



N° de expediente: 250010-500116-21

Fecha: 06.08.2021

Universidad de la República Uruguay - UDELAR



ASUNTO

PROPUESTA DE MANUAL DE ESTILO DE LA UNIDAD DE COMUNICACIÓN

Unidad	SECCIÓN CONSEJO - FACULTAD DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN
Tipo	INFORMES AL CONSEJO
Tema:	
Período desde:	
Período hasta:	
Fecha límite para responder:	
Dependencias involucradas:	
Solicitante:	

La presente impresión del expediente administrativo que se agrega se rige por lo dispuesto en la normativa siguiente: Art. 129 de la ley 16002, Art. 694 a 697 de la ley 16736, art. 25 de la ley 17.243; y decretos 55/998, 83/001 y Decreto reglamentario el uso de la firma digital de fecha 17/09/2003.-

	Expediente Nro. 250010-500116-21 Actuación 1	Oficina: DECANATO - FACULTAD DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN Fecha Recibido: 06/08/2021 Estado: Cursado
--	---	--

TEXTO

Se envía la propuesta de Manual de estilo de la Unidad de Comunicación para consideración del Consejo de Facultad.

Firmado electrónicamente por PATRICIO IVÁN FERNANDEZ CHIRIBAO/ProdUdelaR el 06/08/2021.

Anexos

Carta a Decana - Manual de estilo.pdf

Manual de Estilo - v 4 agosto - propuesta por UC al Consejo.pdf

Montevideo, 8 de agosto de 2021.

Dra. Gladys Ceretta
FIC - UDELAR
Presente

Estimada Decana:

La Unidad de Comunicación presenta el Manual de estilo para la comunicación organizacional de la FIC-Udelar, un documento donde se proponen acuerdos para la redacción en comunicación institucional de la Facultad de Información y Comunicación.


El objetivo es proponer un marco de referencia para la construcción de la “voz institucional” y brindar herramientas para su puesta en práctica.

Este trabajo se basa en la experiencia acumulada entre agosto de 2018 y enero de 2021 de los distintos integrantes de la Unidad de Comunicación y diversas iniciativas similares de otras instituciones y medios de comunicación. Reconocemos a este manual como el resultado de un rico trabajo colectivo.

Asimismo, agradecemos a todos aquellos colegas de la FIC que realizaron sus aportes y comentarios, los cuales resultaron sustantivos para la culminación de la tarea.

A tales efectos, se adjunta la propuesta para consideración.

Sin otro particular, la saluda atentamente,

A rectangular box containing a handwritten signature in cursive script, which appears to read 'Patricia Pujol'. The signature is written in dark ink on a light-colored background.

Patricia Pujol
Coordinadora de la Unidad de Comunicación
FIC - UDELAR

(*VERSIÓN propuesta por UC al Consejo el 4/8/2021*)

(*VERSIÓN propuesta por UC al Consejo el 4/8/2021*)

Manual de estilo para la comunicación organizacional de la FIC-Udelar

El presente documento establece acuerdos para la redacción en comunicación institucional de la Facultad de Información y Comunicación (FIC) de la Universidad de la República (Udelar) basándose en la experiencia acumulada por su Unidad de Comunicación (UC) entre agosto de 2018 y enero de 2021 y en diversas iniciativas similares de otras instituciones y medios de comunicación.

Este manual rige para el funcionariado TAS y docentes de la FIC que emiten mensajes institucionales o en nombre de la institución, y que son de alcance público. Por ejemplo: contenidos en la web, redes sociales de la Facultad, en EVA cuando se trata de mensajes institucionales, correos electrónicos destinados a las listas y que no son a título personal, etc.

Es necesario este conjunto de acuerdos para regular los mensajes que se emiten en representación de la FIC en el entendido que conforman la “voz institucional”.

Asimismo, la pertinencia de una propuesta como esta, que rija la comunicación organizacional institucional de toda la FIC, se justifica en las siguientes concepciones de la lengua y su uso.

Como institución que se dedica a la enseñanza superior, resulta inherente tener acuerdos de este tipo que sirvan para regular el uso de la lengua en la comunicación institucional.

Entendemos que todos los medios son formativos y que gran parte de los destinatarios de nuestros mensajes están participando en procesos de aprendizaje de la lengua. Los medios que utilizamos en la FIC para la comunicación institucional no escapan a esta condición y por estos motivos también resulta necesario un uso adecuado de la lengua por parte de todos los comunicadores institucionales de la FIC, a los efectos de contribuir a la educación también por estos medios.

Finalmente, una de las tareas de la UC es sentar las bases y los consensos necesarios para que su funcionamiento trascienda a los individuos que la van integrando. En este sentido la explicitación de acuerdos resulta necesaria, ya que permite fijar pautas que le dan una unidad y coherencia a la comunicación institucional, más allá de las personas que la realizan.

(**VERSIÓN propuesta por UC al Consejo el 4/8/2021**)

1. Acuerdos en la escritura

1.1. Mayúsculas y minúsculas

Se escriben con mayúscula inicial (además de la primera palabra de la oración):

- a) Los sustantivos y adjetivos que componen el nombre de una institución o nombres de secciones. Ejemplos: Universidad de la República, Facultad de Información, Departamento de Teoría de la Comunicación.
- b) Los sustantivos y adjetivos que componen el nombre de carreras, pero no cuando se trata de varias. Ejemplos: Licenciatura en Archivología, las licenciaturas de Archivología y Comunicación, las facultades de Enfermería y Ciencias Sociales.
- c) Los ciclos y las unidades curriculares. Ejemplos: Ciclo Inicial, Pensamiento Social.
- d) Sustantivos que pueden sustituir a los nombres propios de las instituciones. Ejemplos: la Facultad, la Universidad.
- e) Se utiliza mayúscula solo al inicio en el caso de los módulos. Ejemplos: Investigación en la ciencia de la información.

Se recomienda usar letra inicial mayúscula cuando después de los dos puntos se introduce un texto explicativo que comienza en la misma línea, como suele suceder con las interrogaciones o exclamaciones, porque aunque los dos puntos no señalan el final del enunciado, sí pueden anunciar el comienzo de una unidad con independencia de sentido.

Ejemplos:

- ¿Vas a venir al Curso Introductorio? Te esperamos en el salón 405.
- Si venís al Curso Introductorio estamos en el salón 405.
- ¿Vas a venir al Curso Introductorio? Te esperamos en el salón 405 ¡No te demores!
- Este martes ¡Tenemos el primer día de nuestros cursos!

Se escriben con minúscula inicial:

- a) Los ejes curriculares. Ejemplo: eje teórico-conceptual.
- b) Las disciplinas. Ejemplos: “los campos de estudio de la FIC son la información y la comunicación”, “en la FIC podés estudiar comunicación”, “la información es una ciencia”.
- c) Los espacios físicos, salvo cuando tienen nombre o refieren a un departamento. Ejemplos: aula magna, laboratorio de restauración, estudio de televisión, “En la biblioteca encontrás...” (“biblioteca” como espacio físico), sala de redacción (cuando refiere al espacio físico), “En Biblioteca trabajan...” (“Biblioteca” como departamento), “El Departamento de Teoría y Metodología

(**VERSIÓN propuesta por UC al Consejo el 4/8/2021**)

- está integrado por...”, Sala de Redacción “Julio Castro” (cuando refiere al portal como medio de comunicación).
- d) Los títulos de las noticias, eventos, avisos de la web, etcétera, siempre van en minúsculas (salvo la mayúscula inicial) y sin punto final.
 - e) Los cargos van en minúscula, salvo lo perteneciente a la institución.
Ejemplos: la decana Ceretta, la directora del Instituto de Información, la directora nacional de Educación.
 - f) Las profesiones. Ejemplos: los periodistas, los archivólogos.
 - g) Los títulos (pero no las carreras). Ejemplos: la licenciada en Archivología.
 - h) Los cargos docentes van en minúscula excepto cuando se abrevian.
Ejemplos: la profesora adjunta María Domínguez y la Profa. Adj. María Domínguez.
 - i) Salvo que la mayúscula venga exigida por la puntuación (a comienzo de texto o después de punto), los nombres de los días de la semana, de los meses y de las estaciones del año se escriben con minúscula inicial.

En el caso de los cargos, se utiliza minúscula cuando se nombra además a la persona y mayúscula cuando sustituye su nombre. Ejemplo: “El rector Rodrigo Arim firmó el convenio” / “El Rector hizo uso de la palabra”.

Para ampliar lo referido al uso de mayúsculas o minúsculas en otros casos, se aconseja la lectura de la nueva Ortografía de la lengua española.

1.2. Titulaciones, cargos y profesiones

Debe procurarse no utilizar las abreviaciones y detallar la disciplina a la que pertenece el título. Ejemplo: “la doctora en Comunicación María Domínguez” en vez de “la Dra. María Domínguez”.

Solamente se detallan los cargos o las titulaciones cuando se considere que es un aporte relevante a la información. Ejemplos: En una noticia donde la decana habla en su calidad de decana y no de doctora en documentación, se pone solamente que es decana de la FIC. Si un docente es citado en una noticia por su calidad de tal y no de experto sobre un área, se escribe “el profesor adjunto XX” sin su titulación.

La primera vez que se cita a una persona debe hacerse con su nombre y apellido, además del cargo o función. El segundo apellido y/o segundo nombre sólo se utiliza si es necesario para identificarla plenamente ante nombres/apellidos recurrentes o cuando la persona así lo solicita. En las sucesivas citas se usa solamente el apellido o su cargo o sinónimos de éste.

Se aconseja utilizar la siguiente fórmula al momento de nombrar cargos y personas dentro de un texto: cargo + coma + nombre y apellido + coma. En caso de

(*VERSIÓN propuesta por UC al Consejo el 4/8/2021*)

que haya una enumeración la segunda coma se cambia por punto y coma.

Ejemplos: “la directora del Instituto, Juana Pérez, se refirió a”. “Participaron de la actividad la titular del MEC, Juana Pérez; el director del Instituto, Juan Pérez; y el presidente del gremio, Juan Juan”.

1.3. Tildes y puntuación

La acentuación gráfica de las letras mayúsculas es obligatoria y afecta a cualquier tipo de texto, tanto si se trata de palabras escritas totalmente con mayúsculas como si se trata únicamente de la mayúscula inicial. Ejemplos: OJALÁ, Ángel.

Los títulos y subtítulos de libros, artículos, capítulos y obras de arte no llevan punto final cuando aparecen aislados.

Los títulos y subtítulos en una noticia, evento, aviso web, etcétera, no llevan punto final y siempre van en minúsculas (salvo que la mayúscula venga exigida por la puntuación, por ejemplo al comienzo de texto o después de punto).

1.4. Siglas y acrónimos

Las siglas son la abreviatura de un grupo de palabras que conforman un nombre determinado, empleando únicamente mayúsculas y sin puntos intermedios, la primera letra de cada uno de los sustantivos de dicho nombre. Ejemplos: CSIC (Comisión Sectorial de Investigación Científica), FIC (Facultad de Información y Comunicación).

Los plurales de las siglas son invariables. Ejemplos: los CV, los CIO, las ONG.

Los acrónimos corresponden a la abreviatura del conjunto de palabras que conforman un nombre, utilizando dos o más letras de al menos uno de los sustantivos que conforman dicho nombre, y escribiendo con mayúscula solamente la primera letra. Ejemplos: Udelar (Universidad de la República), Cenur (Centro Universitario Regional).

Cuando en un texto una sigla o acrónimo se utiliza por primera vez, debemos aclarar su significado y luego usarla sin necesidad de ello. Ejemplo: “La Facultad de Información y Comunicación (FIC) realizó un convenio de cooperación institucional con el Instituto Cuesta-Duarte (Icudu). La bienvenida estuvo a cargo de la decana de la FIC, Gladys Ceretta. A su lado estaban los otros dos firmantes del convenio: el rector de la Universidad de la República (Udelar), Rodrigo Arim, y el director del Icudu, Milton Castellano”.

(*VERSIÓN propuesta por UC al Consejo el 4/8/2021*)

Quedan por fuera de esta regla las redes sociales ya que están regidas por un uso mínimo de caracteres y el comunicador evalúa ante cada caso dependiendo si los usuarios pueden comprender fácilmente el significado de la sigla.

También están exceptuadas las comunicaciones institucionales cuando por el contexto ya se dan por supuesto algunos significados. Ejemplos: en el boletín semanal de noticias, los mails enviados a las listas internas o en algunos contenidos de nuestra web, no es necesario poner el significado de FIC o de Udelar, aunque sí puede serlo para otras siglas.

Sobre el desarrollo, el uso del punto, el plural, los tildes y la traducción en las siglas y los acrónimos se aconseja leer el artículo “Siglas y acrónimos, claves de redacción” de Fundéu:

<https://www.fundeu.es/recomendacion/siglas-y-acronimos-claves-de-redaccion/>

1.5. Palabras extranjeras

Las palabras en idiomas distintos al castellano van en cursivas, y cuando no es posible se pueden poner entre comillas (por ejemplo en el caso de los títulos de las noticias en la página web o en los asuntos de los correos electrónicos).

Sin embargo, se puede tener en cuenta el uso en español cuando exista una palabra que signifique lo mismo y sea de uso igualmente extendido. Ejemplo: “vincular” en vez de *linkear*.

Las ciudades y las facultades se escriben en castellano siempre que se pueda y en las universidades se respeta el nombre oficial independientemente del idioma. Ejemplos:

- La Universidade Federal de Santa Maria queda en el estado brasileño de Río Grande del Sur.
- La ciudad de San Pablo está en Brasil.
- Estudió en la Universidade de São Paulo (USP).
- Pertenece a la Pontificia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP).

1.6. Cifras

Se escriben con letra los números de una sola cifra, del cero al nueve, y los quebrados. Para el resto, incluidos los números con decimales inferiores a 10, se utiliza el guarismo.

Si hablamos de medidas se escribe “6 metros” y no “seis metros”.

Cuando hablamos de millones no hace falta poner todas las cifras. Ejemplo: “30 millones”.

Se utiliza el punto en los miles cuando se trata de cantidades exceptuando los años. Ejemplos: “13.400 habitantes”, “año 2018”.

(**VERSIÓN propuesta por UC al Consejo el 4/8/2021**)

En el caso de los porcentajes, se escribirá el número seguido del símbolo % sin espacio entre ellos. Ejemplo: “el PIB creció 2,5%”.

Se usan comas para los decimales. Ejemplos: “3,5 metros”, “14,15%”.

1.7. Horas

Los horarios se escriben con un punto entre las horas y los minutos, no se usa el cero antes de la hora y siempre se ponen los minutos. En el caso de las horas en punto se escribe 00). Ejemplos correctos: “3.00” y “12.30”. Ejemplos incorrectos: “03.00”, “12”, “12:30”.

No se usa la palabra “hora” ni su abreviación. Ejemplos: “la charla es a las 13.00” o “la Sección abre de 12.30 a 14.30”.

Siempre se usa el sistema de 0.00 a 23.59 para evitar errores en la comunicación.

1.9. Comillas, cursiva y redonda

Si bien se opta por usar las comillas altas o inglesas (“”), se reconoce el uso conveniente de las bajas o latinas («»), aunque resulte engorroso por su falta de disponibilidad en los teclados.

Se utilizan comillas en:

- a) Capítulos de libros.
- b) Ponencias o presentaciones académicas.
- c) Citas textuales de cualquier extensión.

Dentro de los entrecomillados se utilizan comillas simples en sustitución de las comillas. Ejemplo: “Me emocioné mucho al leer ‘Hola y chau’, el primer capítulo de tu novela”, dijo Francisco.

Se utilizan cursivas en:

- a) Títulos de películas. Ejemplos: *Me gustan los estudiantes*, *Nueva Venecia*.
- b) Títulos de libros. Ejemplo: *Diccionario de la lengua española*.
- c) Títulos de programas de radio y televisión. Ejemplos: *Ventanas*, *Comunidad Udelar*.
- d) Los alias y los apodosos se escriben en cursiva cuando van acompañados del nombre propio y se ponen en letra redonda cuando van solos. Ejemplos: “La Policía ha detenido a Mikel Aspiazu, *Txeroki*, en Francia” o bien “La Policía ha detenido a Txeroki en Francia”.
- e) En las locuciones latinas y las palabras en otros idiomas. Ejemplos: *rock*, *storyboard*.

(**VERSIÓN propuesta por UC al Consejo el 4/8/2021**)

Además de ir en cursiva, las locuciones latinas van sin tilde. Ejemplos: Currículo y currículum se escriben con tilde y en redonda, mientras que la locución *curriculum vitae* no se acentúa gráficamente y va en cursiva. Los plurales de currículo y currículum son currículos y currículums, respectivamente. El plural de la locución latina, sin embargo, es invariable: los *curriculum vitae*. Se suele abreviar como sigla CV.

Sin comillas ni en cursiva:

- a) Nombres de medios de comunicación. Ejemplos: Sala de Redacción, Uni Radio, Televisión Nacional de Uruguay.
- b) Nombres de obras de teatro, discos, exposiciones, etc.
- c) Los neologismos.

Cuando por motivo de diseño editorial (por ejemplo en los títulos de las noticias de la página web o en las redes sociales) no se puede utilizar cursiva, deben usarse las comillas.

1.10. Uso del guión

Como norma general, los prefijos y elementos compositivos se escriben junto a la palabra a la que se unen, sin guión intermedio. Ejemplos: posproducción, preprofesionales, interfacultades, semipresencial, antidisturbios, subcomité, interestatal, electroimán.

Solo se escribe guion intermedio si la palabra base comienza por mayúscula o se trata de una sigla. Ejemplo: anti-OTAN.

Si se anteponen a una palabra dos prefijos coordinados, el primero de ellos se escribe aislado y con guion, para indicar su condición de prefijo y evitar al mismo tiempo la repetición de la palabra base. Ejemplo: “Estas medidas han de aplicarse durante el pre- y el posoperatorio”.

El guión también se usa para asociar los dos elementos que integran algunas palabras compuestas. Ejemplos: curso teórico-práctico, estudio físico-químico. Igualmente, sirve para relacionar palabras, al modo de una conjunción (ejemplo: “Se mantiene la relación calidad-precio”) y también para unir números entre sí o números con palabras, abreviaturas, siglas, etcétera (ejemplo: páginas 33-35).

1.12. Prefijo “ex”

El prefijo “ex” se escribe unido a la base cuando esta es una palabra simple (ejemplos: “expresidente”, “exmarido”) y separado cuando la base está integrada por varias palabras (ejemplos: “ex directora del Instituto”, “ex jefe de Sección Personal”). En ninguno de estos casos debe usarse guión (ejemplos incorrectos: “ex-presidente” ni “ex-consejero”).

(**VERSIÓN propuesta por UC al Consejo el 4/8/2021**)

Se escribe con guion cuando la siguiente palabra comienza por mayúscula (ejemplos: ex-EUBCA, ex-Liccom) y excepcionalmente cuando sea preciso para la correcta comprensión del derivado (ejemplos: “ex-preso” para referirse a alguien que ya no es presidiario, frente a “expreso” como tren de viajeros).

2. Estilos de redacción

En redes sociales se habilita el uso coloquial de la lengua (apelaciones directas, tuteo y voseo, etcétera) en tanto que en la página web o en comunicaciones mediante las listas de correos se usa un estilo formal.

En todos los casos debe procurarse ser riguroso y exacto con todos los términos y evitar las generalizaciones y el uso de los condicionales.

Los títulos deben captar el interés del usuario y ser informativos al mismo tiempo. El copete o bajada también debe tener un lenguaje directo y riguroso.

Los lectores escanean la pantalla, por lo que la información debe ser concisa y los párrafos, cortos. Aunque internet puede parecer infinito, la paciencia del internauta no lo es.

Deben evitarse la concatenación de adjetivos y la excesiva utilización de subordinadas. Una idea por párrafo es suficiente.

La selección de enlaces y archivos internos y externos es tan importante como la información producida. Por eso debe revisarse el correcto direccionamiento antes y después de publicar cualquier artículo, incluir los hipervínculos necesarios, revisar que el archivo publicado es el correcto y no abusar del uso de ellos.

3. Fotografías, piezas gráficas y contenidos audiovisuales

En las fotografías se incluye un pie informativo, siempre que sea posible, con la fecha y el crédito necesario. Si se utilizan fotos producidas externamente a la FIC, se debe aclarar. Tanto los nombres de los archivos como la metadata debe ser descriptiva de la fotografía ya que muchos *softwares* para interpretación de páginas utilizados por personas ciegas y con baja visión toman lo que está escrito allí para su decodificación.

Se usan recursos para que los rostros de las personas menores de edad no se identifiquen y se procura no usar primeros planos de quienes que no hayan dado su autorización de forma explícita (tanto verbal como escrita).

(*VERSIÓN propuesta por UC al Consejo el 4/8/2021*)

Cuando el diseño gráfico exige libertades para omitir algunas de las pautas establecidas anteriormente en el presente documento, las mismas son tomadas en acuerdo por los integrantes de la UC y se debe apostar a su mínimo uso buscando alternativas en la redacción.

4. Medios digitales

Como la escritura digital tiene condicionantes particulares y un carácter más cercano a los usos coloquiales, deben cuidarse las reglas lingüísticas generales que se siguen en otros soportes y tipos de textos. Debemos cuidar no inventar nuevos códigos, salvo que sepamos con seguridad que pueden ser comprendidos por los destinatarios, por ejemplo en el uso de iconos, emoticones, etcétera. Sin embargo, es importante adecuar los modos a los públicos a los cuales van dirigidos los mensajes, los medios y las temáticas.

Pese a que la brevedad y la claridad son fundamentales en la escritura digital, esto nunca debe primar sobre el buen uso de la lengua, su orden, coherencia y cohesión, y si bien la estructura de los textos puede adaptarse a las necesidades de cada plataforma, debemos procurar que no sea en detrimento de estas características. Por su parte, las abreviaciones pueden ser válidas siempre que se usen con moderación y que sean de fácil comprensión general.

Respecto al punto y a los signos de apertura de interrogación y exclamación, estos se deben utilizar como en cualquier soporte. Sin embargo, en algunos casos en los cuales las plataformas nos obligan a ahorrar caracteres, podemos omitirlos, ya que los mensajes pueden ser comprendidos igualmente, y el diseño del entorno digital delimita claramente el empleo de algunos de ellos.

Como la comunicación digital es predominantemente pública y global, debemos ser cuidadosos y revisar los mensajes antes y después de publicarlos, tanto en su contenido como en su forma. Esto debe tenerse en cuenta ante la potencial disminución de los tiempos de difusión que facilita la red y la posible pérdida de control sobre el mensaje.

Lo más correcto al momento de nombrar páginas del portal en internet de la FIC (menús, opciones de menús, comandos, etcétera) dentro de un texto es optar por la mayúscula inicial y las comillas. Ejemplo: “En el menú ‘Institucional’ ingresá al sitio ‘Presentación e historia’”.

4.1. Enlaces

En la página de la FIC los enlaces internos pueden direccionar dentro de una misma pestaña y los externos siempre deben direccionar a una nueva pestaña de la misma ventana.

(**VERSIÓN propuesta por UC al Consejo el 4/8/2021**)

En lo posible siempre debe escribirse “clic aquí” para los hipervínculos ya que muchos *softwares* para interpretación de páginas utilizados por personas ciegas y con baja visión toman para su decodificación lo que allí está escrito. En caso de no utilizar esta fórmula hay que aplicar el hipervínculo a las palabras adecuadas para que el lector sepa hacia dónde se le va a dirigir antes de pinchar.

Los enlaces no tienen que ser excesivamente largos para no manchar el texto con el subrayado y su color.

La RAE sugiere que el texto visible del enlace sea conciso y preciso, y que si es posible aporte una mínima información sobre el sitio al que dirige. Ejemplo: “La información se encuentra en la página de posgrados” en vez de “La información se encuentra aquí”.

4.2. Redes sociales

La economía de palabras está permitida teniendo en cuenta la naturaleza de cada red social.

Cuando se use un *emoyi* se debe evitar la redundancia con el texto escrito. Cuando es sustitutivo de una palabra deben respetarse los espacios, puntuación y mayúsculas. Ejemplo: si ponemos un *emoyi* de almanaque no es necesario escribir “fecha”.

Ante el uso de etiquetas (*hashtags*) deben respetarse las mayúsculas y los signos de puntuación salvo que este afecte la etiqueta. Se habilita el uso de mayúscula inicial de todas las palabras que componen la etiqueta para facilitar su comprensión. Salvo por imposibilidad técnica, no se debe prescindir de los tildes en las etiquetas. La colocación depende de su uso: si son externos al enunciado deben ir claramente aparte, por ejemplo al final de la publicación, y no requieren puntuación, y si son parte del enunciado, la puntuación y las mayúsculas del resto del enunciado deben emplearse normalmente.

Siempre deben responderse los mensajes públicos (comentarios a posts, respuestas a tuits, etcétera) y siempre (incluidos los mensajes en privado) se opta por solicitarle al internauta que canalice su consulta o comentario por el correo fic@fic.edu.uy. Ante casos de comentarios públicos agresivos o violentos, la UC debe remitir su actuación a lo establecido en el protocolo de difusión de la FIC y al documento “Reglas para la moderación de las intervenciones en redes sociales” disponible en fic.edu.uy/UCom.

Como los mensajes se pueden compartir y los cambios de las plataformas digitales están fuera de nuestro control, tenemos un alto riesgo a que el mensaje pierda su contexto o que sus elementos terminen siendo difundidos de forma separada. Por este motivo deben presentar la información completa y ser autosuficientes, es decir, que sean comprensibles en sí mismo. Esto debe tenerse especialmente en cuenta ante la construcción de mensajes con imágenes.

En el caso de redes sociales con la posibilidad de fragmentar mensajes como Twitter, debe indicarse al final de cada tuit qué lugar ocupa en el hilo, ya que cada

(*VERSIÓN propuesta por UC al Consejo el 4/8/2021*)

tuit se puede replicar por separado, usando la fórmula 1/3, 2/3, 3/3 (en el caso que sean tres tweets).

4.3. Fuentes externas

Quando se publican contenidos generados por otras instituciones que no son la FIC (por ejemplo las comisiones sectoriales de la Udelar, el Rectorado, otros servicios universitarios) debe aclararse la fuente, incluir el hipervínculo en el caso de que exista y redactarse de acuerdo con criterios aquí establecidos.

5. Lenguaje inclusivo

En mayo de 2021 la FIC obtuvo el nivel 1 de la certificación del Modelo de Calidad con Equidad de Género (MCEG) que nos compromete a emprender acciones de comunicación apropiadas para garantizar que la temática de género esté incorporada en los procesos de comunicación interna y externa, por ejemplo mediante el uso de lenguaje inclusivo e imágenes no estereotipadas o discriminatorias de la comunicación de la organización. Asimismo, el 23 de abril de 2020 el Consejo aprobó una Política Institucional de Calidad con Equidad de Género para la Facultad. En este marco normativo es que se desarrollan a continuación los lineamientos para una comunicación con perspectiva de género en la FIC.

En castellano el masculino es el género no marcado. La Gramática de la RAE establece que “los sustantivos masculinos no solo se emplean para referirse a los individuos de ese sexo, sino también, en los contextos apropiados, para designar la clase que corresponde a todos los individuos de la especie sin distinción de sexos”. En gramática un elemento no marcado es el de sentido más general, el de distribución más amplia y el que se recupera por defecto cuando no hay morfemas específicos.

El masculino gramatical de los sustantivos que designan seres animados se emplea para referirse a los de sexo masculino, pero también a la especie, sin distinción de sexos: *el hombre es el único animal racional*. Solo es necesario explicitar los dos géneros cuando la oposición de sexos es relevante: “La proporción de alumnos y alumnas en las aulas se ha ido invirtiendo progresivamente”.

A continuación repasamos algunos caminos alternativos.

Para referirse a colectivos mixtos, se ha extendido la costumbre de mencionar ambos sexos ya sea a través del desdoblamiento (los alumnos y las alumnas) o por medio del empleo de ambos artículos (las y los docentes) Con el objetivo de mejorar la legibilidad de los textos sugerimos en el caso de sustantivos

(*VERSIÓN propuesta por UC al Consejo el 4/8/2021*)

terminados en “e” el empleo de adjetivos que permita recoger la existencia de colectivos femeninos y masculinos. En casos extremos, llevaría a redacciones absurdas: “Algunos alumnos y algunas alumnas son extranjeros y extranjeras, principalmente dominicanos y dominicanas”. Esta alternativa resulta limitada porque se cierra en una concepción binaria de las identidades y expresiones de género.

Por otra parte, el uso de otras formas como “x”, “@”, “e” para referir a todos los géneros presenta algunos problemas¹. Respecto del uso de la terminación “e” es ampliamente satisfactoria, aunque debe tenerse en cuenta que algunos sustantivos masculinos adoptan la terminación “e”.

En el entendido que la lengua es modificada por sus hablantes acompañando las transformaciones sociales, la FIC se propone acompañar esos procesos, reflejando usos lingüísticos innovadores. El objetivo siempre debe ser incluir a todos los integrantes de la FIC y de la sociedad en las comunicaciones institucionales.

Para evitar estos embrollos lingüísticos, se aconseja:

- Buscar términos neutros. Ejemplo: “se convoca al estudiantado” en vez de “se convoca a las y los estudiantes.
- Utilizar la fórmula “los y las” sólo al inicio de la comunicación. Ejemplo: en un título, en el saludo al inicio de un correo, etcétera.
- En correos utilizar la fórmula “a/o”.
- En redes sociales se pueden usar fórmulas más transgresoras o innovadoras. Ejemplo: “les invitamos”, “les egresades”.

En el entendido que cada medio tiene sus propias especificidades expresivas y que adopta determinados estilos de la lengua, el abanico de posibilidades para ser lo más inclusivo posible es variado. En este sentido se establece:

- En la página web, correos y piezas gráficas o audiovisuales usar un estilo formal.
- En las publicaciones de Facebook o noticias de Instagram, transitar un camino intermedio.
- En tuits o historias de Instagram se tiene el mayor grado de libertad, aunque siempre se debe ser cuidadoso y atento en el uso de la lengua en tanto constructora de sentido.

Ejemplos de un mismo mensaje en estos tres medios:

- Correo o web: Estimadas y estimados docentes: Les comunicamos que durante el lunes estará inhabilitado el EVA.
- Posteo de Facebook o historia de Instagram: ¡Atención! Durante este lunes no estará habilitado el EVA.

¹ Se sugiere revisar la página <https://www.fundeu.es/lenguaje-inclusivo/la-x-la-@-la-e.html>

(*VERSIÓN propuesta por UC al Consejo el 4/8/2021*)

- Historia de Instagram o tweet: ¿Ya estás rezongando porque no podés acceder al EVA? Tranquile: durante el día de hoy estará fuera de funcionamiento.

Por otra parte se debe estar atento a evitar frases estereotipadas o falsos duales que naturalicen características, formas de ser, etcétera, socialmente asignadas a un género, ascendencia étnico-racial, origen, entre otras.

6. Fuentes

Para profundizar en los aspectos aquí señalados y ante eventuales dudas, se aconseja recurrir a las siguientes fuentes que fueron utilizadas para la redacción del presente documento:

- Fundéu: <https://www.fundeu.es/>
- Diccionario de la Lengua Española RAE-ASALE: <https://dle.rae.es/>
- Libro de estilo de la lengua española, RAE-ASALE, 2018.
- Manual de Estilo de Uni Radio:
<http://www.uniradio.edu.uy/manual-de-estilo-uni-radio/>
- Manual de Estilo de RTVE: <http://manualdeestilo.rtve.es/>
- Diccionario de Americanismos: <http://lema.rae.es/damer/>
- Documento de trabajo “Modelo de Calidad con Equidad de Género” elaborado por Natalia Estoyanoff Portela, Luciana Martínez, Nohelia Millán, Noelia Ojeda Rodríguez y Marisa Ortega.
- Diccionario integral del español de la Argentina.
- La Academia Nacional de Letras recibe consultas a través de su correo electrónico: www.academiadeletras.gub.uy

El presente manual de estilo fue elaborado por los integrantes de la Unidad de Comunicación de la FIC en 2019 y 2020 (Ángel Cardozo, Victoria Cuadrado, Andrés D’Avenia, Patricia Pujol y Lucía Santos).

	Expediente Nro. 250010-500116-21 Actuación 2	Oficina: SECCIÓN CONSEJO - FACULTAD DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN Fecha Recibido: 06/08/2021 Estado: Para Actuar
--	---	---

TEXTO