culturales con respeto;
- Deberán ser un espacio abierto que dé voz a la expresión de las diversidades étnicas, lingüísticas, ideológicas, sexogenéricas y socioculturales que representan la pluralidad de la sociedad mexicana;
- Visibilizar las voces y participación de las mujeres en diversos espacios con la finalidad de contribuir a la igualdad de género;
- Tratar con respeto y dignidad los temas que aludan a la diversidad sexogenérica.

Figura 57. Captura de pantalla de la respuesta vía PNT respecto al uso del lenguaje incluyente en la UV (2/2).

En adición a ello, la Universidad Veracruzana desarrolló en 2018 el *Manual para la incorporación de la perspectiva de género dentro de las organizaciones de medios de comunicación social* (Figura 58) gracias a la Comisión Especial de Igualdad de Género y No discriminación del Organismo Público Local Electoral (OPLE), desde el Centro de Estudios de Opinión y Análisis (CEOA).

Dicho manual tiene como fin orientar a los medios de comunicación en todo el Estado de Veracruz. Así como servir de marco de referencia a los medios oficiales universitarios para la creación de mensajes con lenguaje incluyente (o inclusivo) y no sexista.

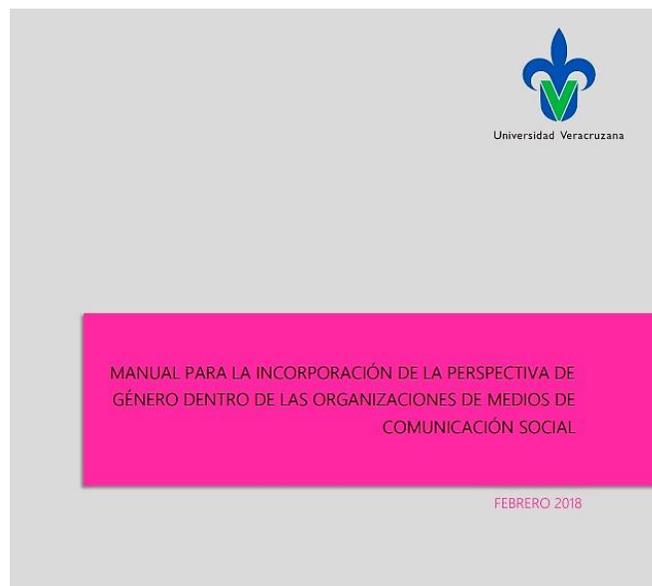


Figura 58. Portada del Manual para la incorporación de la perspectiva de género dentro de las organizaciones de medios de comunicación social de la Universidad Veracruzana.

En él se ofrecen indicadores y medios de verificación pertinentes para la inclusión de la perspectiva de género en las organizaciones de medios de comunicación social. Por indicadores se entiende a las variables que sirven para conocer o valorar las características y la intensidad de un hecho, estos son comprobados a través de los medios de verificación (Manual para la incorporación de la perspectiva de género dentro de las organizaciones de medios de comunicación social, 2018, pág. 3).

Finalmente, **la UV informó que promueve el uso del lenguaje incluyente mediante capacitación impartida por instituciones como CNDH e INMUJERES**, en las cuales incluyeron en su respuesta de solicitud de información vía PNT las siguientes:

- ✓ En el periodo intersemestral enero 2021 se impartió el curso PROFA “Redacción de Textos Académicos con Lenguaje Incluyente”, que estuvo dirigido al personal docente y que tuvo como objetivo el fortalecer la transversalización de la perspectiva de género, así como profundizar en la necesidad y las formas de incorporar el lenguaje incluyente en el quehacer académico.
- ✓ Los días 19 y 20 de marzo del 2021 se impartió la capacitación “Formación en Comunicación con Perspectiva de Género” en colaboración con el Instituto Municipal de las Mujeres de Xalapa (IMMX), dicha capacitación fue dirigida a integrantes de la Dirección General de Comunicación Universitaria (DGCU) y de la Comisión Estatal para la Atención y Protección de los Periodistas (CEAPP).
- ✓ El 27 de junio del 2022 se llevó a cabo la conferencia “Lenguaje incluyente y no sexista”, la cual estuvo dirigida a personal de la Dirección General de Desarrollo Académico e Innovación Educativa (DGDAIE) de la UV.

2.2.10 Universidad Autónoma Metropolitana (UAM)

La solicitud de información vía Plataforma Nacional de Transparencia, con folio de solicitud: 330031822000141, fue respondida por la dirección de comunicación social de la Universidad Autónoma Metropolitana.

- Comunicación interna
- a) “Solicito el protocolo (manual, lineamiento, recomendaciones, etc) para la divulgación y/o difusión de información en los medios de comunicación interna de su institución”.

La creación de mensajes en la universidad pasa directamente por la gestión de la Dirección de Comunicación Social (Figura 59).

1. La procedimiento para llevar a cabo la difusión de información en los medios de comunicación interna es muy sencillo: la solicitud se dirige a la Dirección de Comunicación Social (DCS), ya sea vía telefónica o vía correo electrónico; se analiza el tipo de información a difundir, se preparan los materiales y se difunden en las plataformas correspondientes, ya sean impresas o digitales.

Figura 59. Captura de pantalla de la respuesta ante de solicitud de información vía PNT de la UAM.

- b) “Solicito el objetivo y las funciones del área de comunicación social en su institución (protocolos, lineamientos, manuales, etc.)”.

La dirección de Comunicación Social tiene como objetivo general:

b) **Objetivo**

Informar oportunamente a la comunidad universitaria y a la opinión pública en general las actividades de la Universidad, mediante la planeación, el diseño, la ejecución y supervisión de las políticas de medios y de los programas de comunicación en sus diferentes modalidades; así como el establecimiento y fortalecimiento de los canales de comunicación internos de la Universidad y los dirigidos a la sociedad en su conjunto, con el fin de asegurar la amplia divulgación del quehacer de la Institución y sus resultados, contribuyendo a mejorar su presencia en la sociedad.

Figura 60. Objetivo la dirección de comunicación social de la UAM, en su manual de organización específico (página 18).

Asimismo, la **Dirección de Comunicación Social está integrada por las subdirecciones y departamentos** siguientes:

- ✓ Subdirección de prensa e imagen institucional (antes subdirección de comunicación social)
- ✓ Departamento de información y redacción
- ✓ Departamento de producción editorial y diseño (antes departamento de producción editorial y multimedia).
- ✓ Departamento de audiovisual y multimedia (antes departamento de acopio de información y comunicación electrónica).
- ✓ Subdirección del programa universitarios de producción radiofónica UAM radios 94.1 FM.
- ✓ Departamento de continuidad y enlace (Manual de Organización Específico , 2020, págs. 19-24).

El objetivo del departamento de información y redacción también funge con uno de los objetivos de la Universidad Autónoma Metropolitana. Bien lo plantea en su manual de comunicación específica:

8.1.1.1 Departamento de Información y Redacción

a) Objetivo

Divulgar a los medios de comunicación especializados la información relevante de las actividades de la vida universitaria en sus diversas modalidades (escrita, gráfica, digital, etc.) con claridad y pertinencia, para dar a conocer a la sociedad las aportaciones que la Institución realiza.

Figura 61. Objetivo del departamento de Información y Redacción de la UAM (página 19).

➤ Perspectiva de género

- c) “Solicito las políticas internas con perspectiva de género en la universidad (manual, lineamiento, recomendaciones, etc.)”.

Respecto a políticas internas con perspectiva de género y recomendaciones del uso del lenguaje incluyente o inclusivo, **la Universidad Autónoma Metropolitana, a través de la Dirección de Comunicación Social informó que no cuenta con documentación al respecto.**

3. Por lo que respecta a la pregunta 3, esta DCS no cuenta con la expresión documental, sin embargo, refiere que en la página web de la Institución: uam.mx se encuentran las Políticas Transversales que requiere el solicitante.
4. Por lo que respecta a la pregunta 4, hago de su conocimiento que esta DCS no cuenta con la expresión documental solicitada, sin embargo, hago de su conocimiento que las políticas de la DCS de la UAM garantizan el máximo umbral de protección a los derechos humanos.



Figura 62. Captura de pantalla de la respuesta vía PNT de la UAM. Entiéndase DCS como Dirección de Comunicación Social.

Por otra parte, la UAM cuenta con políticas transversales para erradicar la violencia por razones de género dentro de la legislación universitaria.

Dichas políticas contemplan dar vida y eficacia plena a los principios y valores de la Universidad, así como para garantizar el derecho humano de las mujeres integrantes de su comunidad a una vida libre de violencia, es necesaria la incorporación transversal de la perspectiva de género en la Legislación Universitaria, en las políticas, lineamientos, instructivos, acuerdos, protocolos, códigos de ética, planes y programas de estudio, programas y proyectos de investigación y, en general, en todos los ámbitos y competencias de los órganos e instancias de apoyo, así como en las prácticas socioculturales de la comunidad universitaria... La transversalidad constituye una estrategia institucional para asegurar que en los documentos que emitan y en las decisiones que tomen los órganos colegiados y personales, así como las instancias de apoyo, se considere

como principio rector la igualdad sustantiva entre quienes conforman la comunidad universitaria. Dicho principio parte del reconocimiento de la libertad e igualdad de las personas sin discriminación por razón de origen étnico o nacional, género, edad, discapacidad, condición social y de salud, religión, lengua, opinión, identidad de género u orientación sexual, apariencia, estado civil o cualquiera otra que atente contra la dignidad humana y las coloque en una situación de vulnerabilidad (Universidad Autónoma Metropolitana , 2022, pág. 267).

Estas políticas institucionales suman un glosario que define términos como: Transversalización de la perspectiva de género, Violencia por razones de género, Violencia contra la mujer por razones de género, Personas de la diversidad sexual, Orientación sexual, identidad de género, expresión de género, entre otros.

Las políticas transversales para erradicar la violencia por razones de género, divididas en 4 apartados: Espacio universitario libre de violencia, Docencia con perspectiva de género y libre de violencia, Investigación con ética y libre de violencia de género; y Preservación y difusión de la cultura para la igualdad de género.

- d) “Solicito manual, lineamiento, recomendaciones, etc. Del uso de lenguaje incluyente o inclusivo en sus medios de comunicación internos”.

Dentro del apartado *Espacio universitario libre de violencia*, se referencia al lenguaje incluyente o inclusivo:

Incorporar el lenguaje incluyente y no sexista en los usos cotidianos, en la gestión, elaboración de documentos oficiales y comunicación de la Universidad, así como en su normatividad (Legislación Universitaria , 2022, pág. 269).

De la misma manera, en el tercer apartado, *Investigación con ética y libre de violencia de género*, acota **el uso del lenguaje** para “**Procurar que la divulgación de resultados y avances de investigación se realice con un lenguaje incluyente y libre de estereotipos de género**” (Legislación Universitaria , 2022, pág. 270).

En perspectiva y a raíz de la descripción de las instancias de comunicación interna y perspectiva de género dentro de las universidades mexicanas, se atisba la **relación entre las funciones de cada departamento y cómo estas son guiadas por el cumplimiento de políticas o legislación general de las instituciones.**

Es decir, **la gestión de los medios de comunicación interna universitaria está estrechamente relacionados con la normatividad institucional y señalamientos que se incluyen en su legislación universitaria.**

De esta manera, en el siguiente apartado se describirá la relación entre los medios de comunicación (escritos) internos y la perspectiva de género que importa al uso

del lenguaje inclusivo (o incluyente) en la Universidad Nacional Autónoma de México, las intuiciones de educación superior más importante de México.

2.3 Caso UNAM: La Universidad y el uso del lenguaje con perspectiva de género en sus medios de comunicación

Las metas, objetivos y alcances de una institución de educación superior están veladas por su legislación que apunta a la aplicación de los conceptos mencionados de manera práctica dentro de sus instalaciones, es decir, como se mencionó en el capítulo uno, sus públicos internos.

Según el portal web de la Universidad Nacional Autónoma de México, esta se fundó el 21 de septiembre de 1551 bajo el nombre de Real y Pontificia Universidad de México. Considerada la más importante de Iberoamérica:

Tiene como propósito primordial estar al servicio del país y de la humanidad, formar profesionistas útiles a la sociedad, organizar y realizar investigaciones, principalmente acerca de las condiciones y problemas nacionales, y extender con la mayor amplitud posible, los beneficios de la cultura (Universidad Nacional Autónoma de México , 2022).

En el proceso histórico y social de la UNAM, la implementación de políticas referentes a la perspectiva de género ya se había estructurado desde la creación de centros de investigación y divulgación de información.

Como es citado por María Elena Camarena Adame y María Luisa Saavedra García en *La perspectiva de género en los programas de estudio de las licenciaturas contables administrativas* (2018):

Como un referente importante en México, se tiene el caso de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), el proceso de incorporación de materias con perspectiva de género empezó en los años setenta, en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, en los años ochenta le siguieron las carreras de psicología y enfermería, y en algunos posgrados de psicología (Buquet, 2011: 213, párrafo13).

De la misma manera, órganos como el Programa Universitario de Estudios de Género (PUEG), en los años noventa, logran la institucionalización de políticas de género que permean la postura de la Universidad (Camarena & Saavedra, 2018, párrafo 14).

Como reflejo de los cambios en el **funcionamiento de departamentos y comisiones que velan el cumplimiento de los estatutos institucionales, el plan de desarrollo universitario** es el ejemplo de las visiones que la Universidad puede tener respecto a su desenvolvimiento interno y externo con el paso de los años.

Así, describir esa influencia universitaria (interna y externa) puede comenzar al revisar el plan de desarrollo más reciente de la UNAM (2019-2023) donde se atisba la postura de la Universidad para con su comunidad:

Las circunstancias nos han planteado [A la institución] el desafío de implementar nuevos modelos para relacionarnos, de idear estrategias para continuar nuestros quehaceres, de adecuarnos y de construir una nueva realidad en nuestras tareas cotidianas.... [Actualmente se] ha hecho más evidentes las múltiples e inaceptables formas de desigualdad y violencia que padecen nuestras sociedades. Pero también ha dejado en claro el papel crucial del conocimiento científico y humanístico para explicar, comprender y atender los males que nos aquejan (Graue, 2020, pág. 1).

De la mano con la descripción del plan de desarrollo, se contrastará la información obtenida vía Plataforma Nacional de Transparencia (PNT), con folio de solicitud: 330031922002807. Las respuestas de la UNAM respecto al uso del lenguaje con perspectiva de género y los medios de comunicación interna contrastan y resaltan con lo atendido en su fresco plan de desarrollo institucional:

1. Comunidad universitaria igualitaria, con valores, segura, saludable y sustentable.
2. Cobertura y calidad educativa.
3. Vida académica.
4. Cultura.
5. Vinculación nacional e internacionalización.
6. Administración y gestión universitarias. (Graue, 2020, pág. 2)

El primero y el sexto se relacionan con las implicaciones de perspectiva de género y los medios de comunicación universitaria y eje contempla lo siguiente:

EJE 1. COMUNIDAD UNIVERSITARIA IGUALITARIA, CON VALORES, SEGURA, SALUDABLE Y SUSTENTABLE

Programa 1.1 Identidad, autonomía y democracia

Programa 1.2 Igualdad de género, no discriminación e inclusión a la diversidad

Programa 1.3 Seguridad y participación solidaria

Programa 1.4 Comunidad saludable

Programa 1.5 Actividad física y deportiva

Programa 1.6 Universidad sustentable

Figura 63. Captura de pantalla del índice del Plan de Desarrollo Institucional 2019-2023: Comunicad Universitaria igualitaria, con valores, segura, saludable y sustentable.

El Programa 1.2 *Igualdad de género, no discriminación e inclusión a la diversidad* establece proyectos que contemplan la perspectiva de género en la institución, entre ellos:

- ✓ Definir y aplicar **políticas** en materia de igualdad de **género** y derechos humanos mediante las **modificaciones institucionales** necesarias para generar **cambios estructurales**.
- ✓ Impulsar las **modificaciones necesarias** para armonizar todos los instrumentos normativos en materia de derechos humanos, igualdad de género, no discriminación y una vida libre de violencia, en apego a la legislación nacional e internacional.
- ✓ Garantizar el cumplimiento de los siguientes **instrumentos normativos**: el código de ética de la UNAM; los lineamientos generales para la igualdad de género en la UNAM; el acuerdo por el que se establecen las políticas institucionales para la prevención, sanción y erradicación de casos de violencia de género en la UNAM; y el protocolo para la atención de casos de violencia de género en la UNAM.
- ✓ Instalar Comisiones Internas de Igualdad de Género en todas las entidades académicas y dependencias universitarias que sean representativas de la comunidad. Incorporar de manera permanente la **perspectiva de género** y la protección a los derechos humanos en todas las labores académicas, en la investigación, en los planes y programas de estudio, en los cursos y diplomados dirigidos a la comunidad universitaria, en la difusión, creación y extensión universitarias, y en los medios de información, así como en las tareas administrativas de la UNAM.
- ✓ **Promover** una guía de **recomendaciones y buenas prácticas** que contribuya a prevenir la violencia de género y la discriminación en las relaciones entre la comunidad universitaria (Graue, 2020, págs. 5-7).

Vía PNT, con la guía de la Coordinación para la Igualdad de Género de la UNAM, se cuenta con:

- ✓ Protocolo para la atención de casos de violencia de género en la UNAM.
- ✓ Acuerdo por el que se establecen políticas institucionales para la prevención, atención, sanción y erradicación de casos de violencia de género en la UNAM.
- ✓ Documento básico para el fortalecimiento de la política institucional de género de la UNAM.
- ✓ Lineamientos generales para la igualdad de género en la UNAM.
- ✓ Código de ética de la UNAM.
- ✓ Acuerdo por el que se crea la Coordinación para la Igualdad de Género en la UNAM.

- ✓ Lineamientos generales para guiar la conformación y el funcionamiento de las Comisiones Internas para la Igualdad de Género en entidades académicas y dependencias universitarias de la UNAM.
- ✓ Manual para la conformación y funcionamiento de las Comisiones Internas para la Igualdad de Género en entidades académicas y dependencias universitarias de la UNAM.

<https://coordinaciongenero.unam.mx/quienes-somos>

Por ello, los documentos relacionados con *las políticas internas con perspectiva de género en la universidad (manual, lineamiento, recomendaciones, etc)*, los encontrará en la sección de **políticas de igualdad y no discriminación** y en el apartado de **Normativa** de la sección **Comisiones Internas para la Igualdad de Género (CiNiGS)** de dicha Coordinación que se mencionan a continuación para pronta referencia.

Figura 64. Captura de pantalla de la respuesta de la UNAM vía PNT.

Aunque el plan de desarrollo contempla la perspectiva de género como tema a resaltar en las políticas internas, **no hay ninguna mención al uso del lenguaje** y lo que conviene a los medios de comunión con ellos. Mas, vía PNT por medio de la Coordinación para la Igualdad de Género de la UNAM; rescata lo siguiente:

En cuanto a su petición del *manual, lineamiento, recomendaciones, etc. Del uso de lenguaje incluyente o inclusivo en sus medios de comunicación internos*, le informo que éstos se encuentran disponibles en el apartado de **Lenguaje incluyente** de la sección de **Recursos**.

Fuente: [Lenguaje incluyente | Coordinación para la Igualdad de Género UNAM](#)

Figura 65. Captura de pantalla de la respuesta ante la solicitud de información vía PNT respecto al uso del lenguaje inclusivo por parte de la UNAM a través de la coordinación por la igualdad de género.

El mencionado portal web está conformado por recursos escritos o audiovisuales como son:

- ✓ ¡SÍ PODEMOS! Actuar contra el discurso de odio mediante contranarrativas y narrativas alternas (2018)
- ✓ Recomendaciones para el uso incluyente y no sexista del lenguaje (guía) (2015).
- ✓ Manual para el uso de un lenguaje incluyente y con perspectiva de género (S/A).
- ✓ Lenguaje inclusivo (Participación de la Dra. Hortensia Moreno en el programa “El mundo de los Derechos Humanos”) (2021).

- ✓ ¿Por qué usar el lenguaje incluyente en la vida cotidiana? (charla sobre el uso del lenguaje por Alejandra Mendoza, Mónica Zamora y Sara Sarmiento Jiménez) (2022).
- ✓ Segundo número de la Revista Disidentes (medio escrito realizado por la comunidad de la ENES León) (2021).
- ✓ Lenguaje inclusivo | Podcast: Una Habitación Propia (Dra. Hortensia Moreno y la Dra. Helena López) (2021).
- ✓ Herramientas para una docencia igualitaria, incluyente y libre de violencias (consejos sobre buenas prácticas docentes) (S/A).
- ✓ ¿Todxs? ¿Tod@s? ¿Todes? Lenguaje inclusivo hoy (diálogo entre Claudia Piñeiro y Hortensia Moreno) (2020).

En cada material y medio proporcionado, se incluyen reflexiones y acotaciones sobre el uso del lenguaje con perspectiva de género en el ámbito universitario y/o institucional desde el lenguaje inclusivo o incluyente.

Cabe resaltar que *¡SÍ PODEMOS! Actuar contra el discurso de odio mediante contranarrativas y narrativas alternas* (2018), *Recomendaciones para el uso incluyente y no sexista del lenguaje (guía)* (2015) y *Manual para el uso de un lenguaje incluyente y con perspectiva de género* (S/A) **son materiales ajenos a la creación por parte de la UNAM, ya que forman parte de la documentación de la SEGOB.**

Por otro lado, el eje de *Administración y gestión universitarias* relaciona programas respecto a los procesos institucionales de sus órganos internos.

EJE 6. ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN UNIVERSITARIAS

Programa 6.1 Responsabilidad social universitaria

Programa 6.2 Gestión administrativa

Programa 6.3 Infraestructura

Figura 66. Captura de pantalla del índice del Plan de Desarrollo Institucional 2019-2023: Administración y gestión universitarias.

Parte del *Programa 6.1 Responsabilidad social universitaria*, rescata:

- ✓ **Desarrollar un programa** de monitoreo y evaluación del desempeño institucional, acompañado de un sistema que permita transparentar el avance en el cumplimiento de metas del personal administrativo.
- ✓ Atender aquellas recomendaciones de mejora de la **gestión que deriven de auditorías internas** con enfoque preventivo realizadas desde las áreas del Patronato (Graue, 2020, pág. 31)

Dichos proyectos pueden estar relacionados con la gestión y atención de los órganos internos que interactúan con los medios de comunicación la UNAM y su comunidad interna. Sin embargo, el *Programa 6.2 Gestión administrativa*, entre sus proyectos sólo incluye uno que atañe al uso y manejo de información:

- ✓ Diseñar **políticas y lineamientos** sobre almacenamiento e **información compartida** entre los sistemas existentes (Graue,2020, pág. 32)

Especificar los puntos que incumben a los medios de comunicación interna y el uso del lenguaje con perspectiva de género en la UNAM con el más reciente plan de desarrollo institucional expone el enfoque contemporáneo que la Universidad le da a sus públicos internos.

Así, con la información rescatada gracias a la PNT, **la UNAM reportó que no cuenta con documentación referente a protocolo** (manual, lineamientos, recomendaciones, etc) para la divulgación y/o difusión de información en los medios de comunicación interna.

Se realizó una búsqueda exhaustiva de protocolo (manual, lineamientos, recomendaciones, etc) para la divulgación y/o difusión de información en los medios de comunicación interna de la institución sin encontrar información. Con respecto a la pregunta #2, textualmente del Manual de Organización vigente, me permito anexar la información:

Figura 67. Captura de pantalla de la respuesta de la UNAM por medio de la PNT, sobre recomendaciones de difusión en los medios de comunicación interna.

Fue la misma Dirección de Comunicación Social la que dio esta respuesta junto con el objetivo y las funciones del área de comunicación social establecidos en el manual de organización.

Objetivo: Mantener informada a la comunidad universitaria, y a la sociedad mexicana en general, del quehacer académico, científico, tecnológico, cultural, deportivo y de gobierno de la Universidad, así como de los avances y logros que la Institución realiza en beneficio de la comunidad nacional e internacional.

Funciones: Planear, organizar y dirigir los programas de comunicación para informar a la comunidad universitaria y a la opinión pública lo relacionado con el quehacer académico, científico, tecnológico, cultural, deportivo y administrativo de la Universidad Nacional Autónoma de México. Dirigir el diseño y ejecución de programas generales de información periodística y su operación integral en los medios de comunicación, para hacer congruente y eficaz la expresión social del acontecer universitario. Planear y controlar la emisión oportuna y suficientemente de la Gaceta UNAM y, si se considera

Figura 68. Captura de pantalla de la respuesta de la UNAM respecto a el objetivo y las funciones del área de comunicación social de la UNAM (1/2).

pertinente, en cualquier otro medio de información, los comunicados, acuerdos, avisos y convocatorias de carácter oficial de la Universidad. Establecer y mantener relación con los medios de comunicación, a fin de crear los canales adecuados para el flujo ágil y oportuno de la información. Organizar y dirigir las estrategias que permitan a la Dirección General de Comunicación Social estar presente en los eventos más relevantes que lleva a cabo la Universidad en sus Institutos, Facultades, Escuelas y Centros de Investigación entre otros, para poder difundir los hechos en forma veraz y oportuna. Definir las políticas y criterios generales respecto al análisis de la información obtenida y su preparación para ser difundida a la comunidad universitaria y a la sociedad en general. Planear las actividades de verificación, monitoreo y confirmación para asegurar que la información transmitida esté siendo dada a conocer correctamente a la comunidad universitaria y a la sociedad en general. Controlar los mecanismos de comunicación con los medios masivos, que permitan retroalimentar la información difundida, a fin de aclarar inmediatamente cualquier duda o distorsión que haya surgido. Dirigir las estrategias tendientes a mantener una adecuada relación con los líderes de opinión de los medios masivos de comunicación. Autorizar planes de trabajo y estrategias concretas, que permitan la existencia de una estructura de apoyo para los reporteros de la fuente, así como proporcionar a las áreas de la Dirección General los recursos materiales, financieros, humanos y técnicos que requieran.

Figura 69. Captura de pantalla de la respuesta de la UNAM respecto a el objetivo y las funciones del área de comunicación social de la UNAM (2/2).

El punto de partida que cohesiona **la importancia del uso del lenguaje con perspectiva de género en los medios de comunicación interna universitaria está en el reconocimiento de las funciones de los organismos que cuentan con la responsabilidad de transmitir y gestionar los mensajes.**

La Universidad Nacional Autónoma de México, como matriz principal y marco de referencia del próximo estudio de caso (FES Acatlán), es un espejo que ubica el reconocimiento de la relevancia y pertenencia de la creación de mensajes según las políticas institucionales y su organización.

Como se aclaró, fueron dos los órganos institucionales que respondieron ante la solicitud de información: **la Coordinación para la Igualdad de Género de la UNAM y la Dirección General de Comunicación Social.** De manera similar a la organización interna de las demás universidades públicas de México.

Reconocer la asignación de actividades y gestión de estas se vincula con la **normatividad institucional** y con ellas todas las políticas tanto de género como de comunicación interna que incumbe a las instituciones de educación superior en México y las vías de comunicación con su propia comunidad.

En el siguiente apartado, se presentará la información sobre el caso específico de la Facultad de Estudios Superiores Acatlán; la descripción del plan de desarrollo y las tendencias y herramientas con las que cuentan para la comunicación interna y el manejo del lenguaje escrito con perspectiva de género.

2.4 FES Acatlán: Antecedentes y caso específico

Con referencia a la página web de la Facultad, la antes denominada como Escuela Nacional de Estudios Profesionales (ENEP) Acatlán, hoy Facultad de Estudios Superiores Acatlán, se fundó 1975 para beneficiar a mayor número de estudiantes según las necesidades de la UNAM.

Busca beneficiar a la comunidad al introducir innovaciones educativas; impulsar la interdisciplina y la multidisciplinaria; vincular la investigación y la docencia (FES Acatlán, 2022, párrafo 1).

Pasados los años, en el 2004 la entonces ENEP alcanzó el estatus de Facultad de Estudios Superiores, volviéndose uno de los planteles más importantes de la UNAM sumado a sus demás instituciones a nivel Educación Superior.

Para conocer a fondo la responsabilidad social y compromiso público de la FES Acatlán, es preciso conocer su ideario institucional a partir de la misión, visión y valores del ideario institucional:

Misión

Ser una Facultad que desarrolle las capacidades integrales de su comunidad con carácter plural, integral, crítico y propositivo que propicie una concepción educativa con articulación de los aprendizajes, la docencia, la investigación y la cultura; acorde a los principios y valores universitarios y a la identidad colectiva para contribuir al crecimiento y bienestar de la sociedad con énfasis en el entorno donde se inserta y desenvuelve (FES Acatlán, 2022, párrafo 1).

En relación con el tercer apartado del capítulo uno del presente trabajo, es sencillo reconocer cómo la postura de una institución con la normatividad es uno de los ejes que interactúan en la creación de mensajes y su contenido tanto para públicos internos como externos. Y es gracias a ello que en **los valores de la organización se pueden atisbar enfoques éticos:**

Valores

El Plan de Desarrollo Institucional de nuestra Facultad se erige sobre un conjunto de principios y valores que caracterizan el quehacer universitario:

- ✓ **Respeto** a la autonomía universitaria y a los principios que de ella emanan.
- ✓ **Gestión eficiente**, transparente y participativa.
- ✓ **Honestidad y responsabilidad** en el uso y aprovechamiento del patrimonio universitario en beneficio de toda la comunidad.
- ✓ **Responsabilidad social y ambiental** en las actividades cotidianas.

- ✓ **Compromiso social y nacional** para contribuir al desarrollo y mejoramiento de las condiciones de vida.
- ✓ Evaluación y **mejoramiento institucional** permanente.
- ✓ **Posicionamiento del alumnado y el personal docente** como actores centrales de la actividad universitaria.
- ✓ **Promoción de la convivencia mediante el ejercicio del diálogo, el respeto y la libertad**, tanto dentro como fuera de la Universidad.
- ✓ **Reconocimiento de la diversidad humana y la pluralidad** como agentes que otorgan dinamismo y revitalizan la vida universitaria.
- ✓ **Aprovechamiento asiduo de los avances tecnológicos en beneficio de la gestión institucional** y las actividades de docencia, investigación y extensión de la cultura (FES Acatlán, 2022, párrafo 2-3).

Como se hizo en el apartado anterior, se describirá el plan de desarrollo institucional más reciente de la FES Acatlán (2021-2025) con relación a las respuestas obtenidas vía Plataforma Nacional de Transparencia (PNT) en lo que importa a la gestión de medios de comunicación internos y uso del lenguaje con perspectiva de género:

El Plan de Desarrollo Institucional 2021 - 2025 (PDI) es el documento de planeación institucional que permite establecer las directrices a seguir durante el presente cuatrienio. En este sentido, el desarrollo del presente documento es el resultado de un trabajo participativo y colegiado en atención a la naturaleza de la Universidad.... La estructura del Plan de Desarrollo Institucional se centra sobre **tres ejes específicos** para atender las funciones sustantivas de la Universidad **y cuatro ejes transversales** para responder a **objetivos y necesidades** que conciernen a todas las áreas de la Facultad.

Los ejes específicos son:

Eje 1. Oferta educativa de calidad

Eje 2. Investigación y vinculación con la sociedad

Eje 3. Formación integral

Los ejes transversales son:

Eje transversal 1. Modelo educativo híbrido

Eje transversal 2. Igualdad de género y combate a la violencia de género

Eje transversal 3. Gestión, administración, infraestructura y transparencia

Eje transversal 4. Responsabilidad social, sostenible y cultura de paz (Martínez, 2021 , pág. 7).

Dentro de los ejes específicos y transversales, **ninguno atiende a los medios de comunicación interna de la Facultad**. Sin embargo, en el apartado *Diagnostico de la Facultad* se anticipa de información sobre los medios ya establecidos:

Para la difusión de información y contenidos, **la Facultad cuenta con dos publicaciones periódicas de comunicación interna: Gaceta y NotiFES**, así como cuentas institucionales en cuatro redes sociales: Facebook con 148,023 seguidores, Twitter con 56,775 seguidores, Instagram con 30,100 seguidores y YouTube con 11,300 seguidores (Martínez, 2021 , pág. 13).

Por otra parte, vía PNT (folio de solicitud: 330031922002852), respecto a protocolo (manual, lineamiento, recomendaciones, etc.) para la divulgación y/o difusión de información en los medios de comunicación interna; se adjuntó el Manual de Identidad Gráfica (2007) (Figura 70) y Criterios de uso para Redes Sociales Institucionales de la UNAM (2014) (figura 71).



NORMAS EN LAS QUE SE ESTABLECEN
LAS DENOMINACIONES PERMITIDAS Y LA IDENTIDAD GRÁFICA PARA LA
FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ACATLÁN

Figura 70. Captura de pantalla de la portada del manual de identidad gráfica de la FES Acatlán.



Universidad Nacional Autónoma de México

Criterios de uso para Redes Sociales Institucionales de la UNAM

2014

Figura 71. Captura de pantalla del manual de criterios de uso para redes sociales institucionales de la UNAM.

Tanto en el *Manual de Identidad Gráfica* (2007) relaciona los usos para material visual respecto a la identidad institucional de la Facultad; los *Criterios de uso para Redes Sociales Institucionales de la UNAM* (2014) tiene como finalidad:

Apoyar a las entidades y dependencias de la UNAM en la publicación de información a través de Internet, y en la generación de presencia digital en sitios de redes sociales (exclusivamente de carácter informativo), la Dirección General de Comunicación Social (DGCS) en colaboración con la Dirección General de Cómputo y de Tecnologías de Información y Comunicación (DGTIC), pone a disposición de las entidades y dependencias universitarias los siguientes criterios para la generación y gestión de las redes sociales institucionales en los principales sitios: Facebook, Twitter y YouTube.... El objetivo es generar una integración de las cuentas de redes sociales institucionales para enriquecer la interacción y colaboración de [la] comunidad. De manera que, con un trabajo conjunto de sus entidades y dependencias, se genere una mayor visibilidad del pensamiento y del quehacer universitario de sus integrantes en las plataformas digitales sociales a nivel nacional e internacional (Universidad Nacional Autónoma de México , 2014 , pág. 4).

Asimismo, respecto a objetivo y las funciones del área de comunicación social, vía PNT se recibió el documento con objetivo (Figura 72) y funciones de Coordinación de Comunicación Social (Figura 73 y 74).



Facultad de Estudios Superiores Acatlán
Funciones

Coordinación de Comunicación Social

Objetivo

Diseñar e implementar estrategias de comunicación integrales para coadyuvar a fortalecer el prestigio y la imagen de la Facultad, así como difundir las actividades internas, externas y logros de su comunidad.

Figura 72. Captura de pantalla de la respuesta vía PNT de la FES Acatlán y el objetivo de la Coordinación de Comunicación Social.

Funciones

- Planear, estructurar, implementar y evaluar los lineamientos de comunicación social.
- Planear y diseñar estrategias integrales de comunicación que fortalezcan el prestigio y la imagen de la Facultad.
- Organizar, coordinar y supervisar las actividades que en materia de comunicación social se realicen dentro de la Facultad.
- Definir los mecanismos para informar a la comunidad externa e interna de la Facultad respecto a las actividades académicas, culturales y deportivas que se realizan en la Facultad.
- Supervisar las solicitudes de información en materia periodística.
- Coordinar programas de servicio social para la formación de alumnos, cuyas licenciaturas estén relacionadas con la comunicación.
- Mejorar los flujos de información hacia los medios internos y externos.
- Coordinar el Boletín Informativo, la Gaceta de la Facultad (impresos y digitales) y Boletín digital.
- Supervisar la elaboración de la síntesis informativa.
- Elaborar y proponer mecanismos y medios de información que amplíen la cobertura informativa, basados en la tecnología.

Figura 73. Funciones de la Coordinación de Comunicación Social de la FES Acatlán (1/2).

- Atender los acuerdos del Comité de Comunicación Universitaria de la UNAM.
- Realizar los informes de actividades de acuerdo a los lineamientos y períodos establecidos por la Dirección de la Facultad.
- Las demás que le sean encomendadas por la Dirección.

Figura 74. Funciones de la Coordinación de Comunicación Social de la FES Acatlán (2/2).

A razón de la perspectiva de género y uso del lenguaje en la Facultad de Estudios Superiores Acatlán, el plan de desarrollo institucional nombra la **Comisión Interna para la Igualdad de Género** elaborada en el plan de desarrollo institucional pasado (2017-2021):

A través de ella se llevaron a cabo diversos talleres, cursos, seminarios y conferencias, se atendieron diversas situaciones que se presentaron y se hicieron propuestas a las políticas de la Facultad en este sentido... Será importante consolidar una política de reforzamiento de valores y capacitaciones hacia la comunidad docente y de alumnos para reducir aún más los incidentes en este tema y generar una cultura de respeto e inclusión (Martínez, 2021 , pág. 12).

En adición a ello, el **Eje transversal 2: Igualdad de Género y Combate a la Violencia de Género del plan de desarrollo contempla** “Promover, fortalecer y desarrollar estrategias para erradicar la violencia de género en la Facultad, incentivando a la comunidad a conducirse en un entorno equitativo y de respeto” (Martínez, 2021 , pág. 45).

Dicho eje está organizado por un **programa institucional que alude a una organización y estructuración de un modelo educativo con perspectiva de género** a través de un programa que cita proyectos, metas e indicadores (estos últimos respectivos a cada proyecto) (Figura 75).

Dichos proyectos contemplan la transversalidad de género, las implicaciones de la perspectiva de género y la institucionalización de estas. Sin embargo; **ninguna confiere al uso del lenguaje en medios de comunicación internos:**

Uno de sus enfoques es fortalecer la igualdad de género y el combate a la violencia de género, a través de la sensibilización y difusión de temas de género e igualdad, con el fin de que exista una cultura de respeto e inclusión entre la comunidad universitaria (Martínez, 2021 , pág. 46)

Proyectos	Metas	Indicadores
Capacitación a la comunidad docente en temas de violencia de género e inclusión	Organizar ocho jornadas de capacitación a docentes para sensibilizar en temas de género	Total de jornadas organizadas
	Actualizar el curso de inducción con temáticas de género	Curso de inducción actualizado
Capacitar a la comunidad estudiantil en temas de violencia de género y derechos humanos	Organizar ocho jornadas de capacitación a estudiantes	Total de jornadas organizadas
Capacitación a funcionarios para atender las necesidades y demandas del alumnado en temas de violencia de género y políticas institucionales	Diseñar e implementar una campaña de difusión a través de los medios institucionales sobre el Protocolo de atención a casos de violencia de género de la UNAM	Campaña implementada
Políticas internas sobre igualdad y combate a la violencia de género	Actualizar periódicamente las políticas internas por parte de la Comisión Interna para la Igualdad de Género y las áreas corresponsables	Política interna actualizada
	Elaboración de un diagnóstico interno de la situación de género	Diagnóstico realizado
Consolidar la comisión interna para la igualdad de género en la comunidad	Diseñar e implementar dos campañas permanentes para medios digitales que fortalezcan la presencia de la CInIG	Total de campañas implementadas
	Diseñar e implementar un programa de actividades informativas, académicas, culturales, lúdicas y deportivas con Perspectiva de Género	Programa de actividades implementado
Transversalizar la perspectiva de género en todos los planes de estudio de la Facultad	Incorporar temáticas de perspectiva de género en los planes de estudio actualizados durante la gestión	Total de temáticas incorporadas

Figura 75. Modelo educativo con perspectiva de género. Plan de desarrollo institucional 2021 – 2025 Dr. Manuel Martínez Justo (2021) (página 47).

El desarrollo de los programas y políticas internas va de la mano con la Comisión Interna para la Igualdad de Género -CInIG-, en contraste con las respuestas obtenidas vía Plataforma Nacional de Transparencia.

Puesto que las políticas internas con perspectiva de género que la Facultad de Estudios Superiores Acatlán (manual, lineamientos, recomendaciones, etc.) implementa es la política institucional de género de la Universidad Nacional Autónoma de México.

“[...] 3- Solicito las políticas internas con perspectiva de género en la Facultad de Estudios Superiores Acatlán (manual, lineamiento, recomendaciones, etc) [...]”

La Facultad de Estudios Superiores Acatlán implementa la política institucional de género de la Universidad Nacional Autónoma de México, la cuál se puede consultar en el archivo adjunto con el nombre:

DBFPIG.pdf

Figura 76. Captura de pantalla de la respuesta de la FES Acatlán vía PNT.

Dicha política institucional de género corresponde al **Documento Básico para el Fortalecimiento de la Política Institucional de Género de la UNAM (2021)** resultado del trabajo de la **Comisión Especial de Igualdad de Género del H. Consejo Universitario de la UNAM (CEIG) (con la edición del CIEG -Centro de Investigación y Estudios de Género-)**, que tiene como objetivos generales:

1. Promover la igualdad entre mujeres, hombres y diversidades sexo-genéricas en la Universidad
2. Erradicar la violencia y discriminación de género en la Universidad
3. Erradicar la discriminación por razones de género en la Universidad
4. Fortalecer la docencia y la investigación con perspectiva de género en la UNAM
5. Desarrollar y elaborar estadísticas y diagnósticos con perspectiva de género (págs. 2-3)

De los cinco objetivos generales, resaltar el **tercero** sobre la **erradicación de la discriminación por razones de género en la universidad** es importante porque contempla los siguientes objetivos particulares como estrategias:

- ✓ Estrategia 3.1. Generar espacios académicos y laborales libres de discriminación hacia las mujeres.
- ✓ Estrategia 3.2. Generar espacios académicos y laborales libres de discriminación a las diversidades sexogenéricas
- ✓ Estrategia 3.3. Actividades de difusión y divulgación para la igualdad de oportunidades
- ✓ Estrategia 3.4 Emplear formas igualitarias y no sexistas en comunicaciones orales, escritas y visuales
- ✓ Estrategia 3.5 Promover el uso de sustantivos con marca de género específica por sustantivos genéricos, sustantivos colectivos y sustantivos neutros
- ✓ Estrategia 3.6 Evitar los pronombres y determinantes que hagan distinción de género
- ✓ Estrategia 3.7. Emplear dobles formas y diagonales.
- ✓ Estrategia 3.8. Evitar la asimetría en el tratamiento de hombres y mujeres (2021, págs. 2-3)

Siendo estas ocho estrategias, **las últimas cinco las que incumben al uso del lenguaje escrito con perspectiva de género** debido a que, en el campo de las políticas de igualdad de género, las acciones institucionales para erradicar la discriminación requieren modificar los imaginarios contenidos en las normas, los procedimientos, los discursos y los sistemas de creencias que fundan las prácticas cotidianas de los grupos (Comisión Especial de Igualdad de Género del H. Consejo Universitario de la UNAM (CEIG), 2021, pág. 25).

Así, se asevera la importancia de las políticas institucionales que contemplen la perspectiva de género desde el interior de la Universidad para con su comunidad. De esta forma, con el filtro del género y el manejo del lenguaje dentro de la Institución, se pueden plantear diferentes escenarios para la acción social.

Los diagnósticos disponibles en la Universidad han puesto de manifiesto la discriminación vivida por las mujeres de los sectores académico, administrativo y estudiantil tanto en sus interacciones cotidianas como desde la interposición de expectativas y mandatos de género que impiden la igualdad de oportunidades respecto a sus colegas varones; en el caso de las diversidades sexogenéricas, los diagnósticos incipientes en la materia asocian su condición de género a la vivencia de rechazo, intolerancia y exclusión. **En este sentido, se propone que el diseño de las políticas institucionales para la igualdad de género prevea el impulso de acciones específicas para modificar las relaciones universitarias mediante el cuestionamiento a los mandatos culturales que sancionan la libertad de elección de las mujeres y de las diversidades LGBTTTIQ+**, así como los posibles efectos de discriminación hacia hombres que desafían las normas de sexo-género (Documento Básico para el Fortalecimiento de la Política Institucional de Género de la UNAM, 2021, pág. 25).

Es debido a que la FES Acatlán implementa estas políticas, que en lo que respecta a uso de lenguaje incluyente o inclusivo en sus medios de comunicación internos la Facultad implementa el *Manual para el uso de un lenguaje incluyente y con perspectiva de género* (S/A) (Figura 77) **(mismo recurso proporcionado por la UNAM vía PNT y que se describió ajeno a la creación por parte de la UNAM, ya que forma parte de la documentación de la SEGOB).**

Este último documento, como ya se ilustró, trata directamente el uso del lenguaje escrito en su apartado número 3 sobre la erradicación de la discriminación por razones de género en la universidad, y al mismo tiempo en los siguientes subapartados específicos:

Estrategia 3.4 Emplear formas igualitarias y no sexistas en comunicaciones orales, escritas y visuales

Líneas de acción:

- ✓ Fomentar del lenguaje incluyente en los formatos, informes y documentos oficiales emitidos por la UNAM.
- ✓ Utilizar la forma femenina en los títulos académicos, cargos y ocupaciones cuando se hace referencia a una mujer, por ejemplo: química/químico, coordinadora/coordinador, directora/director.
- ✓ Evitar el uso exclusivo del femenino para las profesiones y ocupaciones tradicionalmente asociadas con las mujeres, por ejemplo: Las secretarías/ el personal secretarial.
- ✓ Utilizar sustantivos neutros al hacer referencia a puestos de trabajo sin suponer que quienes los ocupan son hombres, por ejemplo: "Es responsabilidad de cada jefe de departamento"/"Es responsabilidad de las jefaturas de departamento".
- ✓ Si no se conoce el sexo de la persona a quien se hace referencia, se recomienda utilizar los pronombres quien o quienes, por ejemplo: "El académico emitirá su opinión"/"Quien dictamine emitirá su opinión".

Estrategia 3.5 Promover el uso de sustantivos con marca de género específica por sustantivos genéricos, sustantivos colectivos y sustantivos neutros.

Líneas de acción:

- ✓ Procurar el uso de sustantivos genéricos (aquellos que engloban tanto a masculino como a femenino) como persona, cónyuge, víctima, en lugar de sustantivos que engloben a un solo sexo como hombre, alumno.
- ✓ Sustituir sustantivos con marca de género específica con sustantivos colectivos: los funcionarios/el funcionariado; los profesores/el profesorado; los administrativos/ el personal administrativo; los alumnos/el alumnado.
- ✓ Hacer referencia al área y no a la persona que ostenta el cargo, por ejemplo: El director/la dirección, el administrador/la administración, el jefe/la jefatura.

Estrategia 3.6 Evitar los pronombres y determinantes que hagan distinción de género

Líneas de acción:

- ✓ Se sugiere cambiar el uso de determinantes y pronombres con marca de género, por aquellos que sean neutros, por ejemplo: "Los solicitantes/cada solicitante"; "Los participantes/quienes participen"; "Los funcionarios y académicos asistieron a..." / "Funcionariado y personal académico asistieron a..."
- ✓ Al dirigirse tanto a hombres como a mujeres, se recomienda utilizar formas que engloben a ambos sexos, sustituyendo al sujeto por una estructura con "se", por ejemplo: "El solicitante deberá llenar la hoja" / "Se llenará la hoja"; "El alumno acudirá al aula" / "Se acudirá al aula".

Estrategia 3.7. Emplear dobles formas y diagonales.

Líneas de acción:

- ✓ Evitar el uso de dobles formas y diagonales siempre que existan términos genéricos, pero pueden ser útiles en algunos casos concretos como los formularios (Firma del/de la, interesado/a) o cuando falta espacio, en una lista de cargos (director/a, profesor/a, secretario/a, jefe/a). Es recomendable el uso de diagonales o paréntesis cuando no se sabe si una carta u oficio será recibido por una mujer o un hombre: Estimado/Estimada; Sr./Sra.; Interesado(a).

Estrategia 3.8. Evitar la asimetría en el tratamiento de hombres y mujeres

Líneas de acción:

- ✓ Se recomienda no anteponer sistemáticamente el masculino frente al femenino y alternar su orden de forma aleatoria, en unas ocasiones anteponiendo el femenino y en otras el masculino (Comisión Especial de Igualdad de Género del H. Consejo Universitario de la UNAM (CEIG), 2021, págs. 27-28).

La Facultad de Estudios Superiores Acatlán, como se citó, **cuenta con dos medios de comunicación internos escritos: *Gaceta Acatlán* y *NotiFES Acatlán***. Ambos medios son mencionados en el más reciente plan de desarrollo institucional y, son esas dos publicaciones periódicas con las que difunden información y contenido.

Así, mediante la observación y descripción de dichos medios de comunicación interna con relación a las políticas de perspectiva de género y gestión de los medios de comunicación internos de la FES Acatlán, ya que, al ser una institución con sus

propios medios de comunicación, se espera apreciar estos fenómenos del uso del lenguaje escrito con perspectiva de género para tratar diversos casos de violencia, abuso o información dentro de las escuelas de educación superior.

Es por ello que en el siguiente capítulo se trabajarán las técnicas de análisis e investigación correspondientes que tomen como punto de partida el análisis descriptivo de los medios de comunicación en tiempo y espacio determinado.

Para así contemplar en un marco de referencia específico las relaciones entre el lenguaje escrito, la perspectiva de género y la comunicación en un escenario cercano como es la Facultad de Estudios Superiores Acatlán.

Capítulo 3: Marco metodológico. La perspectiva de género como filtro para la construcción y visibilización de realidades a partir del lenguaje escrito en medios de comunicación internos en la Universidad

3.1 Tratamiento del uso del lenguaje con perspectiva de género en la FES Acatlán

Contemplar las situaciones transversales que involucren a la comunidad universitaria dentro de los medios de comunicación internos y la representación de la misma comunidad y sus condiciones, es un factor determinante en el desarrollo de una óptima comunicación interna integrativa y perceptiva a temas como el uso del lenguaje escrito con perspectiva de género.

Como se describió en el primer capítulo de este trabajo, los ejes que importan y serán determinantes para esta evaluación y análisis serán: el uso e implicaciones del lenguaje escrito, la perspectiva de género y la comunicación interna descendente organizacional en la Universidad.

Entendiendo al lenguaje escrito como parte de la comunicación y la representación y creación de realidades mediante las dimensiones de lo social e individual. **Es un medio donde se expresan necesidades comunicativas que ilustran la transformación de la realidad y la vida cotidiana donde se dignifica tanto al género femenino, masculino y las personas fuera de ese binarismo.**

Así mismo, se considerará la perspectiva de género como herramienta de conocimiento y filtro que deja ver las condiciones del uso de las palabras en función del contexto, puesto que resignifican experiencias colectivas y visibiliza los factores dinámicos que incluyen identificarse como mujer, hombre o ninguna de estas dos. Para así dilucidar el contenido de un discurso y sus intenciones, como la representación en los medios de comunicación.

Como tercer pilar, **la comunicación interna descendente de las universidades se plantea como escenario comunicativo con sus propios canales y público objetivo**, que bien puede tener una influencia en la comunidad y habla de la postura crítica de la organización. También considerando que los órganos de comunicación

interna universitarios forman parte de la gestión, creación y transmisión de mensajes con un objetivo específico.

En relación con la pregunta rectora de este trabajo, “¿Cuál es la importancia de la perspectiva de género en los medios de comunicación internos universitarios?”, vale la pena señalar que el **objetivo general es demostrar esa importancia a partir de la descripción y análisis expositivo respecto a cómo el uso del lenguaje cambia el contenido de un mensaje**, se explicará la interacción de la perspectiva de género en medios de comunicación de las universidades, así como se describirá la relevancia de conocer los órganos que crean los mensajes dentro de las universidades.

En ese sentido, el último objetivo particular que monta el marco teórico mencionado, es utilizar la perspectiva de género en creación de mensajes y su difusión en la universidad. Caso a notar en el enfoque que cada institución que se menciona en el capítulo dos de este trabajo.

Con enfoque cualitativo, se describirá con el análisis de contenido las características propias de una universidad mexicana objeto de estudio: Facultad de Estudios Superiores Acatlán. Debido a que dentro de su protocolo de elaboración de mensajes internos toma como referencia el *Documento Básico para el Fortalecimiento de la Política Institucional de Género de la UNAM (2021)*.

Así, se narrará el procedimiento de análisis y esquematización para analizar, con mirada expositiva y reflexión comunicativa, los medios de comunicación interna de la Facultad de Estudios Superiores Acatlán (Gaceta Acatlán y NotiFES), debido a que cumplen con la particularidad de medios escritos internos descendentes y tienen publicación periódica semestral.

3.2 Uso del lenguaje escrito y perspectiva de género: Visiones y descripciones

Identificar el terreno desde donde se investiga es un proceso orgánico y de génesis sincrónica si se tiene presente qué se pretende investigar y con qué intención, el manual mismo tiempo que se identifica la cualidad del estudio y por ende sus particularidades para un óptimo desarrollo.

Considerar el uso del lenguaje con perspectiva de género en los medios de comunicación interna descendente en las universidades es reconocer las características de estas tres variables ejes del presente estudio; por ello, a continuación, se describirá el proceso de investigación correspondiente.

El planteamiento del problema es la fase inicial de toda investigación científica, en este apartado se concentra la idea principal de la investigación y el motivo que lleva al investigador elegir estudiar dicho tema; es lo que el investigador es capaz de observar o percibir dentro de un determinado contexto (Arias & Covinos, 2021, pág. 3).

En este caso, reconocer el uso del lenguaje como herramienta que permite que un mensaje sea recibido de manera óptima; puesto que, sin las palabras adecuadas, el fin se pierde según su objetivo.

Al mismo tiempo, a manera de analogía con los medios de comunicación masivos, los medios de comunicación internos universitarios también construyen realidades a la par que forman parte de la ya existente; por ello, considerar la perspectiva de género para tratar mensajes que involucran a la comunidad universitaria debería ser algo implícito.

La representación e inclusión de las disidencias de género y sexuales cada vez son más comunes en el discurso social; sin embargo, la integración de estas en los medios de comunicación ha sido variadas. Esto podría afectar al entendiendo de qué son y cómo se encuentran estas expresiones de las comunidades en forma de públicos.

Ahora, estos inconvenientes se presentan en todos lugares y uno de ellos también es el ambiente universitario, que, al ser una institución con sus propios medios de comunicación, podemos apreciar estos fenómenos del uso del lenguaje con perspectiva de género para tratar diversos casos de violencia, abuso o información dentro de las escuelas de educación superior.

La importancia del uso del lenguaje con perspectiva de género en los mensajes escritos se basa en el impacto que los medios de comunicación descendente tienen en la comunidad interna.

Al mismo tiempo que en la actualidad, la responsabilidad social de las universidades es uno de los motivadores a la implementación y aplicación de políticas institucionales que convengan a sus públicos internos y ambiente universitario.

De esta manera es importante resaltar el método de investigación que dará el enfoque adecuado el análisis y observación de las variables. Roberto Hernández Sampieri (2014) identifica tres tipos de metodologías: Cuantitativa, Cualitativa y mixta.

Las características del primero método incluyen “Planteamientos acotados, Mide fenómenos, utiliza estadística [además de la] prueba de hipótesis y teoría” (pág. 3)

Por otro lado, el método cualitativo conforma “Planteamientos más abiertos que van enfocándose, se conduce básicamente en ambientes naturales, los significados se extraen de los datos [y] no se fundamenta en la estadística” (pág. 3).

Mientras que la metodología mixta hace una organización de técnicas tanto cuantitativas como cualitativas.

Para motivos de este estudio, se optará por la metodología cualitativa y las características con las herramientas que suman al proceso de construcción de conocimiento.

Debido a que, como se menciona en *Metodología de la investigación* (2014):

Los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos... La acción indagatoria se mueve de manera dinámica en ambos sentidos: entre los hechos y su interpretación, y resulta un proceso más bien “circular” en el que la secuencia no siempre es la misma, pues varía con cada estudio.... El enfoque se basa en métodos de recolección de datos no estandarizados ni predeterminados completamente (págs. 7-8).

Debido a las singularidades de esta investigación, el objeto de estudio (las variables; lenguaje escrito, perspectiva de género y medios de comunicación interna descendente) será abordado pertinentemente con una metodología cualitativa.

Puesto que este método “recaba datos expresados a través del lenguaje escrito, verbal y no verbal, así como visual, los cuales describe, analiza y convierte en temas que vincula” (Hernández, 2014, pág. 8). Y debido a las cualidades del análisis de contenido que se realizará (se detallará en profundidad más adelante) en las condiciones idóneas.

Además, identificar que el método cualitativo es pertinente, parte de la visualización y diferenciación de cada metodología y los objetivos de cada una:

“El enfoque cualitativo busca principalmente la “dispersión o expansión” de los datos e información, mientras que el enfoque cuantitativo pretende “acotar” intencionalmente la información (medir con precisión las variables del estudio, tener “foco”)” (Hernández, 2014, pág. 10).

En el siguiente apartado se reflexionará esa “dispersión” o “expansión” de datos que se especificará según las condiciones del estudio de caso a analizar.

Ahora bien, para identificar parte por parte el enfoque y dirección de la investigación se describirán y contextualizarán los objetivos y preguntas guías del trabajo.

Como es señalado en *Diseño y metodología de la investigación* (2021):

Los objetivos de investigación tienen la principal función de definir lo que se quiere cumplir... El objetivo es aquella acción para solucionar el problema, lo importante de plantear objetivos es que no solamente con detectar el problema se termina, sino que tienen la función de indagar e investigar acerca del problema, más no de resolverlos (Ocegueda, 2004) (pág. 32).

El objetivo general es demostrar la importancia del uso del lenguaje con perspectiva de género en los medios de comunicación internos universitarios a partir de (objetivos específicos) definir cómo el uso del lenguaje en un mensaje puede cambiar el contenido de este y explicar la interacción de la perspectiva de género con los medios de comunicación internos informativos universitarios.

Además de describir la relevancia de saber con precisión para qué tipo de personas se comunica un mensaje (y qué mensaje) dentro de la universidad para **utilizar la perspectiva de género como filtro para la creación de mensajes escritos y su difusión dentro de la institución.**

Así, la pregunta guía y que problematizará la investigación será: **¿Cuál es la importancia de la perspectiva de género en los medios de comunicación internos universitarios?**

Planteado el problema al comienzo de este apartado, la hipótesis a comprobar en este proyecto de investigación será: **Si el uso del lenguaje escrito con perspectiva de género está considerado en las políticas internas y de comunicación de la FES Acatlán, entonces sus medios de comunicación interna descendente contarán con la presencia de dichas políticas en los mensajes que difunden.**

Como se aclaró en el capítulo uno, la perspectiva de género y la creación de mensajes en medios de comunicación escritos forman parte de las responsabilidades y ejes de atención que las organizaciones toman en cuenta para su desarrollo interno.

Asimismo, se sabe que, en el capítulo dos, las universidades públicas de México contemplan la perspectiva de género y el lenguaje escrito como parte esencial en su gestión de comunicación; además que **en el caso de la FES Acatlán la perspectiva de género es uno de los ejes transversales en el plan de desarrollo institucional vigente 2021-2025.**

De esta manera, el enfoque de este trabajo será cualitativo, con la perspectiva de género como herramienta para demostrar la importancia del uso del lenguaje en los medios de comunicación internos de la universidad, mediante el **análisis descriptivo** de ellos a partir de su contenido:

Para el enfoque cualitativo, al igual que para el cuantitativo, la recolección de datos resulta fundamental, solamente que su propósito no es medir variables para llevar a cabo inferencias y análisis estadístico. Lo que se busca en un estudio cualitativo es obtener datos (que se convertirán en información) de personas, seres vivos, comunidades, situaciones o procesos en profundidad; en las propias “formas de expresión” de cada uno (Hernández, 2014, pág. 396).

Para la recolección de información se tomará como referencia los dos principales medios de comunicación interna escrita descendente con los que cuenta la FES Acatlán: *Gaceta Acatlán* y *NotiFES Acatlán* (ubicados en su página web). Respecto a la temporalidad del estudio, el semestre 2021-2 (de enero a junio de 2022) será el evaluado por cuestiones de actualidad y su cercanía al plan de desarrollo institucional vigente.

Dicha muestra es no probabilística, la cual “Se utiliza cuando se desea elegir a una población teniendo en cuenta sus características en común” (Arias & Covinos , 2021, pág. 116). Al mismo tiempo que se consideran los tres factores determinantes para establecer una muestra según; Roberto Hernández Sampieri (2014):

1. Capacidad operativa de recolección y análisis (el número de casos que podemos manejar de manera realista y de acuerdo con los recursos que tenemos).
2. El entendimiento del fenómeno (el número de casos que nos permitan responder a las preguntas de investigación).
3. La naturaleza del fenómeno en análisis (si los casos o unidades son frecuentes y accesibles o no, si recolectar la información correspondiente lleva poco o mucho tiempo) (pág. 384)

Estas fuentes documentales, *Gaceta Acatlán* y *NotiFES Acatlán*, forman parte de la evidencia tanto en contenido como temporalidad de la comunicación interna y su gestión en el primer semestre del 2022.

Hay que resaltar la importancia y particularidad del análisis de documentos, como bien se narra en *Metodología de la investigación* (2014):

Una fuente muy valiosa de datos cualitativos son los documentos, materiales y artefactos diversos. Nos pueden ayudar a entender el fenómeno central de estudio. Prácticamente la mayoría de las personas, grupos, organizaciones, comunidades y sociedades los producen y narran, o delinean sus historias y estatus actuales.... **En el análisis de los datos, la acción esencial consiste en que recibimos datos no estructurados, a los cuales nosotros les proporcionamos una estructura** (págs. 415-418).

En los siguientes apartados se describirá a detalle las características de codificación para el análisis de contenido, así como la relevancia del uso del estudio de caso para la elaboración de esta investigación. A modo que se detallará cómo y desde qué lugar se realizará el estudio con exactitud y cuáles serán los instrumentos que ayudarán al desarrollo de la investigación

3.3 FES Acatlán: Escenario cercano y particular

Reconocer desde dónde y en qué lugar el estudio se llevará acabo es vital para identificar y seccionar las características según el objeto de estudio y de qué manera se podrá describir y trabajar.

Por ello, mencionar con minuciosidad el contexto y entorno donde se investigará es vital para hacer particulares las observaciones, pero no por ello limitadas; es así como, conceptualizar el estudio de caso como herramienta cualitativa de investigación es primordial.

Ya en el capítulo dos se presentó información respecto los tres países más influyentes de América Latina y cómo dos de estos tienen como lengua materna el español. Además de que México, al ser uno de esos países, nos pone cerca y dentro de la realidad social que se plantea.

Así mismo, conforme al objeto de estudio (los medios de comunicación interna en las universidades y el uso del lenguaje), ya se atisbó las condiciones más recientes, hasta el punto de publicación de este trabajo, a nivel nacional en las universidades públicas mexicanas.

De esa manera se llega a la UNAM y específicamente a la Facultad de Estudios Superiores Acatlán. Para comprender su elección conviene reflexionar el proceso y cualidades que abarca un estudio de caso específicamente:

El caso permite indagar detalladamente en este mecanismo, con mayor profundidad que los estudios estadísticos. Su ámbito de aplicación está bien definido: estudia temas contemporáneos sobre los cuales el investigador no tiene control.... El [estudio de] caso de investigación, en esta concepción, intenta realizar inferencias válidas a partir del estudio detallado de acontecimientos que no se desarrollan en un laboratorio, sino en el contexto de la vida social e institucional (Yacuzzi, 2005 , págs. 1-5).

Debido a que la Universidad corresponde a una instancia institucional se elige una de sus Facultades más grandes y, por cercanía al objeto de estudio, que se contemplan los medios de comunicación interna descendente *Gaceta Acatlán* y *NotiFES Acatlán*.

En ese mismo camino, la temporalidad apunta a un estudio lo más actual posible al año 2022. Así, el lapso de tiempo a considerar de la periodicidad de las gacetas internas será el primer semestre (enero-junio) del año 2022; correspondiente al semestre 2021-2 del calendario institucional. Que forma parte del primer año del plan de desarrollo institucional 2021-2025 de la FES Acatlán.

Como se cita en *El método de estudio de caso: estrategia metodológica de la investigación científica* (2006):

En el método de estudio de caso los datos pueden ser obtenidos desde una variedad de fuentes, tanto cualitativas como cuantitativas; esto es, documentos, registros de archivos, entrevistas directas, observación directa, observación de los participantes e instalaciones u objetos físicos (Chetty, 1996) (pág. 167).

La elección de los medios documentales es la ideal para observar en un periodo específico las condiciones del uso del lenguaje escrito con perspectiva de género en los medios de comunicación interna:

Es un método en el cual se encontrará la forma más profunda de llegar a la esencia de fenómeno, dando a la luz todo cuanto encontremos del mismo dando así un panorama real del objeto o situación que estamos investigando.... Constituye un cúmulo de derivaciones muy ricos en resultados, que llega a ser muy precisos en cuanto al caso investigado y sirve de esta manera como precedentes para futuros casos iguales o similares, dando así un panorama de la realidad investigada (Jiménez Chaves, 2012, págs. 141-142).

La pedagoga Viviana Elizabeth Jiménez Chaves (2012) subraya la calidad del estudio de caso específico como herramienta de investigación metodológica y con alcance epistémico para reconocer cómo **“las derivaciones como cumulo de ricos resultados” de una situación real y que puede sumar a casos similares en trabajos posteriores.**

En este punto es importante resaltar las condiciones que centran a la FES Acatlán como caso particular de estudio del uso del lenguaje con perspectiva de género en sus medios de comunicación interna.

Como se describió en el apartado 2.4, la perspectiva de género forma parte de los ejes transversales del plan de desarrollo institucional vigente (2021-2025), al mismo tiempo que vía Plataforma Nacional de Transparencia (con folio de solicitud: 330031922002852) se conoció que la FES Acatlán implementa la política institucional de género de acuerdo al *Documento Básico para el Fortalecimiento de la Política Institucional de Género de la UNAM* (2021).

En contribución al estudio de caso, Alma Rosa Sánchez Olvera (2017), doctora en Sociología, menciona:

Un método de investigación que presenta descripciones profundas y explicaciones sobre el funcionamiento de organizaciones sociales particulares que son parte de organizaciones mayores. Así, hay una relación entre las características que tiene una organización de escala menor con las que se han generalizado en las teorías y explicaciones sobre aspectos mayores de la sociedad. Por ello, el estudio de caso no sólo tiene un camino inductivo, sino también la virtud de establecer un diálogo con las teorías que dan forma a las descripciones que presenta.... El carácter inductivo, descriptivo y explicativo del estudio de caso se logra a partir de la convergencia de técnicas de investigación documental, cualitativas y cuantitativas (págs. 16-17).

Es así como el estudio de caso de la FES Acatlán se contempla debido a que lo que acontece en la Facultad de Estudios Superiores es también parte de lo que sucede en la realidad. La realidad social compartida de las Instituciones de Educación Superior públicas en México y su relación con la perspectiva de género en los medios de comunicación.

Pensar en la FES Acatlán como un caso nos permite destacar como las condiciones en que se ejerce y vive la profesión académica [y políticas institucionales] responden no sólo a las características específicas de la unidad multidisciplinaria más grande la de UNAM, sino también a un contexto generalizado (Sánchez, 2017, pág. 17).

Finalmente, se trabajará con los cinco puntos del proceso de elaboración del estudio de caso planteados en *El estudio de caso y su implementación en la investigación* (2012) para esquematizar el proceso:

1. La selección y definición del caso.
2. Elaboración de una lista de preguntas.
3. Localización de las fuentes de datos.
4. Análisis e interpretación.
5. Elaboración del informe (págs. 147-148).

La selección y definición del caso de la FES Acatlán apelará a las preguntas de investigación:

- ¿Cuál es la importancia de la perspectiva de género en los medios de comunicación internos universitarios?
- ¿Qué involucra el uso de lenguaje cuando se trata de transmitir un mensaje asociado a una problemática transversal?
- ¿Cómo interactúa la perspectiva de género al momento de informar un mensaje para la comunidad universitaria?
- ¿Qué influye en el enfoque, fin y desarrollo de mensajes para la comunidad universitaria?

A través de la localización de los titulares en Gaceta Acatlán y NotiFES Acatlán del semestre 2021-2, enero- junio, el contenido se codificará. Así, la presencia e interpretación de datos según el contenido de los medios de comunicación tendrán su informe en el marco analítico gracias al análisis de contenido que se describirá en el siguiente apartado.

3.4 Medios de Comunicación escritos internos descendentes y la importancia de la perspectiva de género

A lo largo de este capítulo se ha desarrollado en el camino técnicas a seguir para analizar y describir cómo se trabajará el objeto de estudio según las características del mismo.

Los planteamientos abordados en el capítulo uno supusieron un terreno particular para describir el objeto de estudio, y más cuando se identifica que uno de los métodos para ello será un caso en específico.

Dadas las singularidades de un estudio de caso, es sencillo atisbar que el análisis se desarrollará en función de él mismo. Es decir, **el método de análisis y descripción para esta investigación cualitativa será el análisis de contenido.**

Para Fernando López Noguero (2002), el análisis de contenido usa estrategias comprobables según los tópicos o características del instrumento que se usa. Entendiendo como instrumento la herramienta que nos ayudará a codificar y sistematizar la información que se encontrará.

Es un “método para estudiar y analizar las comunicaciones de una forma sistemática, objetiva y cuantitativa” (López, 2002, pág. 168), puesto que también se vale del conteo para recolectar en numeraria las condiciones y presencia de cierta información.

Las condiciones reveladas y tomadas en cuenta según el estado del arte y el marco contextual, ya son un atisbo del contenido que se analizará para conocer cuál es la importancia del lenguaje escrito con perspectiva de género en los medios de comunicación interna descendente en las universidades:

“Esta metodología de análisis (de textos científicos, planes de estudio, leyes...) desarrollada a lo largo del estudio fue ubicada en el ámbito de lo descriptivo, pretendiendo descubrir los componentes básicos de un fenómeno determinado extrayéndolos de un contenido dado” (López, 2002, pág. 168).

Es importante resaltar que la base del análisis de contenido serán los medios de comunicación interna escritos (obtenidos directamente de la página web de la Facultad) que convergen con el plan de desarrollo institucional (eje transversal de perspectiva de género) y el seguimiento de las políticas en gestión de comunicación de la FES Acatlán.

La importancia de esa base es mencionada por Fernando López Noguero en *El análisis de contenido como método de investigación* (2002):

El texto presenta una serie de ventajas: es estético, puede ser copiado y compartido con otros investigadores y utilizado tantas veces como se quiera.... En estos medios se recoge y refleja sin duda la vida de las sociedades modernas y los valores, patrones culturales y actitudes ante los problemas del hombre y de la sociedad que se hallan vigentes en cada momento. Por tanto, es un elemento indispensable para el conocimiento de la sociedad, y en él juega un importante papel el análisis de contenido (pág. 171).

Con las implicaciones y asociaciones que involucran las políticas internas de la FES Acatlán y la gestión de sus medios de comunicación interno, se desarrollarán dos tablas que se aplicarán a cada unidad de Gaceta Acatlán y NotiFES Acatlán publicada en el periodo 2021-2 (enero-junio 2022).

“El análisis de contenido cualitativo no tiene como fin solo la búsqueda de ciertos contenidos dentro de un corpus, sino de **encontrar el sentido que estos contenidos, poseen dentro del contexto**” (Díaz, 2018, pág. 125). Por tal motivo que la delimitación de dicho contenido será precisada a partir de las partes más importantes en las notas informativas de un boletín interno: **Titular, epígrafe y/o bajada.**

La nota informativa “Normalmente se escribe en tercera persona, en tiempo pasado o en presente, de manera sucinta y clara, utilizando las palabras de la tribu (las más sencillas y comunes a toda la gente), sin opiniones ni adjetivos del redactor” (Campbell, 2016, pág. 21).

Relacionar la objetividad con que se redacta la nota informativa involucra ya una postura aparentemente neutra en el titular, epígrafe y/o bajada. Pues al ser parte inicial de cualquier tipo de nota informativa dentro de un medio de comunicación interno, su relación con el qué y cómo se comunica es un factor a analizar. Además de ser lo primero que está a la vista de quién lee.

Como es mencionado en *Investigación cualitativa y análisis de contenido temático. Orientación intelectual de revista Universum* (2018):

El proceso de análisis, a partir de las unidades de registro, tiene sentido en la medida que “cada unidad de registro es un tipo de segmento textual claramente discernible y cuya ejemplificación en el corpus puede ser detectada” (Delgado & Gutiérrez, 1998, pág. 192) (pág. 127).

De esta manera, **el epígrafe** “Sintetiza o ilustra la idea general, plan o estilo de un libro o capítulo [Al inicio] de este” (Wikipedia , 2022) (párrafo 1).

El titular es el “Texto de entrada y publicado en mayor tamaño, que en un número limitado de palabras resume la información y llama la atención del público. Debe ser preciso y conciso” (Editorial Etecé, 2020) (párrafo 4). Y **la bajada** abarca un “Texto breve que entrega un antecedente importante para entender el titular y la noticia.” (Wikipedia, 2022) (párrafo 11).

Sumado a esta categorización, se hace el **cruce de variables con las categorías incluidas en el Documento Básico para el Fortalecimiento de la Política Institucional de Género de la UNAM (2021) que la FES Acatlán respondió (Vía PNT con folio de solicitud: 330031922002852)** implementa en las políticas internas con perspectiva de género en la gestión de medios de comunicación.

Rescatado en el capítulo tres, el *Documento Básico para el Fortalecimiento de la Política Institucional de Género de la UNAM (2021)* apunta las siguientes estrategias del uso del lenguaje con perspectiva de género:

✓ **Estrategia 3.4 Emplear formas igualitarias y no sexistas en comunicaciones orales, escritas y visuales**

Líneas de acción:

- Fomentar del lenguaje incluyente en los formatos, informes y documentos oficiales emitidos por la UNAM.
- Utilizar la forma femenina en los títulos académicos, cargos y ocupaciones cuando se hace referencia a una mujer, por ejemplo: química/químico, coordinadora/coordinador, directora/director.
- Evitar el uso exclusivo del femenino para las profesiones y ocupaciones tradicionalmente asociadas con las mujeres, por ejemplo: Las secretarías/ el personal secretarial.
- Utilizar sustantivos neutros al hacer referencia a puestos de trabajo sin suponer que quienes los ocupan son hombres, por ejemplo: "Es responsabilidad de cada jefe de departamento"/"Es responsabilidad de las jefaturas de departamento".
- Si no se conoce el sexo de la persona a quien se hace referencia, se recomienda utilizar los pronombres quien o quienes, por ejemplo: "El académico emitirá su opinión"/"Quien dictamine emitirá su opinión".

✓ **Estrategia 3.5 Promover el uso de sustantivos con marca de género específica por sustantivos genéricos, sustantivos colectivos y sustantivos neutros.**

Líneas de acción:

- Procurar el uso de sustantivos genéricos (aquellos que engloban tanto a masculino como a femenino) como persona, cónyuge, víctima, en lugar de sustantivos que engloben a un solo sexo como hombre, alumno.
- Sustituir sustantivos con marca de género específica con sustantivos colectivos: los funcionarios/el funcionariado; los profesores/el profesorado; los administrativos/ el personal administrativo; los alumnos/el alumnado.
- Hacer referencia al área y no a la persona que ostenta el cargo, por ejemplo: El director/la dirección, el administrador/la administración, el jefe/la jefatura.

✓ **Estrategia 3.6 Evitar los pronombres y determinantes que hagan distinción de género**

Líneas de acción:

- Se sugiere cambiar el uso de determinantes y pronombres con marca de género, por aquellos que sean neutros, por ejemplo: "Los solicitantes/cada solicitante"; "Los participantes/quienes participen"; "Los

funcionarios y académicos asistieron a..." / "Funcionariado y personal académico asistieron a...."

- Al dirigirse tanto a hombres como a mujeres, se recomienda utilizar formas que engloben a ambos sexos, sustituyendo al sujeto por una estructura con "se", por ejemplo: "El solicitante deberá llenar la hoja" / "Se llenará la hoja"; "El alumno acudirá al aula" / "Se acudirá al aula".

✓ **Estrategia 3.7. Emplear dobles formas y diagonales.**

Líneas de acción:

- Evitar el uso de dobles formas y diagonales siempre que existan términos genéricos, pero pueden ser útiles en algunos casos concretos como los formularios (Firma del/de la, interesado/a) o cuando falta espacio, en una lista de cargos (director/a, profesor/a, secretario/a, jefe/a). Es recomendable el uso de diagonales o paréntesis cuando no se sabe si una carta u oficio será recibido por una mujer o un hombre: Estimado/Estimada; Sr./Sra.; Interesado(a).

✓ **Estrategia 3.8. Evitar la asimetría en el tratamiento de hombres y mujeres**

Líneas de acción:

- Se recomienda no anteponer sistemáticamente el masculino frente al femenino y alternar su orden de forma aleatoria, en unas ocasiones anteponiendo el femenino y en otras el masculino (Comisión Especial de Igualdad de Género del H. Consejo Universitario de la UNAM (CEIG), 2021, págs. 27-28).

Contemplando estas estrategias y su descripción para implementación en forma de líneas de acción, así como la calidad de información que ofrece el epígrafe, titular y bajada de las notas informativas, se generará el instrumento de análisis a forma de dos tablas que sistematizarán y codificarán el contenido de las unidades de Gaceta Acatlán y NotiFES Acatlán **a partir de la presencia de las estrategias en el contenido (titulares, epígrafes y bajadas) de las notas informativas en los medios de comunicación a analizar:**

La ficha de registro [tabla] permite recolectar datos e información de las fuentes que se están consultando, las fichas [tablas] se elaboran y diseñan teniendo en cuenta la información que se desea obtener para el estudio; es decir, no existe un modelo estable (Arias & Covinos, 2021, pág. 100).

De la misma manera, la sistematización de datos se organizará con la Ficha [tabla] de **comprobación o *check list*** presentada por José Luis Arias González y Mitsuo Covinos Gallardo en Diseño y metodología de la investigación (2021), que se basa en:

Realizar una comprobación sistemática de las actividades en el trabajo garantizando que no haya detalles que se pasen por alto. El check list es de vital importancia para una empresa [Institución] debido a que permiten organizar actividades, y reducir errores en el trabajo... Dentro de las principales acciones que permite el check list están: Realizar actividades sin dejar de lado algún paso importante; inspeccionar eventos, actividades o elementos de forma rutinaria; examinar a profundidad fallas o desgastes; [y] recopilar datos de forma consecutiva.... [Además] el check list mantiene anotado todos los procedimientos y actividades que se realizaron o se van a realizar según el objetivo planteado, esto permite que se reflejen los problemas que se desean solucionar o que ya se solucionaron (págs. 102-103).

Con el símbolo “aprobatorio” se demostrará la presencia de las categorías, con el símbolo “cruz” la ausencia de ellas en el texto. Así como la leyenda “No Aplica” cuando el texto a analizar no encaje en las condiciones contextuales o sistémicas de las categorías; por ende, no estará presente ni tampoco será ausente la categoría en esos casos.

Para reflexión y análisis de las implicaciones y relación del uso de *check list* como método de llenado en las tablas, será en el último capítulo donde se haga hincapié sobre los resultados permitentes y completamente específicos.

Así, las tablas de comprobación estarán divididas en dos: *Gaceta Acatlán* y *NotiFES Acatlán*. La ficha destinada a las unidades de *Gaceta Acatlán* abarcará el número de gacetas de enero a junio de 2022 (periodo 2021-2) aplicando una por unidad.

La ficha que analizará *NotiFES Acatlán* constará de también de una tabla por mes (de enero a junio de 2022) del periodo de publicación, organizando las unidades respectivamente por su mes.

Ambas tablas concentrarán al final el total de veces que se presente cada categoría, el total de veces que no se presente y el total de veces que no aplique del *Documento Básico para el Fortalecimiento de la Política Institucional de Género de la UNAM* (2021) en el contenido de las unidades de los medios de comunicación interna *Gaceta Acatlán* y *NotiFES Acatlán*.

Gaceta (# de gaceta): (Fecha)					
Titular, epígrafe y/o bajada	Cumplimiento de estrategias para el lenguaje escrito en el Documento Básico para el Fortalecimiento de la Política Institucional de Género de la UNAM (2021) en el periodo semestral 2021-2				
	1. Emplea formas igualitarias y no sexistas en comunicaciones orales, escritas y visuales	2. Promueve el uso de sustantivos con marca de género específica por sustantivos genéricos, sustantivos colectivos y sustantivos neutros.	3. Evita los pronombres y determinantes que hagan distinción de género	4. Emplea dobles formas y diagonales	5. Evita la asimetría en el tratamiento de hombres y mujeres
Total					
✓					
✗					
NO APLICA					

Tabla 1. Ficha de análisis de contenido Gaceta Acatlán

NotiFES Acatlán (Número de unidades a analizar) : (Fecha, mes)					
Titular, epígrafe y/o bajada	Cumplimiento de estrategias para el lenguaje escrito en el Documento Básico para el Fortalecimiento de la Política Institucional de Género de la UNAM (2021) en el periodo semestral 2021-2				
	1. Emplea formas igualitarias y no sexistas en comunicaciones orales, escritas y visuales	2. Promueve el uso de sustantivos con marca de género específica por sustantivos genéricos, sustantivos colectivos y sustantivos neutros.	3. Evita los pronombres y determinantes que hagan distinción de género	4. Emplea dobles formas y diagonales	5. Evita la asimetría en el tratamiento de hombres y mujeres
Total					
✓					
✗					
NO APLICA					

Tabla 2. Ficha de análisis de contenido NotiFES Acatlán

Parte del análisis y beneficio de la sistematización y codificación de las fuentes de información documentales aportan a la interpretación de los hechos que ya fueron escritos en cada una de las unidades; puesto que es en el análisis y descripción de los resultados que el reporte de información revelará la condición, en tiempo específico, de la FES Acatlán en cuanto a perspectiva de género y empleo del lenguaje en sus medios de comunicación interna.

Siguiendo *Técnicas e instrumentos de recolección de información: análisis y procesamiento realizado por el investigador cualitativo (2021)*:

Al analizar y procesar, se hace una selección particular de la información y se apoya no solo en la experiencia de vida, nuestro mundo sociocultural, sino también en la intuición y, fundamentalmente, en los propósitos de premisas del estudio (pág. 125).

Se establecerá una congruencia entre el contenido por analizar y los objetivos de la investigación, pues se pretenderá definir cómo el uso del lenguaje en un mensaje puede cambiar el contenido de este y explicar la interacción de la perspectiva de género con los medios de comunicación internos informativos universitarios.

Además de describir la relevancia de saber con precisión para qué tipo de personas se comunica un mensaje (y qué mensaje) dentro de la universidad y utilizar la perspectiva de género como filtro para la creación de mensajes escritos y su difusión dentro de la universidad.

Con la finalidad de demostrar la importancia del uso del lenguaje con perspectiva de género en los medios de comunicación internos escritos de la Facultad de Estudios Superiores Acatlán, se busca:

Obtener información valiosa para lograr el encuadre que incluye, básicamente, describir los acontecimientos rutinarios, así como los problemas y reacciones más usuales de las personas o cultura objeto de análisis, así mismo, conocer los nombres e identificar los roles de las personas es clave en esta situación sociocultural. Revelar los intereses y las perspectivas de comprensión de la realidad, que caracterizan a los que han escrito los documentos (Sánchez, Fernández, & Díaz, 2021, pág. 118).

Será en el siguiente y último capítulo donde se compartirán los resultados finales de la aplicación del instrumento, así como el análisis correspondiente con relación a los datos obtenidos, numeraria y contraste entre el objetivo e hipótesis de la investigación.

Sumando al marco analítico el contraste entre las condiciones más recientes respecto a cómo se emplea la perspectiva de género según las políticas internas de la FES Acatlán. Al mismo tiempo de observar los aciertos, desaciertos e incluso

ejemplos prácticos donde es aplicable más de una estrategia de lenguaje para la construcción de mensajes según sus circunstancias.

Capítulo 4: Marco analítico. La perspectiva de género como filtro para la descripción de realidades

4.1 Características en lenguaje escrito en los medios de comunicación interna de la FES Acatlán

El desarrollo de la investigación cualitativa está lleno de matices y particularidades que, si son observadas detenidamente, pueden dar resultados e interpretaciones diversas para cualquier rama de las ciencias sociales. Por supuesto, ateniendo la objetividad y desarrollando el contexto circunstancial.

El análisis de contenido que se elaboró con base en el escenario específico, FES Acatlán, dotó de información específica sobre cómo actúan y qué importancia puede tener la creación de mensajes en medios de comunicación a partir de documentos institucionales a considerar.

Desde la postura expositiva descriptiva, se analizaron 233 titulares en los dos medios de comunicación interna descendente de la Facultad de Estudios Superiores Acatlán. Divididos en dos boletines: *Gaceta Acatlán* (74 titulares) y *NotiFES Acatlán* (159 titulares).

La temporalidad corresponde a la publicación de dichos boletines que abarca de enero a junio del año 2022, periodo correspondiente al semestre 2021-2 del calendario institucional.

Así, se preparó una tabla que puede emplearse en cada boletín, de tal manera que consideraba los titulares a revisar y los indicadores especiales extraídos directamente del *Documento Básico para el Fortalecimiento de la Política Institucional de Género de la UNAM* (actualizado en 2021).

Este último documento y su consideración para usarlo como indicador toma importancia debido a que la FES Acatlán, vía PNT, informó que implementa la política institucional de género de la Universidad Nacional Autónoma de México, la cual es el Documento Básico para el Fortalecimiento de la Política Institucional de Género de la UNAM (2021).

Así, y contemplando el objetivo general número tres del documento que pretende “Erradicar la discriminación por razones de género en la Universidad”, las estrategias a seguir para alcanzar el objetivo son ocho, y son las últimas cinco las que importan a la creación de mensajes escritos.

Dichas cinco estrategias fueron adaptadas a los siguientes indicadores:

- 1- **Emplea formas igualitarias y no sexistas en comunicaciones orales, escritas y visuales:**
Fomenta lenguaje incluyente, utiliza forma femenina en cargos asociados con mujeres, evita el uso de femenino en cargos asociados con las mujeres, utiliza sustantivos neutros y utiliza “quién/quienes” sino se conoce el género de una persona.
- 2- **Promueve el uso de sustantivos con marca de género específica por sustantivos genéricos, sustantivos colectivos y sustantivos neutros:**
Procura el uso de sustantivos genéricos, usa sustantivos colectivos y no con marca de género y hace referencia a el área administrativa mano no a la persona a cargo.
- 3- **Evita los pronombres y determinantes que hagan distinción de género:**
Sugiere cambiar determinantes de género en sustantivos por neutros y cuando se refiere a mujeres y hombres, se emplea al sujeto por una estructura con “se” (Ejem. Persona que se hace cargo).
- 4- **Emplea dobles formas y diagonales**
Evita su uso su hay equivalentes genéricos, pero no cuando son convenientes (Ejem. Estimada/Estimado).
- 5- **Evita la asimetría en el tratamiento de hombres y mujeres**
Recomienda no anteponer sistemáticamente al masculino plural antes que el femenino; alternar su orden de marea aleatoria.

Para revisar y exponer la presencia, ausencia o uso nulo de los indicadores, se relacionaron estos últimos y los titulares de los boletines en la tabla de *check list* para tener con preciso detalle la aplicación de las estrategias y su acción. Puesto que a partir de este tipo de análisis de contenido va en relación el objetivo general de la presente investigación:

Demostrar la importancia del uso del lenguaje con perspectiva de género en los medios de comunicación internos universitarios.

El término *importancia* procede del verbo *importar*, que considera contener, convenir, interesar o considerar algo para o por su relevancia. De esa manera, la importancia del uso del lenguaje con perspectiva de género en los medios de comunicación internos de la FES Acatlán se analizó desde la presencia, ausencia o nula aparición que los indicadores eran empleados.

Dichos indicadores están ligados a, como se describió en el capítulo uno, la relación entre lenguaje, género y comunicación. Desde la construcción del mensaje con diferentes enfoques que van desde la resignificación sistemática de conceptos, reivindicación del uso de estos y la representación de fenómenos sociales.

En las siguientes tablas se recopiló el porcentaje de presencia de cada indicador en los titulares de *Gaceta Acatlán* y *NotiFES Acatlán*:

GACETA 2021-2	1.Emplea formas igualitarias y no sexistas en comunicaciones orales, escritas y visuales	2.Promueve el uso de sustantivos con marca de género específica por sustantivos genéricos	3.Evita los pronombres y determinantes que hagan distinción de género	4.Emplea dobles formas y diagonales	5.Evita la asimetría en el tratamiento de hombres y mujeres
✓	16.22%	25.68%	6.76%	0.00%	0.00%
✗	10.81%	29.73%	24.32%	27.03%	24.32%
No Aplica	72.97%	44.59%	68.92%	72.97%	75.68%
TOTAL	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

Tabla 3. Porcentaje de presencia de estrategias de uso del lenguaje con perspectiva de género en Gaceta Acatlán en el periodo 2021-2. Se usan con frecuencia los sustantivos genéricos.

NOTIFESA 2021-2	1.Emplea formas igualitarias y no sexistas en comunicaciones orales, escritas y visuales	2.Promueve el uso de sustantivos con marca de género específica por sustantivos genéricos	3.Evita los pronombres y determinantes que hagan distinción de género	4.Emplea dobles formas y diagonales	5.Evita la asimetría en el tratamiento de hombres y mujeres
✓	10.69%	19.50%	1.89%	0.63%	1.26%
✗	4.40%	18.24%	9.43%	14.47%	1.89%
No Aplica	84.91%	62.26%	88.68%	84.91%	96.86%
TOTAL	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

Tabla 4. Porcentaje de presencia de estrategias de uso del lenguaje con perspectiva de género en NotiFES Acatlán en el periodo 2021-2. En este boletín, sí se emplean dobles formas y evita asimetría de género.

4.1.1. Gaceta Acatlán

Para el periodo enero-junio del año 2022, el empleo de formas igualitarias y no sexistas en medios de comunicación estuvieron presentes en 16.22% de los titulares; mientras que en 10.81% de ellos no estaban presentes y en más de la mitad (72.97%) no aplicaban.

Estos datos son circunstanciales al considerar que la presencia o ausencia de este indicador **corresponde al tipo de titular y las condiciones que presenta**. Puesto que cuando están presentes es porque su aplicación es correcta y adecuada (titulares relacionados con género). Mas cuando están ausentes es porque aún el titular trataba temas de género (por ejemplo descripción de grupos de hombres y

mujeres, sustantivos de género, entre otros) , no se usó el indicador al momento que se redactó en Gaceta.

Es decir, **16.22% estaban relacionados con el género y a aplicaron formas igualitarias o no sexistas, 10.81% de los titulares abordaban cuestiones de género, pero no las utilizaron aún y era necesario.**

Mientras que el 72.97% no encajaba en cuestiones que abarcaran el género o simplemente se valían de otras de las cuatro estrategias (indicadores) para comunicar su contenido.

Por otra parte, 16.22% del contenido de Gaceta Acatlán involucra lenguaje incluyente, forma femenina en los a cargos asociados con mujeres y sustantivos neutros para evitar asumir cargos asociados a mujeres y dejar de asumir cargos a hombres.

Para un trato especial, es importante hacer hincapié que en el siguiente apartado se trabajaran particularmente ejemplos de los titulares analizados (referencias en donde los indicadores estaban prestes, ausentes o no aplicaban, todo por razones circunstanciales ajenas al género o ligadas con otro tipo de redacción del mensaje).

El promover sustantivos sin marca de género y genéricos, **un cuarto de las notas (25.68%) de Gaceta Acatlán siguen con este indicador**, pero **casi el treinta por ciento (29.73%) del total no sigue estas indicaciones**. Sólo para que casi de la mitad del contenido (44.59%) no implicará el uso de sustantivos específicos.

Precisamente es en el caso de este indicador, donde las circunstancias son llamativas, puesto que implica que casi treinta porcientos del contenido de Gaceta Acatlán no usan sustantivos colectivos que engloben mujeres y hombres, además de que en dichos titulares no hace referencia a las personas a cargo de áreas específicas y no a las áreas como tal.

Más del cincuenta por ciento (68.92%) de los titulares en Gaceta Acatlán (periodo 2021-2), no están relacionados con evitar pronombres con distinción de género. Sin embargo, **24.32% de todos los titulares no tiene presente este indicador, aunque sea necesario su uso**. En contraste al **6.76% donde se hace adecuadamente**.

Muchas veces, los titulares estaban enfocadas en notas específicas como eventos, entrevistas de semblanza o crónicas dentro de la Facultad, así que uso de palabras como “Quienes participaron” o “El personal académico”, describirían de distinta manera los acontecimientos relatados en el boletín.

Para las dobles formas y diagonales, el uso era práctico y directo o se contemplaba con el uso de formas igualitarias o sustantivos sin género. Pues, con exactitud **ninguno de los titulares usó dobles formas o diagonales**, aunque en **27.03% pudo usarlo, pero no se hizo uso de ello**.

Como se describió, el uso de dobles formas o diagonales era radical en el sentido de que la opción “alumnas/alumnos” o “Maestras y maestros” era cuestión de redacción e intenciones de la nota; así que como poco **más del setenta por ciento (72.97%) del contenido en titulares no aplicaba este indicador**, se tratará esta condición en el siguiente apartado y conclusiones.

Terminado con *Gaceta Acatlán*, lo que respecta a **evitar la asimetría en el tratamiento de hombres y mujeres en donde se antepone el masculino al femenino** plural o singular, **ninguno de los titulares de *Gaceta Acatlán* de enero a junio de 2022 cambia el orden entre el femenino y masculino.**

Y aunque en el **24.32% de los titulares pudo hacerse, pero no se hizo**, más de la mitad (**75.68%**) **de todos los titulares no aplica este indicador, ya sea por el uso de sustantivos colectivos o sin cuestiones de género.**

En esencia, la consideración de este indicador va más allá de la ubicación de vocablos en el espacio de texto, sino una reivindicación sistemática que también puede hacerse de manera aleatoria como se explica en el *Documento Básico para el Fortalecimiento de la Política Institucional de Género de la UNAM* (2021).

4.1.2. NotiFES Acatlán

Las características de este boletín interno involucran la característica de proporcionar la misma información que *Gaceta Acatlán*, sumado a notas informativas variadas y específicas que importan a la comunidad de la FES Acatlán. Porque mientras *Gaceta Acatlán* es una publicación mensual, *NotiFES Acatlán* tiene periodicidad semanal.

Así, en el semestre 2021-2 correspondiente al periodo enero-junio del año 2022, **10.69% de todos los titulares emplean formas igualitarias y no sexistas**; mientras que **sólo el 4.40% está en incumplimiento de dichas consideraciones** para la generación de mensajes.

Más de la mitad (84.91%) no aplican formas igualitarias y no sexistas. Sin embargo, esto también puede ser resultado de la cantidad de titulares que se destinan o tiene contemplado contenido que importe al género y sus circunstancias.

El promover el **uso de sustantivos sin marca de género que contemplan colectivos**, parece ser una estrategia de creación de mensajes a considerar con más frecuencia. **Casi veinte por ciento (19.50%) del contenido emplea estas condiciones.**

Con el otro **casi veinte por ciento (18.24%) que aún podría usar la estrategia, no hace uso de ella.** Puede ser llamativo que **más de la mitad (62.26%) de titulares no emplea esta acción para la generación de mensajes.**

Cabe resaltar las condiciones idóneas que permean el uso de diferentes estrategias para la creación de mensajes. Es así como se nota el enorme contraste cuando se

evita **usar pronombres y determinantes de género (únicamente 1.89% de los titulares lo hace).**

Cerca del diez por ciento **(9.43%) hace caso omiso de su uso**, al mismo tiempo que **no se aplica en más del ochenta por ciento (88.68%) de los titulares.**

Las acciones singulares que irrumpen el binarismo y su ubicación sistemática, como **las dobles formas y diagonales no aplican en 84.91% de los titulares, en 14.47% no se usan, aunque las condiciones sean ideales y casi en ninguno de los titulares (se obtuvo un 0.63%)** está presente.

Al seguir esta misma línea, **evitar la asimetría en el tratamiento de hombres y mujeres se usa a lo más en el uso por ciento (1.26%) de los titulares**, en casos **donde su empleo es ideal pero no utilizado igualmente apunta a cerca del dos por ciento (1.89%).** Por lo que **en más del noventa por ciento (96.86%) de los titulares no aplican** esta acción al generar mensajes.

La interpretación sistemática y con ejemplos aplicables se presenta en el siguiente apartado. En donde se precisa las cualidades de por qué tantos titulares no aplican ninguna estrategia del uso de la lengua con perspectiva de género en la creación de mensajes.

Así como las condiciones que provocan la acción ideal para el uso de mencionadas estrategias y casos donde no se utilizaron a pesar que las condiciones circunstanciales de las notas podrían haber favorecido a la aplicación de formas igualitarias y no sexistas, uso de sustantivos sin marca de género, determinantes sin distinción de género; dobles formas de los sustantivos y evitar la asimetría sistemática de género.

4.2 Ejemplos prácticos sobre el uso del lenguaje con perspectiva de género en la creación de mensajes

A lo largo de la presente investigación, se notaron patrones y síntomas de las situaciones que provocaban la aplicación de estrategias específicas que implementan la perspectiva de género en el uso del lenguaje al crear mensajes dentro de la universidad.

Los patrones y “síntomas de uso” fueron circunstanciales; es decir, que cada titular estaba en función de la información que debía comunicar para hacer implementar lenguaje con perspectiva de género.

Las circunstancias son dos: cuando la información y mensaje a comunicar contempla a mujeres y hombres en un contexto social/político y cuando el mensaje a comunicar no considera ni a mujeres u hombres en su contenido para informar adecuadamente su información.

Ambas circunstancias, aunque diferentes, pueden implicar escenarios donde el mensaje en sí puede involucrar una resignificación, reivindicación o re ubicación de vocablos sistemáticamente. Como se notó en los siguientes ejemplos mes por mes en cada boletín.

Si bien las estrategias de uso del lenguaje que más se aplicaron fueron el uso de sustantivos genéricos sin distinción de género, entre el cuatro y casi treinta por ciento no fueron usadas ninguna de las cinco estrategias a pesar de las circunstancias. Además, más del 50% de los titulares en ambos boletines no aplicaron ninguna estrategia (véase tabla 3 y 4).

Por ello, se presentan aciertos y desaciertos dentro de los titulares analizados. Así como un ejemplo de su aplicación según las circunstancias.

4.2.1 GACETA Acatlán

Aciertos

Febrero

En este ejemplo, las circunstancias apuntan a la coherente consideración de la estrategia que implica emplear formas igualitarias y no sexistas. Puesto que reivindica el uso de la palabra “consejera” y “egresada”:

- ✓ **Es un honor y un orgullo ser egresada de la FES Acatlán: Norma Irene de la Cruz**

La consejera electoral del INE, egresada de nuestra Facultad visitó su alma mater (N.108, p.3).

Recordar las implicaciones socio políticas es importante cuando se habla de usar la forma femenina en cargos que son usados por mujeres y no las asociadas con mujeres. Así como se relaciona con la nota específica a la visita de la consejera.

Abril

El uso de sustantivos neutros cumple con las indicaciones de manera ideal:

- ✓ **Acercamientos para beneficio de la comunidad universitaria**
Inicia Acatlán pláticas con la Codhem y el Infoem para futuros convenios (N.110, p.9)

Desaciertos

Enero

El siguiente titular corresponde al de una nota de la gaceta correspondiente al mes de enero del año 2022, en el semestre 2021-2:

- **Clausura del Seminario**
Desafíos epistemológicos
Estuvo a cargo del maestro Javier Contreras, catedrático del campus; participaron académicos y alumnos de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica (N.107, p.14)

La importancia de considerar en el titular toda la información visible en el título es porque en ocasiones la bajada nos compromete a reconocer más información relevante y qué es lo que el medio (Gaceta Acatlán) pretende informar.

Así, el titular, al inicio no aplica ninguna estrategia de uso de lenguaje y es comprensible. Sin embargo; es en la bajada cuando la estrategia relacionada al uso de sustantivos genéricos se hace notar. Así como el de dobles formas y diagonales.

Una versión del titular con estas cualidades sería el siguiente:

- ✓ **Clausura del Seminario**
Desafíos epistemológicos
Catedrático de campus estuvo a cargo; participó la comunidad académica y alumnas/alumnos de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica

Marzo

Las condiciones apuntan a las actividades realizadas por una persona, pero esta no debe imponerse cuando la información data de las actividades de la institución.

Es decir, al usar sustantivos neutros también se hace referencia al uso de palabras que hagan referencia primero al cargo y no a la persona a cargo.

- **Director fortalece vínculos con la comunidad**

El Doctor Manuel Martínez Justo se reunió con consejeros Técnicos y consejeros Universitarios electos. (N.109, p.8)

Entonces, la aplicación de sustantivos genéricos en colectivo en lugar de sustantivos con género sería de la siguiente forma:

- ✓ **FES Acatlán fortalece vínculos con la comunidad**

La dirección se reunió con la consejería técnica electa por la población universitaria

Ejemplos de aplicación

Mayo

El siguiente ejemplo referencia las condiciones circunstanciales en las cuales la creación de mensajes puede aplicar o hacer caso omiso de las estrategias de uso de lenguaje con perspectiva de género:

- **FES Amigos y universitarios se reencuentran en el campus**

Con el regreso de las actividades presenciales, los pequeños y sus mentores convivieron en cuatro partidos de futbol realizados en la Facultad (N.111, p.8)

Contextualmente, “FES Amigos” es el nombre oficial de un programa institucional de la FES Acatlán (Bien valdría la pena renombrar para evitar el sustantivo de género). Por otro lado, las dobles formas y diagonales son viables para la creación de este titular:

- ✓ **FES Amigos y universitaria/os se Reencuentran en el campus**

Con el regreso de las actividades presenciales, las pequeñas y los pequeños convivieron con su mentora/es en cuatro partidos de futbol realizados en la Facultad

Junio

Finalmente, el uso de sustantivos genéricos sin distinción de género importa cuando se trata de la notificación de información respecto a las actividades institucionales de la Facultad, pues de debe hacer referencia al área y no a la persona a cargo de los departamentos u organismos:

- **Mensaje íntegro del Doctor Leonardo Lomelí Vanegas, secretario general de la UNAM, en el Primer Informe de Actividades 2021-2025 del Doctor Manuel Martínez Justo (N.112, p.10)**

Con la implementación de sustantivos genéricos que importan a la información de la nota correspondiente al informe de actividades más reciente (en ese entonces), el titular sería:

- ✓ **Mensaje íntegro de la secretaría general de la UNAM en el Primer informe de actividades 2021-2025 de la Dirección de la FES Acatlán.**

4.2.2 NOTIFES Acatlán

Aciertos

Enero

La adecuada implementación de sustantivos genéricos que hagan referencia al colectivo, así como a las áreas específicas institucionales se presentan en el siguiente ejemplo:

- ✓ **Mejorar la interacción con su comunidad estudiantil**
Se instala el Comité de Atención a la Comunidad Estudiantil (CACE), para crear un mejor vínculo entre el alumnado y la Facultad (No.1520, p.1).

Mayo

Se hace uso de dobles formas (en primera instancia porque el contenido de la misma nota lo amerita), pero se evita la asimetría de género al alternar primero al equipo femenino y después al varonil:

- **Campeones cardíacos**
Las escuadras *Keynesianas* en la rama femenil y *Tóxicos* en la varonil, se coronan en el I Torneo Interno de Tocho (No.1554, p.11)

Desaciertos

Abril

La importancia de la información se encuentra en las actividades realizadas dentro de la facultad y representar a esta como una organización. Así, usar sustantivos genéricos para nombrar partes de la organización es vital.

- **Convenio de colaboración Acatlán-Azcapotzalco**
El Doctor Manuel Martínez Justo y la maestra Margarita Saldaña Hernández presentes en la firma protocolaria en el CEMM (N.1547, p.1).

En este ejemplo, la nota cumple con el titular, pero es en la epigrafie donde el contexto de la nota puede usar los sustantivos genéricos para hacer mención de las áreas específicas que estuvieron presentes en dicho evento, al mismo tiempo de

usar términos en femenino si es viable. Así, el titular con las estrategias de uso del lenguaje sería:

- ✓ **Colaboración entre FES Acatlán y Azcapotzalco**
Alcaldesa Margarita Saldaña firma protocolaria con directiva de la Facultad.

Marzo

En el siguiente ejemplo, no se aplican los sustantivos sin distinción de género, tampoco el uso de dobles formas o diagonales para expresar la presencia tanto de mujeres y hombres en el evento dentro de la Facultad:

- **Reciben egresados sus títulos en el CEMM**
356 titulados de diferentes licenciaturas estuvieron acompañados de sus seres queridos (N.1539, p.7)

Siguiendo las estrategias del lenguaje de dobles formas y diagonales, junto con sustantivos genéricos y formas igualitarias, el titular podría ser:

- ✓ **Universitarias y universitarios reciben sus títulos en el CEMM**
Cientos de integrantes de la comunidad universitaria estuvieron con la compañía de sus seres queridos en la entrega de títulos.

Ejemplos de aplicación

Febrero

La aplicación de dobles formas está presente en el siguiente encabezado. Sin embargo, presenta la asimetría de género (pero no en el uso de dobles formas “las/los”):

- **Acatlán, sede del preselectivo Tocho 5**
En las ramas varonil y femenil se escogieron a las y los mejores jugadores de las distintas FES y CU que formarán parte del seleccionado de la UNAM para el CONDDE (No.1530, p.6)

Al mismo tiempo que las dobles formas pueden evitar la asimetría, sumado al uso de dobles formas las diagonales suman al complemento escrito:

- ✓ **Acatlán, sede del preselectivo Tocho 5**
En las ramas femenil y varonil se escogieron a las y las mejores jugadoras/es de las distintas FES y CU que formarán parte del seleccionado de la UNAM para el CONDDE

Aquí también se refleja las situaciones circunstanciales de la emisión de mensaje, puesto vale de la representación y anuncio tanto de mujeres como hombres en las actividades, deportivas, de la FES Acatlán.

Junio

Finalmente, en el siguiente titular se pretende informar respecto a los galardones entregados a la comunidad universitaria. Se referencia a las instituciones correspondientes y no a quiénes las dirigen; pero no hay dobles formas y/o diagonales a pesar de que el “dignos” puede englobar el masculino únicamente:

- **Dignos representantes de la UNAM y la FES Acatlán**
Entregaron la Medalla *Gabino Barreda* a los universitarios que obtuvieron los promedios más altos de su generación (No.1559, p.1)

En esta situación, incluso podrían aplicarse cada una de las cinco estrategias:

- 1- **Emplea formas igualitarias y no sexistas en comunicaciones orales, escritas y visuales:**
 - ✓ **Digna representación de la UNAM y la FES Acatlán**
Entregan Galardón Gabino Barreda a quiénes obtuvieron promedios más altos de su generación
- 2- **Promueve el uso de sustantivos con marca de género específica por sustantivos genéricos, sustantivos colectivos y sustantivos neutros:**
 - ✓ **Galardonan a la comunidad universitaria UNAM-FES Acatlán**
El alumnado con promedio más alto de su generación recibe la medalla Gabino Barreda
- 3- **Evita los pronombres y determinantes que hagan distinción de género:**
 - ✓ **Digna representación de la UNAM y la FES Acatlán**
Comunidad estudiantil con los promedios más altos de su Carrera recibe el galardón Gabino Barreda
- 4- **Emplea dobles formas y diagonales:**
 - ✓ **Dignas y dignos representantes de la UNAM y la FES Acatlán**
Entregaron la Medalla *Gabino Barreda* a las/los universitarias/os que obtuvieron los promedios más altos de su generación
- 5- **Evita la asimetría en el tratamiento de hombres y mujeres**
 - ✓ **Digna representación de la UNAM y la FES Acatlán**
Entregaron la Medalla *Gabino Barreda* a las universitarias y los universitarios que obtuvieron los promedios más altos de su generación

Incluso, para motivos expositivos y explicativos, podría formularse un titular donde no aplicaran ningunos de las estrategias de uso de lenguaje sin que intervengan convenciones de género:

- ✓ **Decorosa representación de la UNAM y la FES Acatlán**
Entregaron Medalla *Gabino Barreda* a los promedios más altos de su generación

De esta manera, se demuestra la importancia de la perspectiva de género en la construcción de mensajes a partir de la presencia de las estrategias y usos que se le pueden dar al lenguaje escrito.

Como se habló en los primeros capítulos de esta investigación, la relación lenguaje, género y comunicación se entrelazan de distintas maneras para interpretar, representar e incluso construir la realidad desde distintas aristas.

Porque las condiciones circunstanciales descritas en este capítulo son resultado de estructuras sistemáticas en el imaginario colectivo a partir de lo que se entiende como normalidad y, en este caso, vida universitaria.

Así, las condiciones específicas harían que ciertos titulares y su noticia no involucren cuestiones de género. Pero, por otro lado, otros titulares pretenderán informar y describir arcos de la vida universitaria donde, por supuesto, el género es un tema transversal.

Conclusiones

Dar cuenta del **lenguaje como un fenómeno comunicativo dentro de la comunicación** fue vital para reconocer los procesos que intervienen entre el traspaso de información y el uso de las palabras para transmitir y describir la realidad.

Conforme el mundo va cambiando, las formas de describirlo y expresarlo también; por ello las condiciones que llevaban al lenguaje a tener variaciones iban desde usos prácticos hasta implicaciones sociales, políticas y culturales.

Así, contemplar el género y una perspectiva desde esa arista, ayudó a comprender la realidad y los cambios que contribuyen a la cosmovisión de las personas respecto a su entorno y de ellas mismas.

La perspectiva de género es tanto una herramienta como una propuesta de conocimiento y autoconocimiento, social e individual respectivamente. Demuestra y describe cambios sociales que posiblemente siempre estuvieron ahí, o hace eco a las expresiones subjetivas de las personas según su experiencia social dentro del binario mujer-hombre y fuera de él.

Así, con la observación de los actos comunicativos con base en el lenguaje y las condiciones que implican el género en un escenario de la realidad como lo fue la FES Acatlán fue un **ejercicio descriptivo y analítico de los medios de comunicación** donde se contempló a los medios de comunicación interna descendentes como partes vitales de la comunicación fluida en una organización; porque son estos los que informan a todas las partes que integran un organismo.

Fue por ello que el análisis de los dos **medios impresos que se trabajaron tuvo un impacto en el entendiendo que la Facultad puede tener de sus públicos internos y las circunstancias que les atraviesan incluyendo la diversidad de género, y cómo se representa y/o describe.**

Dentro del análisis se notaron las conexiones sociales y políticas que influyen en la manera que se da a conocer información en medios de comunicación. Todo partir de la gestión de estos.

Porque fue en la **detección de las condiciones internas en cuanto a políticas de género y comunicación de las universidades donde se notó la manera en que sus medios de comunicación eran gestionados** y la misma relevancia que tenía dicha gestión.

Dentro de ese análisis se suma la importancia del trabajo periodístico de recolección de información vía Plataforma Nacional de Transparencia (PNT) para conocer de manera directa a las universidades, tener contacto con ellas (incluyendo Acatlán) y conocer el papel de sus órganos de comunicación.

Debido a esa investigación, detalles como preguntas sin respuesta a solicitudes de información precisa respecto a órganos que gestionan la comunicación interna, políticas institucionales con su aplicación y la disponibilidad de documentos que importen a la perceptiva de género; son algunos de los matices que se lograron atisbar en cuanto al manejo de la comunicación en las universidades públicas mexicanas (véase el capítulo dos de este trabajo y las particularidades de las respuestas de las universidades).

En ese sentido, **la FES Acatlán se encuentra en una posición conveniente para reconocer cuáles son las prácticas para que los órganos de comunicación se actualicen respecto a las demás universidades mexicanas** (véase anexo 4).

Ya que, mientras que la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Universidad de Guanajuato y Universidad de Sonora están en desarrollo de un documento propio para fomentar uso del lenguaje con perspectiva de género en medios de comunicación internos, y la Universidad Autónoma de Sinaloa y la Universidad Veracruzana ya tienen documentos propios, **la FES Acatlán no cuenta con uno de su autoría.**

Aunque la Coordinación de Comunicación Social de la FES Acatlán tenga claros objetivos y funciones para la gestión de medios digitales e imagen, para los medios internos escritos no. Pero se sigue el uso de un documento propio de la UNAM para esa actividad.

Reconocer el trabajo y gestión de los órganos de comunicación de las universidades es un punto y aparte **para analizar cómo se difunde la información y de qué manera informan primero a la comunidad interna**, y próximamente en estudios futuros, a los públicos externos.

Porque en el desarrollo del capítulo cuatro de esta investigación, se mostraron aciertos, desaciertos y ejemplos aplicables donde **se demostraron las herramientas óptimas para el uso y gestión del contenido de los boletines internos que, aunque visibles en sus usos correctos, no estuvieron aplicados atinadamente en todos sus mensajes.**

Esto habla de los órganos correspondientes a la gestión de medios de comunicación y su papel vital en la imagen y representación de la realidad para con la comunidad universitaria.

La intención de este trabajo incluía también **demostrar la importancia el uso del lenguaje con perspectiva de género como herramienta que suma prácticas para describir e ilustrar la realidad y las realidades de una comunidad diversa**, considerando personas dentro y fuera del binarismo de género, la complejidad de

este, las circunstancias sociopolíticas y los métodos comunicativos que las instituciones emplean para informar a sus públicos.

Así, el uso del lenguaje neutro y no sexista estaba presente en algunos de los titulares de los medios internos, pero el lenguaje inclusivo, que apostaba a la suma de conceptos que ilustraran realidades fuera del binario mujer-hombre, fue escaso.

Por otra parte, la pregunta principal que generó el presente trabajo era saber cuál era la importancia de la perspectiva de género en los medios de comunicación internos universitarios y por su puesto la manifestación de ese ejercicio.

Fue así que **pudo definirse cómo el uso del lenguaje en un mensaje puede cambiar el contenido de este**. Puesto como se trabajó en el capítulo cuatro y; **siguiendo las estrategias de comunicación de la UNAM, se ejemplificó las diferentes formas de redactar un titular**.

Fue en esa ejemplificación donde **fue claro como las condiciones internas correspondientes a la comunicación y perspectiva de género se valen y aplican a partir de la gestión y responsabilidad de los órganos correspondientes a la elaboración de notas informativas y por su puesto los lineamientos que apliquen para esa creación y difusión de información**.

Asimismo, lo que conviene a la explicación de la interacción de la perspectiva de género con los medios de comunicación universitarios (segundo objetivo), se ubicaron las condiciones que importaban a lo que se quería o necesitaba comunicar. Es decir, **dependiendo del contenido de información, se usaría o no la perspectiva de género**.

Situaciones donde no se usaban sustantivos colectivos, se nombraron personas y no departamentos u organismo correspondientes son ejemplos de cómo **la interacción de la perspectiva de género y la creación de mensajes está ligada al momento de elegir cómo comunicar información**.

Además **de la postura y enfoque que la Facultad** puede tener al momento de informar sobre cualquier acto relevante dentro de las instalaciones y la manera de contarlo según sean convenientes las intenciones políticas, institucionales y sociales al momento de revisar qué se informa y cómo se informaba.

En ese sentido, el tercer objetivo particular que importaba a describir la relevancia de saber para qué tipo de personas se comunica un mensaje dentro de la universidad fue trabajado a partir de conocer los **métodos de creación de mensajes de la FES Acatlán**; debido a que en el análisis de titulares se

concentraban concretamente en la **comunidad universitaria; en forma colectiva haciendo apenas distinción entre mujeres y hombres, pero no en personas que no se identifican como ninguno de estos dos géneros.**

Fue en el marco conceptual de esta investigación donde se nombró la particularidad del género (tanto en el binarismo y fuera de él) como parte de la identidad de las personas y por ende la representación de ellas. Como en nombramiento de cargos, generalización de colectivos y reivindicación de uso de palabras con carga de género (desde que se habla de una persona o un grupo en general).

Es relevante reflexionar esta arista del análisis para conocer como los documentos institucionales continúan en un entendimiento de los públicos en el binario de género sin considerar a las personas que salen de este. Y por lo tanto sin la aplicación del lenguaje incluyente o inclusivo con uso de “e” o “x”.

El último objetivo era utilizar la perspectiva de género como filtro para la construcción de mensajes escritos. Y **se utilizaron las estrategias de comunicación para dar ejemplos prácticos de la construcción de titulares atendiendo a la perspectiva de género según contenía a la información.**

De esa manera describiendo desde diferentes puntos un mismo mensaje, pero de diferentes maneras. Lo cual genera también muchas preguntas sobre **de qué depende realmente y de donde parte la elección para que la información en los titulares sea presentada de una u otra forma según la FES Acatlán.**

La importancia del uso de lenguaje con perspectiva de género en las universidades públicas mexicanas es vital puesto que involucran a una comunidad diversa que se mueve entre el eje académico y el eje social fuera de la escuela. Donde se podría mencionar la comunidad “disidente” que se entiende así por salir de convenciones de género, la sexualidad y por supuesto la identidad.

Es por ello también el contraste con la posición de la FES Acatlán y su consideración de la igualdad de género y combate a la violencia de género como eje trasversal en el Plan de Desarrollo Institucional. Comprendiendo **“transversal” como una visión compartida que amalgama diferentes áreas tanto de estudio como medio para que se involucren y contemplen en sus actividades las convenciones del género.**

Aquí puede verse la implicación de la comunicación como disciplina multi, inter e intra disciplinaria para la cohesión del trabajo correspondiente para hacer sinergia con demás disciplinas y así establecer en una organización, como la FES Acatlán, la acción de la igualdad de género y el combate a su violencia en cualquiera de los escenarios existentes dentro de la universidad.

Así radica parte de la esencia de este trabajo, pues, resaltando una vez más, **el lenguaje como fenómeno comunicativo puede llevar en él acciones que ayuden a fomentar la equidad de género, combatir la violencia en las mismas palabras y asimismo, identificar qué de lo que se ha comunicado puede ser violento.**

La gestión de los medios de comunicación es vital para la circulación de información más acercada a la realidad objetiva y que al mismo **tiempo confiera los matices de la diversidad de género para alcanzar una construcción de mensajes que describa y exponga la situación de la universidad sin sexismo, machismo y sin asumir el binarismo de género.**

Forma parte de la responsabilidad universitaria el compromiso con los públicos internos que un trato coherente entre la información que se le proporciona a los públicos sea transparente y coherente con lo que acontece en la vida cotidiana y la postura de la Universidad.

Asimismo, **la comunicación universitaria debe de estar en constante actualización**, porque si las comunidades son diversas y dinámicas, sus circunstancias también y por ello la forma en que se comunicara la información.

Cabe mencionar las complejidades que se presentaron en forma de sesgos temporales y de información que demostraron los alcances y limitaciones de esta investigación: **únicamente se analizaron titulares no el contenido completo de la nota informativa, solamente se observaron los titulares de un semestre, las estrategias de comunicación tendían a la ambigüedad y otras se repetían.**

Además, **los medios internos corresponden a la versión digitalizada de los impresos.** Se abre la pregunta del **por qué los medios impresos internos son digitalizados y cómo puede saberse con certeza si toda la comunidad interna lee el contenido y de qué manera lo hace.**

También puede marcar una pauta y orientación futura a estudios de comunicación en otros medios como en las redes sociales de la facultad en el terreno de la internet completamente.

Por otra parte, enfocarse en **el estadio de caso presenta los pros y contras** de las observaciones específicas que, si bien son emulables a otras Facultades y la UNAM en sí, no son generalizables. Así que **atisban a la revisión de los medios de comunicación interna de otras facultades y universidades públicas (e incluso privadas en contraste).**

Porque **lo que sucede dentro de la FES Acatlán importa a su comunidad, pero al ser parte de una unidad más grande como es la UNAM, valdría la pena reflexionar sobre la postura en cuento a comunicación y perspectiva de género.** Así como observar en las demás Facultades.

Partiendo de ello, algunas **orientaciones futuras** podrían contemplar la elaboración de manuales sobre el uso del lenguaje con perspectiva de género elaborados por la Facultad, así como la **revisión exhaustiva de las políticas internas que importan a los órganos de comunicación para desde su gestión reconocer qué dirección puede tomar la perspectiva de género, el lenguaje y la comunicación en la FES Acatlán.**

La emulación de las técnicas de investigación empleadas en este trabajo podría orientar a esquemas y análisis por venir donde, como se trabajó, la importancia de la perspectiva de género en los medios de comunicación esté relacionada con su presencia en estos últimos.

Así como la creación de estrategias e indicadores que describan con claridad qué es perspectiva de género, lenguaje inclusivo (o incluyente), y cuáles son las circunstancias donde aplican y donde no. Hasta en cuales es necesario sumado al contexto sociocultural y político. Para de esta manera **resaltar las condiciones circunstanciales para la consideración de todas esas características en el estatuto de las universidades.**

Por otro lado, en la hipótesis de la investigación, se mencionó que, si el uso del lenguaje escrito con perspectiva de género está considerado en las políticas internas y de comunicación de la FES Acatlán, entonces sus medios de comunicación interna descendente contarán con la presencia de dichas políticas en los mensajes que difunden.

Y la hipótesis de comprobó, sólo que dejó también preguntas y observaciones que suman matices a las reflexiones finales del trabajo: **¿Acaso si las estrategias de comunicación del documento de políticas de género de la UNAM no existiesen no se consideraría la perspectiva de género en los medios de comunicación? ¿Qué implica que las políticas internas sean aplicadas de manera óptima?**

¿Qué tanto se conocen los públicos internos y el ambiente universitario por parte de los departamentos que gestionan la comunicación institucional?

Porque si bien la perspectiva de género está presente en el contenido de los medios internos de la FES Acatlán, no está aplicada en todos los casos y tampoco está aplicada de manera correspondiente según las estrategias de comunicación aun así se cuentan con las recomendaciones para ello.

Parece también en ejemplo de la **creación, implementación y uso de las políticas internas universitarias que comprometen al lenguaje, el compromiso social de la organización, el reconocimiento de la comunidad universitaria y los momentos en donde si la sociedad cambia, las formas de comunicar también.**

Puesto que se abordó las condiciones actuales (a la publicación de este trabajo) con las que las universidades públicas mexicanas contemplan la perspectiva de género en su plan de desarrollo institucional y el desarrollo por parte de las comisiones y departamentos de género y comunicación según corresponda.

Finalmente, **la importancia de la perspectiva de género en los medios de comunicación escritos de la FES Acatlán pudo describirse a partir de la presencia que le daban a la construcción de sus titulares que importaban circunstancialmente al género en la comunidad universitaria con las acciones y eventos realizados en la Facultad.**

Es sabido que las políticas de comunicación contemplan más allá del lenguaje y la perspectiva de género, pero **fue importante resaltar por qué y para qué se considera en la construcción de mensajes. Pues es responsabilidad de las organizaciones conocer sus públicos internos y las condiciones actuales que les importan y convergen en los escenarios universitarios que son atravesados por el género** junto con las implicaciones que se desarrollaron en toda la investigación presente.

Porque la perspectiva de género es una herramienta que cohesiona la relevancia del uso del lenguaje escrito en los medios de comunicación internos y los objetivos de la universidad para transmitir información de relevancia para todas, todes y todos.

Así, **formar parte de la comunidad universitaria cruza ideas tanto de identificación y representación, cuestiones que parten de la identidad humana y el desarrollo de las personas en entornos seguros en los cuales su existencia es validada** por parte de quienes es responsabilidad informar respecto a las condiciones en una organización.

Referencias bibliográficas

Alfaro, M. C., Aguilar, L., & Badilla, A. E. (1999). *Develando el género. Elementos conceptuales básicos para entender la equidad*. Costa Rica: Unión Mundial Para la Naturaleza.

Andrade, H. (2005). *Comunicación organizacional interna: Proceso, disciplina y técnica*. España: Netbiblo.

Arias Gonzáles, J. L., & Covinos Gallardo, M. (2021). *Diseño y metodología de la investigación*. Arequipa: Enfoques Consulting Eirl.

Ballesteros Pérez, D. V. (Abril-Junio de 2016). *El lenguaje escrito como canal de comunicación y desarrollo*. Razón y palabra (93), 442-455.

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP). (julio de 2021). *Protocolo para la Prevención y Atención de la Discriminación y Violencia de Género en la BUAP*.

Bronckart, J.-P. (1980). *Teorías del lenguaje*. España: Herder.

Butler, J. (1997). *Lenguaje, poder e identidad*. España: Editorial Síntesis.

Butler, J. (2006). *Deshacer el género*. (P. Soley-Bettran, Trad.) Barcelona: Páidos.

Calvo García, G., & Picazo Gutiérrez, M. (2016). *La Diversidad de Género en la Escuela Pública*. Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado, 81-90.

Camarena Adame, M. E., & Saavedra García, M. L. (2018). *La perspectiva de género en los programas de estudio de las licenciaturas contables administrativas*. Nóesis. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades, 27(54), 39-58.

Campbell, F. (2016). *Periodismo escrito*. Dirección General de Publicaciones.

Castellanos, G. (1995). *¿Existe la mujer? Género, lenguaje y cultura*. En L. G. Arango, M. León, & V. Mara, Género e Identidad. Ensayos sobre lo femenino y lo masculino (págs. 39-39). Bogotá: Tercer Mundo Editores.

Cazés Menache, D. (2005). *La perspectiva de género. Guía para diseñar, poner en marcha, dar seguimiento y evaluar proyectos de investigación y acciones públicas y civiles*. México: Consejo Nacional de Población.

Cea Esteruelas, N. (2018). *Responsabilidad social universitaria: el papel de los medios de comunicación y sus stakeholders*. Revista de Ciencias de la Administración y Economía, 8(16), 95-105.

Cervera Fantoni, A. L. (2004). *Comunicación Total*. Madrid: ESIC.

Comisión Especial de Igualdad de Género del H. Consejo Universitario de la UNAM (CEIG). (6 de diciembre de 2021). *Documento Básico para el Fortalecimiento de la Política Institucional de Género de la UNAM*.

Conway, J. k., Bourque, S. C., & Scott, J. W. (1996). *El concepto de género*. En M. Lamas, *El género. La construcción cultural de la diferencia sexual* (C. Luccoti, Trad., págs. 21-33). México: Miguel Ángel Porrúa.

Díaz Herrera, C. (2018). *Investigación cualitativa y análisis de contenido temático*. Orientación intelectual de revista Universum. Revista General de Información y Documentación, 28(1), 119-142.

Donoso-Vázquez, T., & Velasco-Martínez, A. (2013). *¿POR QUÉ UNA PROPUESTA DE FORMACIÓN EN PERSPECTIVA DE GÉNERO EN EL ÁMBITO UNIVERSITARIO?* Profesorado. Revista de Currículum y Formación de Profesorado, 17(1), 71-88.

Echeverría, R. (2005). *Ontología del Lenguaje*. Chile : Lom Ediciones.

FES Acatlán. (14 de junio de 2022). *NOTIFES (1559)*.

FES Acatlán. (18 de enero de 2022). *NOTIFES (1520)*.

FES Acatlán. (22 de febrero de 2022). *NOTIFES (1530)*.

FES Acatlán. (24 de marzo de 2022). *NOTIFES (1539)*.

FES Acatlán. (26 de mayo de 2022). *NOTIFES (1554)*.

FES Acatlán. (28 de abril de 2022). *NOTIFES (1547)*.

FES Acatlán. (abril de 2022). *Gaceta FES Acatlán. Año 10 (110)*.

FES Acatlán. (enero de 2022). *Gaceta FES Acatlán. Año 10 (107)*.

FES Acatlán. (febrero de 2022). *Gaceta FES Acatlán. Año 10 (108)*.

FES Acatlán. (junio de 2022). *Gaceta FES Acatlán. Año 10 (112)*.

FES Acatlán. (marzo de 2022). *Gaceta FES Acatlán. Año 10 (109)*.

FES Acatlán. (mayo de 2022). *Gaceta FES Acatlán. Año 10 (111)*.

García Perales, R. (2012). *La educación desde la perspectiva de género*. Revista de la Facultad de Educación de Albacete(27), 1-18.

García-Granero, M. (2017). *Deshacer el sexo. Más allá del binarismo varón-mujer*. Revista Internacional De Éticas Aplicadas , 253-263.

Graue Wiechers, Enrique. (junio de 2020). *Plan de desarrollo institucional 2019-2023*.

Halliday, M. (1982). *El lenguaje como semiótica social: La interpretación social del lenguaje y del significado*. México: Fondo de cultura económica.

Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación* . México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

J. Hernández, F., & García Martínez, V. (2022). *Sobre el lenguaje escrito y el lenguaje oral en la sociedad digital* . STUDIA HUMANITATIS JOURNAL, 69-86.

J. Sánchez, M., Fernández, M., & C. Diaz, J. (2021). *Técnicas e instrumentos de recolección de información: análisis y procesamiento realizado por el investigador cualitativo*. REVISTA CIENTÍFICA UISRAEL, 8(1), 113-128.

Jiménez Chaves, V. E. (2012). *El estudio de caso y su implementación en la investigación*. Rev. Int. Investig. Cienc. Soc., 8(1), 141-150.

Kalinowski, S. (2020). *Lenguaje inclusivo: configuración discursiva de varias luchas*. En J. Gasparri, S. Kalinowski, F. Moragas, & S. I. Pérez, *Apuntes sobre lenguaje no sexista e inclusivo* (págs. 17-30). Argentina : UNR Editora.

Kiss De Alejandro, D., & Castro Ríos, E. (2005). *La comunicación en la institución universitaria*. escribanía(14), 47-56.

Kristine Børset, I. (2021). *¿Lenguaje que incluye o lenguaje que excluye? Ventajas y dificultades de las estrategias sobre lenguaje inclusivo de género en siete guías*. Noruega: Universitetet i Oslo.

Lagarde, M. (1996). *El Género y La perspectiva de género*. En M. Lagarde, *Género y feminismo. Desarrollo humano y democracia* (págs. 13-38). España: Horas y HORAS.

Lamas, M. (1996). *La Antropología y la categoría "género"*. En M. Lamas, *El género. La construcción cultural de la diferencia sexual* (págs. 97-125). México : Miguel Ángel Porrúa .

Llano I., J. O. (2001). *La historia del lenguaje escrito: La evolución de la escritura hasta nuestros días* . Ánfara(18), 125-144.

López Noguero, F. (2002). *El análisis de contenido como método de investigación*. Revista de Educación(4), 167-179.

Martínez Carazo, P. C. (2006). *El método de estudio de caso: estrategia metodológica de la investigación científica*. Pensamiento & Gestión(20), 165-193.

Martínez Justo, Manuel. (2021). *PLAN DE DESARROLLO INSTITUCIONAL DR. MANUEL MARTÍNEZ JUSTO 2021 - 2025*. Naucalpan.

Martínez, A. (2019). *El lenguaje inclusivo. La mirada de una lingüista. Primer Congreso de Lenguaje Inclusivo, defensoría del Pueblo de la Provincia de Buenos Aires, facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación,*. Argentina: Universidad Nacional de La Plata.

Moragas, F., & Pérez, S. I. (2020). *Lenguaje inclusivo: malestares y resistencias en el discurso conservador*. En J. Gasparri, S. Kalinowski, F. Moragas, Pérez, & S. Isabel, Apuntes sobre lenguaje no sexista e inclusivo (págs. 69-96). Argentina: UNR Editora.

Murillo Garza, A. (25 de febrero de 2021). *¿Cuánto invierten en educación los países de América Latina?* Obtenido de Ruiz Healy Times: <https://ruizhealytimes.com/vivir-mejor/cuanto-invierten-en-educacion-los-paises-de-america-latina/>

Pinto Yerovi, A. B. (2017). *LA COMUNICACIÓN INTERNA-EXTERNA COMO ESTRATEGIA MOTIVACIONAL DE LAS ORGANIZACIONES*. Revista Didasc@lia: D&E, VIII(3), 179-186.

Rodiles Casamayor, A. Y., & Viel Fajardo, M. (diciembre de 2015). *Comunicación Universitaria. Pautas para su gestión desde el contexto de la Educación Superior cubana*. Razón y Palabra(92), 1-29.

Sánchez Olvera, A. R. (2017). *Entramados de la profesión académica y el género. Un estudio de caso en la FES Acatlán UNAM*. México: Juan Pablos Editor.

Sapir, E. (1954). *El Lenguaje: Introducción al estudio del habla*. (M. Alatorre, & A. Antonio, Trads.) México : Fondo de cultura económica .

Scandroglio, B., López Martínez, J. S., & San José Sebastián, M. C. (2008). *La Teoría de la Identidad Social: una síntesis crítica de sus fundamentos, evidencias y controversias*. Psicothema, 20(1), 80-89.

Universidad Autónoma de Sinaloa . (s.f.). *Lineamientos para la conformación y funcionamiento de comités para la igualdad de género en unidades académicas* .

Universidad Autónoma de Sinaloa. (16 de agosto de 2021). *Sistema de gestión Dirección General de Comunicación Social*.

Universidad Autónoma Metropolitana . (2020). *Manual de Organización Específico*

Universidad Autónoma Metropolitana . (Mayo de 2022). *Legislación Universitaria* .

Universidad Nacional Autónoma de México . (2014). *Criterios de uso para Redes Sociales Institucionales de la UNAM*. México .

Universidad Veracruzana . (2018). *Manual para la incorporación de la perspectiva de género dentro de las organizaciones de medios de comunicación social*.

Universidad Veracruzana . (2021). *Reglamento para la Comunicación Universitaria* .

Universidad Veracruzana . (2021). *Protocolo para atender la violencia de género en la Universidad Veracruzana*.

Yacuzzi, E. (2005). *El estudio de caso como metodología de investigación: Teoría, mecanismos causales, validación*. Serie Documentos de Trabajo(296), 1-37.

Referencias digitales

AmecoPress. (14 de marzo de 2019). *Argentina: Primera Universidad Pública con perspectiva de género*. Obtenido de AmecoPress, información para la igualdad: <https://amecopress.net/Argentina-Primera-Universidad-Publica-con-perspectiva-de-genero>

Brand Finance. (9 de marzo de 2021). *México, Brasil y Argentina, los tres países más influyentes de Latinoamérica según Brand Finance*. Obtenido de Brand Finance: <https://brandfinance.com/press-releases/mexico-brasil-y-argentina-los-tres-paises-mas-influyentes-de-latinoamerica-segun-brand-finance>

CNN Español. (10 de junio de 2022). *Las 10 mejores universidades de Latinoamérica para 2023 (solo una está en el top 100 mundial)*. Obtenido de CNN Español : <https://cnnespanol.cnn.com/2022/06/10/10-mejores-universidades-latinoamerica-orix/>

Editorial Etecé. (29 de septiembre de 2020). *Noticia*. Obtenido de Concepto: <https://concepto.de/que-es-la-noticia/>

El Sol De Morelia . (18 de mayo de 2022). *UMSNH, entre las 10 mejores universidades públicas de México*. Obtenido de El sol de Morelia : <https://www.elsoldemorelia.com.mx/local/umsnh-entre-las-10-mejores-universidades-publicas-de-mexico-8297679.html>

El Universal Puebla. (17 de mayo de 2022). *UDLAP es la mejor universidad privada de México en ranking nacional*. Obtenido de El Universal Puebla: [https://www.eluniversalpuebla.com.mx/educacion/udlap-es-la-mejor-universidad-privada-de-mexico-en-ranking-nacional#:~:text=La%20Universidad%20de%20las%20Am%C3%A9ricas%20Puebla%20\(UDLAP\)%20se%20ubic%C3%B3%20como,quince%20a%C3%B1os%20realiza%20EL%20UNIVERSA](https://www.eluniversalpuebla.com.mx/educacion/udlap-es-la-mejor-universidad-privada-de-mexico-en-ranking-nacional#:~:text=La%20Universidad%20de%20las%20Am%C3%A9ricas%20Puebla%20(UDLAP)%20se%20ubic%C3%B3%20como,quince%20a%C3%B1os%20realiza%20EL%20UNIVERSA)

FES Acatlán . (2022). *HISTORIA DE LA FES ACATLÁN*. Obtenido de Acatlán.unam.mx: <https://www.acatlan.unam.mx/index.php?id=13>

FES Acatlán. (2022). *IDEARIO INSTITUCIONAL*. Obtenido de Acatlan.unam.mx: <https://www.acatlan.unam.mx/index.php?id=12>

Filgueira, M. (7 de febrero de 2020). *Lenguaje inclusivo: hay cada vez más universidades que aceptan su uso dentro de las instituciones*. Obtenido de La Nacion : <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/lenguaje-inclusivo-hay-cada-vez-mas-universidades-nid2331692/>

Gamba, S. (2008). *Estudios de género/ perspectiva de género*. Recuperado el 26 de Julio de 2022, de Mujeres en red. Periódico feminista: <https://www.mujiresenred.net/spip.php?article1395>

Marcos, A., & Centenera, M. (21 de diciembre de 2019). *'Les amigas' del lenguaje inclusivo*. Obtenido de El País: https://elpais.com/cultura/2019/12/21/actualidad/1576920741_401325.html

Murillo Garza, A. (25 de febrero de 2021). *¿Cuánto invierten en educación los países de América Latina?* Obtenido de Ruiz Healy Times: <https://ruizhealytimes.com/vivir-mejor/cuanto-invierten-en-educacion-los-paises-de-america-latina/>

Rodríguez, A. (9 de junio de 2022). *LOS 5 PAÍSES LATINOAMERICANOS QUE MÁS INVIERTEN EN EDUCACIÓN*. Obtenido de LC Mundo: <https://www.lcmundo.com.mx/noticias/23/paises-latinoamericanos-que-mas-invierten-en-educacion/#:~:text=%C2%BFCu%C3%A1les%20son%20los%205%20pa%C3%A>
Dses,%2C%20Argentina%2C%20M%C3%A9xico%20y%20Colombia.

Universidad De Guanajuato. (2016). *Programa Institucional De Igualdad De Género De La Universidad De Guanajuato 2016-2019*. Obtenido de <https://www3.ugto.mx/ugenero/images/programa-institucional-de-igualdad-de-genero-2016-2019.pdf>

Universidad De Guanajuato. (s.f.). *Decálogo de la actuación responsable contra la violencia de género en la Universidad de Guanajuato*. Obtenido de <https://www3.ugto.mx/gacetauniversitaria/images/pdf/decalogo-actuacion-responsable-contra-violencia-de-genero.pdf>

Universidad Nacional Autónoma de México . (17 de septiembre de 2022). *Acerca de la UNAM*. Obtenido de Universidad Nacional Autónoma de México: <https://www.unam.mx/acerca-de-la-unam>

Universidad Nacional de Entre Ríos - Canal 20. (12 de mayo de 2022). *Colectivas - Episodio 19: Las universidades y la perspectiva de género*. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=JcYZqRfHYwk&list=WL&index=2>

Varela, M. d. (27 de julio de 2021). *No binarismo: autogestión de la identidad*. Obtenido de Lavaca: <https://lavaca.org/mu160/no-binarismo-autogestion-de-la-identidad/>

Wikipedia . (10 de octubre de 2022). *Epígrafe (literatura)*. Obtenido de Wikipedia, la enciclopedia libre : [https://es.wikipedia.org/wiki/Ep%C3%ADgrafe_\(literatura\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Ep%C3%ADgrafe_(literatura))

Wikipedia. (15 de septiembre de 2022). *Nota periodística*. Obtenido de Wikipedia. La enciclopedia libre : https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Nota_period%C3%ADstica&action=histor
y

Anexos

Anexo 1: Estadísticas mensuales (enero-junio) del análisis de contenido de *Gaceta Acatlán* de acuerdo con las estrategias de uso del lenguaje del Documento Básico para el Fortalecimiento de la Política Institucional de Género de la UNAM (2021)

ENERO	ESTRATEGÍA 3.4	ESTRATEGÍA 3.5	ESTRATEGÍA 3.6	ESTRATEGÍA 3.7	ESTRATEGÍA 3.8
✓	3	3	0	0	0
✗	4	7	7	8	7
No Aplica	9	6	9	8	9

FEBRERO	ESTRATEGÍA 3.4	ESTRATEGÍA 3.5	ESTRATEGÍA 3.6	ESTRATEGÍA 3.7	ESTRATEGÍA 3.8
✓	3	2	1	0	0
✗	0	4	3	3	2
No Aplica	5	2	4	5	6

MARZO	ESTRATEGÍA 3.4	ESTRATEGÍA 3.5	ESTRATEGÍA 3.6	ESTRATEGÍA 3.7	ESTRATEGÍA 3.8
✓	1	2	0	0	0
✗	3	5	4	4	4
No Aplica	8	5	8	8	8

ABRIL	ESTRATEGÍA 3.4	ESTRATEGÍA 3.5	ESTRATEGÍA 3.6	ESTRATEGÍA 3.7	ESTRATEGÍA 3.8
✓	4	7	4	0	0
✗	0	2	2	3	3
No Aplica	9	4	7	10	10

MAYO	ESTRATEGÍA 3.4	ESTRATEGÍA 3.5	ESTRATEGÍA 3.6	ESTRATEGÍA 3.7	ESTRATEGÍA 3.8
✓	1	3	0	0	0
✗	1	2	2	2	2
No Aplica	10	7	10	10	10

JUNIO	ESTRATEGÍA 3.4	ESTRATEGÍA 3.5	ESTRATEGÍA 3.6	ESTRATEGÍA 3.7	ESTRATEGÍA 3.8
✓	0	2	0	0	0
✗	0	2	0	0	0
No Aplica	13	9	13	13	13

2021-2	ESTRATEGÍA 3.4	ESTRATEGÍA 3.5	ESTRATEGÍA 3.6	ESTRATEGÍA 3.7	ESTRATEGÍA 3.8
✓	12	19	5	0	0
✗	8	22	18	20	18
No Aplica	54	33	51	54	56

GACETAS	TITULARES
Enero	16
Febrero	8
Marzo	12
Abril	13
Mayo	12
Junio	13
TOTAL	74

Anexo 2: Estadísticas mensuales (enero-junio) del análisis de contenido de *NotiFES Acatlán* según las estrategias de uso de lenguaje del Documento Básico para el Fortalecimiento de la Política Institucional de Género de la UNAM (2021)

ENERO	ESTRATEGIA 3.4	ESTRATEGIA 3.5	ESTRATEGIA 3.6	ESTRATEGIA 3.7	ESTRATEGIA 3.8
✓	0	5	1	0	0
✗	0	0	2	0	0
No Aplica	12	7	9	12	12

FEBRERO	ESTRATEGIA 3.4	ESTRATEGIA 3.5	ESTRATEGIA 3.6	ESTRATEGIA 3.7	ESTRATEGIA 3.8
✓	2	2	1	1	1
✗	2	7	5	3	3
No Aplica	18	13	16	18	18

MARZO	ESTRATEGIA 3.4	ESTRATEGIA 3.5	ESTRATEGIA 3.6	ESTRATEGIA 3.7	ESTRATEGIA 3.8
✓	6	8	1	0	0
✗	0	10	4	7	0
No Aplica	31	19	32	30	37

ABRIL	ESTRATEGIA 3.4	ESTRATEGIA 3.5	ESTRATEGIA 3.6	ESTRATEGIA 3.7	ESTRATEGIA 3.8
✓	3	1	0	0	0
✗	1	2	0	1	0
No Aplica	19	20	23	22	23

MAYO	ESTRATEGIA 3.4	ESTRATEGIA 3.5	ESTRATEGIA 3.6	ESTRATEGIA 3.7	ESTRATEGIA 3.8
✓	2	5	0	0	1
✗	3	9	4	4	0
No Aplica	29	20	30	30	33

JUNIO	ESTRATEGIA 3.4	ESTRATEGIA 3.5	ESTRATEGIA 3.6	ESTRATEGIA 3.7	ESTRATEGIA 3.8
✓	4	10	0	0	0
✗	1	1	0	8	0
No Aplica	26	20	31	23	31

2021-2	ESTRATEGIA 3.4	ESTRATEGIA 3.5	ESTRATEGIA 3.6	ESTRATEGIA 3.7	ESTRATEGIA 3.8
✓	17	31	3	1	2
✗	7	29	15	23	3
No Aplica	135	99	141	135	154

NOTIFESA	TITULARES
Enero	12
Febrero	22
Marzo	37
Abril	23
Mayo	34
Junio	31
TOTAL	159

Anexo 3: Tablas de porcentaje Gaceta Acatlán y NotiFES Acatlán sobre el uso del lenguaje escrito según el Documento Básico para el Fortalecimiento de la Política Institucional de Género de la UNAM (2021)

GACETA 2021-2	ESTRATEGÍA 3.4	ESTRATEGÍA 3.5	ESTRATEGÍA 3.6	ESTRATEGÍA 3.7	ESTRATEGÍA 3.8
✓	16.22%	25.68%	6.76%	0.00%	0.00%
✗	10.81%	29.73%	24.32%	27.03%	24.32%
No Aplica	72.97%	44.59%	68.92%	72.97%	75.68%
TOTAL	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

NOTIFESA 2021-2	ESTRATEGIA 3.4	ESTRATEGIA 3.5	ESTRATEGIA 3.6	ESTRATEGIA 3.7	ESTRATEGIA 3.8
✓	10.69%	19.50%	1.89%	0.63%	1.26%
✗	4.40%	18.24%	9.43%	14.47%	1.89%
No Aplica	84.91%	62.26%	88.68%	84.91%	96.86%
TOTAL	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

Anexo 4: Cuadro comparativo de gestión de comunicación interna y perspectiva de género en las universidades públicas mexicanas 2022 (orden y contenido (a excepción de FES Acatlán) basado en: capítulo 2: Medios de comunicación universitarios: Uso del lenguaje con perspectiva de género).

Universidades	Cuenta con lineamientos para gestionar su comunicación interna	Cuenta con área de comunicación	Organo/área de comunicación tiene definido objetivo y funciones (véase apartado 2.2 para más detalles)	Cuenta con órgano para promover perspectiva de género	Cuenta con políticas internas de perspectiva de género	Cuenta con documento propio para fomentar uso del lenguaje con perspectiva de género en medios de comunicación internos
FES Acatlán	<ul style="list-style-type: none"> Manual de Identidad Gráfica Criterios de uso para Redes Sociales Institucionales de la UNAM 	Coordinación de Comunicación Social	✓	Comisión Interna para la Igualdad de Género - CInIG-	<ul style="list-style-type: none"> Documento Básico para el Fortalecimiento de la Política Institucional de Género de la UNAM 	Sin respuesta
BUAP	<ul style="list-style-type: none"> Manual que marca los lineamientos y pautas para la divulgación y/o difusión de información, el cual se denomina Manual de Identidad Gráfica 	Dirección de Comunicación Institucional	✗	Dirección Institucional de Igualdad de Género.	<ul style="list-style-type: none"> Protocolo para la Prevención y Atención de la Discriminación y Violencia de Género 	Material se encuentra en revisión para su implementación
UASLP	Está trabajando en un documento que ocupe las dimensiones de la solicitud enviada.	Departamento de comunicación social	✓	Sin respuesta	Sin respuesta	Sin respuesta

UdeG	El departamento no cuenta con el manual o lineamiento relativo a los medios de comunicación internos	Coordinación general de comunicación social	✓	Unidad para la inclusión y Unidad para la igualdad	<ul style="list-style-type: none"> • Dos artículos en el reglamento interno (unidad de inclusión y unidad de igualdad) 	Sin respuesta
UANL	Manual de sitios web que establece el uso y difusión de la imagen de la universidad	Director de Comunicación Institucional y Relaciones Públicas	✓	✗	<ul style="list-style-type: none"> • Plan de desarrollo institucional 2022-2030 (cap. IV. Políticas institucionales asociadas a los ejes rectores y sus estrategias) 	Sin respuesta
UMSNH	La divulgación y difusión de contenido están descritos y establecidos a partir del reglamento interno y estructura organizacional de la institución	Departamento de comunicación social	✓	Coordina nación de proyectos transversales y responsabilidad social institucional	<ul style="list-style-type: none"> • Protocolo para la Prevención, Actuación y Erradicación de la Violencia de Género 	Sin respuesta
UG	<ul style="list-style-type: none"> • Procedimiento para la identificación de necesidades y generación de estrategias de comunicación • Procedimiento para la difusión de estrategias de comunicación 	Dirección de Comunicación y Enlace	✓	✗	<ul style="list-style-type: none"> • Protocolo de Atención a casos de violencia de género. • Reglamento de responsabilidades y sanciones en materia de violencia de género de la Universidad de Guanajuato. 	En proceso de revisión

<p>UAS</p>	<p>Emisión del semanario buelna, programación de cobertura de eventos, recaudación de información, generación de boletín, edición y diseño, verificación, difusión, servicio de atención de ventos, autorización, preparación y prestación de servicios, verificación y responsabilidad y autoridad</p>	<p>Dirección General de comunicación social</p>	<p style="text-align: center;">✓</p>	<p>Centro de Políticas de Género para la Igualdad entre Mujeres y Hombres</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lineamientos para la conformación y funcionamiento de comités para la igualdad de género en unidades académicas • Reglamento para la prevención, atención y sanción del hostigamiento y acoso sexual en la universidad autónoma de Sinaloa del año 	<p>Manual de Lenguaje Incluyente</p>
<p>UNISON</p>	<p>Medios de comunicación convencionales atañen tanto a públicos internos como externos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Dirección de Comunicación • Área de Información y Prensa 	<p style="text-align: center;">✓</p>	<p>Programa Institucional de Inclusión y Equidad de Género (PIIEG)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Protocolo para la atención y prevención de la violencia de género de la Universidad • El documento de buenas prácticas para la convivencia académica 	<p>PIIEG se encuentra en desarrollo de material de apoyo para el uso del lenguaje inclusivo o incluyente.</p>

UV	Estatuto general de la Universidad encarga a la Dirección de Comunicación Universitaria distintas responsabilidades	Dirección de Comunicación Universitaria	>	Coordinación de la Unidad de Género de la Universidad Veracruzana	<ul style="list-style-type: none"> Reglamento para la Igualdad de Género Protocolo para atender la violencia de género en la Universidad Veracruzana 	Manual para la incorporación de la perspectiva de género dentro de las organizaciones de medios de comunicación social
UAM	La creación de mensajes en la universidad pasa directamente por la gestión de la Dirección de Comunicación Social	<ul style="list-style-type: none"> Dirección de Comunicación Social Departamento de información y redacción 	>	Legislación universitaria	Cuenta con políticas transversales para erradicar la violencia por razones de género dentro de la legislación universitaria	Sin respuesta
UNAM	Plan de desarrollo institucional	Dirección General de Comunicación Social	>	Coordinación para la Igualdad de Género de la UNAM	Políticas de igualdad y no discriminación y en el apartado de Normativa de la sección Comisiones Internas para la Igualdad de Género (CINIGS)	Sin respuesta, sin embargo, existe el Documento Básico para el Fortalecimiento de la Política Institucional de Género de la UNAM