



# Guía

**APR-G-2**

**Guía de voceros para hablar en medios de  
comunicación y RRSS**

**Instituto Caro y Cuervo**

**Subdirección Académica - Equipo de Comunicaciones y Prensa**

**5/11/2024**



**GUÍA DE VOCEROS PARA HABLAR EN MEDIOS DE  
COMUNICACIÓN Y RRSS**

Código: APR-G-2  
Versión: 1.0  
Página 2 de 16  
Fecha: 05/11/2024

**TABLA DE INFORMACIÓN DEL DOCUMENTO**

<b>Versión</b>	<b>Fecha de aprobación</b>	<b>Elaborado</b>	<b>Revisado</b>	<b>Aprobado</b>	<b>Descripción del cambio</b>
1	05/11/2024	Claudia Marcela Hurtado – rol líder equipo de Comunicaciones y Prensa	Carmen Elisa Acosta Peñaloza – Directora General	Carmen Elisa Acosta Peñaloza – Directora General	Se crea y oficializa en el SIG la guía de voceros para hablar en medios de comunicación y RRSS



## ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN .....	4
1 OBJETIVO.....	4
1.1 Objetivos específicos.....	5
2 ALCANCE.....	5
3 TÉRMINOS Y DEFINICIONES.....	5
4 ¿QUIÉN DEBE SER EL VOCERO?.....	6
5 ¿QUÉ PASA CON LAS REDES SOCIALES PERSONALES DE LOS SERVIDORES PÚBLICOS?.....	6
6 PRESENTACIONES EN PÚBLICO EN CALIDAD DE DELEGADO(A) O REPRESENTANTE DEL ICC .....	7
7 LO QUE SE DEBE TENER EN CUENTA DURANTE LA PARTICIPACIÓN EN ACTIVIDADES ACADÉMICAS.....	7
8 ¿QUÉ SE DEBE TENER EN CUENTA ANTES DE CONCEDER UNA ENTREVISTA A UN MEDIO DE COMUNICACIÓN?.....	8
9 ¿QUÉ TONO Y DISCURSO USAR?.....	8
10 ¡LLEGÓ EL MOMENTO DE LA ENTREVISTA! .....	9
11 RECOMENDACIONES DE USO DEL LENGUAJE INCLUYENTE .....	10
12 FUENTES DOCUMENTALES.....	16

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. En lo referente a población en general.....	10
Figura 2. En cuanto a los grupos étnicos.....	11
Figura 3. En lo referente a discapacidad .....	11
Figura 4. En temas lo que tiene que ver con habitabilidad en calle .....	12
Figura 5. En lo referente a víctimas .....	13
Figura 6. En lo relacionado con prostitución .....	13
Figura 7. En lo relacionado con infancia y adolescencia .....	14
Figura 8. Sobre juventud.....	14
Figura 9. Cuando se trata de adultez.....	15
Figura 10. En lo referente a la vejez .....	15
Figura 11. Sobre LGBTI.....	15



## INTRODUCCIÓN

En el Instituto Caro y Cuervo (ICC) la responsabilidad y autorización para hablar en nombre de la entidad ante los medios de comunicación recae principalmente en el director(a) o en la persona oficialmente delegada por él o ella, a través del o la encargada de liderar las comunicaciones. Esta designación se realiza en situaciones donde el director(a) no pueda ejercer dicho rol debido a responsabilidades propias de su cargo, razones de fuerza mayor o la especificidad del tema. Las funciones del vocero o portavoz incluyen tener un claro entendimiento del mensaje a comunicar, conocimiento técnico sobre el tema, comprensión del posicionamiento de los líderes de opinión, y preparación para responder preguntas de los medios.

Es esencial que el vocero tenga en cuenta el contexto mediático y el posicionamiento de la entidad, así como prepararse para responder preguntas de manera clara y precisa. Mantener una forma de comunicar sencilla y estructurar el mensaje de manera efectiva son clave para garantizar una interacción exitosa con el público a través de los medios de comunicación. Al igual que en las interacciones con los medios de comunicación tradicionales, las declaraciones en redes sociales pueden alcanzar a un amplio público y tienen el potencial de impactar la imagen y la reputación de la entidad. Por lo tanto, es fundamental que las responsabilidades y autorizaciones para hablar en nombre del Instituto se establezcan claramente, y que el vocero designado cuente con las habilidades necesarias para comunicarse de manera efectiva en este medio.

La guía se presentará como una herramienta esencial para los servidores públicos del ICC, proporcionando orientación sobre comportamientos apropiados en situaciones públicas y comunicación efectiva en diferentes contextos.

### 1 OBJETIVO

Establecer y socializar las responsabilidades y autorizaciones para hablar en nombre del Instituto Caro y Cuervo (ICC) ante los medios de comunicación y responder ante comentarios o quejas a nombre del ICC en redes sociales.

El objetivo también implica garantizar que el vocero tenga un conocimiento profundo del tema a tratar, del posicionamiento de la Entidad y del contexto mediático, para así lograr una comunicación exitosa con los públicos a través de los medios de comunicación. También es aplicable para las declaraciones en nombre de la entidad a través de redes sociales debido a la importancia de mantener una comunicación coherente y consistente en todos los canales de comunicación.



## 1.1 Objetivos específicos

- Establecer claramente las responsabilidades y autorizaciones para hablar en nombre de la entidad ante los medios de comunicación y en redes sociales, definiendo quiénes son los voceros autorizados y designados.
- Proporcionar orientación detallada sobre los mensajes clave y la información que se debe comunicar en diferentes situaciones y temas relevantes para la entidad, tanto en medios tradicionales como en plataformas digitales.
- Capacitar a los voceros para que desarrollen habilidades de comunicación efectiva, incluyendo la capacidad de transmitir el mensaje de manera clara, concisa y coherente, así como de responder adecuadamente a preguntas difíciles o comentarios adversos.
- Establecer pautas claras sobre el tono y el estilo de comunicación que se deben utilizar en las declaraciones públicas, asegurando que sean consistentes con la imagen de la entidad.
- Proporcionar lineamientos específicos sobre el uso adecuado de las redes sociales, incluyendo la gestión de comentarios y la respuesta a situaciones de crisis, con el fin de proteger la reputación y la integridad de la entidad en línea.

## 2 ALCANCE

El alcance de la guía comprenderá unas recomendaciones sobre la selección del vocero oficial, estableciendo criterios y la respectiva designación. Además, se abordará el uso adecuado de las redes sociales por parte de los servidores públicos, detallando las normativas y pautas de comportamiento en línea. Se proporcionarán directrices para las presentaciones en público, incluyendo técnicas de comunicación efectiva y preparación para eventos académicos. Se enfatizará la importancia de evitar críticas públicas al Instituto Caro y Cuervo (ICC), al Ministerio de las Culturas y al presidente de la república, así como de abstenerse de hablar negativamente sobre su empleador en entornos públicos. Se instará a los empleados a mantener la confidencialidad de los asuntos internos y a resolver cualquier discrepancia internamente.

## 3 TÉRMINOS Y DEFINICIONES

- **Bloguero:** un bloguero es una persona – o un conjunto de personas – que administra un sitio o red social en internet con el objetivo de entretener, informar o vender. Es el bloguero quien mantiene en contacto directo con el público y se comunica con sus visitantes.
- **Delegación:** acción de asignar la responsabilidad de ser vocero a una persona específica por parte de la entidad o autoridad competente.
- **Expresiones androcéntricas:** son una expresión del género. Forman una creencia rígida sobre los comportamientos, valores y actitudes que deben mantener socialmente hombres y mujeres de manera diferenciada



## GUÍA DE VOCEROS PARA HABLAR EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y RRSS

Código: APR-G-2  
Versión: 1.0  
Página 6 de 16  
Fecha: 05/11/2024

- **Lenguaje claro:** tiene que ver con poner primero al lector, descubrir qué quiere saber, qué información necesita y ayudarlo a alcanzar sus objetivos.
- **Lenguaje incluyente:** es un modo de expresión oral, escrito y visual que busca dar igual valor a las personas al poner de manifiesto la diversidad que compone a la sociedad y dar visibilidad a quienes en ella participan.
- **Medios de comunicación:** a finales del siglo XX, los medios de comunicación de masas podían clasificarse en ocho industrias de medios de comunicación de masas: libros, internet, revistas, películas, periódicos, radio, grabaciones y televisión.
- **Off the record:** la expresión *off the record* o a micrófono cerrado hace referencia, en periodismo, a información que se ha obtenido de fuentes confidenciales o extraoficialmente con atribución de reserva total.
- **Presentación en público:** acto de dirigirse a una audiencia o grupo de personas para transmitir información, ideas o mensajes de manera verbal, visual o ambas, en un entorno público o reuniones con funcionarios.
- **RRSS:** las RRSS o redes sociales son un medio de comunicación que nos ayuda a crear relaciones en línea con otras personas u organizaciones.
- **Servidores públicos:** son servidores públicos los miembros de las corporaciones públicas, los empleados y trabajadores del Estado y de sus entidades descentralizadas territorialmente y por servicios.
- **Vocero:** persona designada oficialmente para representar a una entidad, organización o institución ante los medios de comunicación y el público en general.

### 4 ¿QUIÉN DEBE SER EL VOCERO?

El primer vocero autorizado en una institución de carácter público es el director o directora, quien se encarga de asegurar que haya un único mensaje para evitar desinformación y contradicciones ante los medios de comunicación. Los segundos voceros son los coordinadores de las áreas o aquellos que la dirección autorice o designe previamente para dar una entrevista. Las solicitudes de entrevista deben ser canalizadas por el jefe o líder de prensa de la institución, quien, junto al director o directora, determina quién debe realizar la entrevista. Al vocero designado se le entregan los mensajes generales de la entidad para garantizar que la información difundida esté validada por la dirección.

### 5 ¿QUÉ PASA CON LAS REDES SOCIALES PERSONALES DE LOS SERVIDORES PÚBLICOS?

Independientemente de que las redes sociales sean de carácter personal, es importante recordar que, por ser servidor público, el funcionario se convierte en un vocero espontáneo del Instituto Caro y Cuervo, especialmente si recibe comentarios relacionados con su labor en esta institución. Se recomienda siempre cuidar el tono, evitar responder a ataques o brindar explicaciones complejas a través de estos medios. Sea



prudente y reflexione detenidamente sobre lo que desea comunicar. Entendemos que las redes sociales son medios de rápida acción, lo que puede llevar a sobrepasar ciertos límites. Por ello, instamos a ser extremadamente cuidadoso al escribir.

En el Instituto Caro y Cuervo (ICC) existen protocolos específicos para la atención al público, disponibles en el *Manual de Relación Estado Ciudadano*. Se sugiere consultarlo en el SIG, especialmente al atender un reclamo, que es uno de los escenarios más comunes. A continuación, compartimos un párrafo relacionado con este tema:

Cuando un servidor público o colaborador recibe un reclamo, tácitamente está comprometiéndose a hacer todo lo posible para resolver la inconformidad. Por ello debe:

- Escuchar con atención y sin interrumpir al ciudadano.
- Formular todas las preguntas que sean necesarias para tener una comprensión exacta del problema y de lo que el ciudadano está solicitando.
- Explicar en primera instancia lo que puede hacer y luego dejar claro, de manera tranquila, aquello que no puede hacer.
- Poner en ejecución de inmediato la solución ofrecida.
- Tener en cuenta los tiempos establecidos para responder, especialmente en el caso de que el ciudadano haya interpuesto un derecho de petición.

## **6 PRESENTACIONES EN PÚBLICO EN CALIDAD DE DELEGADO(A) O REPRESENTANTE DEL ICC**

Antes de presentarse en público, ya sea de manera presencial o virtual, hay que considerar si esa invitación fue por el trabajo realizado en el Instituto Caro y Cuervo (ICC). Si este es el caso, se debe solicitar más información al director o directora, ya que estaría actuando como delegado para hablar en nombre de la institución. Es importante que, antes de salir al público, se esté bien familiarizado con el tema de interés del auditorio, el tiempo asignado y las preguntas potenciales que puedan surgir. Recordar que los registros de audio y video obtenidos pueden ser de uso público o catalogarse como memorias para los asistentes. Hay que evitar hacer comentarios personales, ya que se estará hablando en nombre del ICC.

## **7 LO QUE SE DEBE TENER EN CUENTA DURANTE LA PARTICIPACIÓN EN ACTIVIDADES ACADÉMICAS**

- Si la invitación a participar en proyectos o eventos académicos es debido al vínculo con el Instituto Caro y Cuervo (ICC), se deben seguir las recomendaciones de esta guía. No se deben emitir juicios de valor sobre los servidores públicos o en general de la gestión del ICC, del Ministerio de



las Culturas y del presidente de la República. Hacer juicios del empleador, en público, es un grave error.

- No se debe descalificar en público las actividades realizadas por compañeros o excompañeros del ICC o del Ministerio de las Culturas. Los problemas internos deben tratarse internamente.
- La persona que la Dirección General delegue será la única autorizada para ofrecer explicaciones sobre las actuaciones de servidores públicos del ICC o del Ministerio de las Culturas. Hay que recordar que estos son temas delicados y que no se deben tocar en público.

## **8 ¿QUÉ SE DEBE TENER EN CUENTA ANTES DE CONCEDER UNA ENTREVISTA A UN MEDIO DE COMUNICACIÓN?**

- Debe consultar información sobre el medio, sus audiencias y el periodista que lo va a entrevistar. En este proceso, el jefe o líder de comunicaciones y prensa puede ser de gran ayuda.
- Es importante llegar a acuerdos previos a la entrevista sobre el tiempo, el tema y sus alcances. Esto le permitirá establecer expectativas claras desde el inicio.
- Debe prepararse para hablar durante el tiempo asignado y optimizarlo al máximo.
- Se recomienda utilizar un lenguaje sencillo, cercano y comprensible, reemplazando los términos técnicos por otros de fácil entendimiento. ¡Lenguaje claro!
- Es fundamental preparar y tener muy claros los mensajes clave, así como la manera de expresarlos.
- Si no se está seguro de algo, deberá buscar la información pertinente, solicitar un momento y asegurarse de contar con la información correcta.
- Recuerde que la entrevista comienza desde el momento en el que se establece contacto con el periodista. No hay nada *off the record*; todo, desde el saludo hasta la despedida, forma parte de la entrevista. Se recomienda apagar el celular o entregárselo a alguien de confianza, y solicitar que no le transfieran llamadas durante la entrevista.

## **9 ¿QUÉ TONO Y DISCURSO USAR?**

- Debe expresar la posición del ICC con la información disponible y de acuerdo con las directrices para evitar rumores, interpretaciones erróneas o un posicionamiento errado de la información.
- Es importante mantener la serenidad y concentrarse al máximo.
- Debe evitar utilizar el humor, el sarcasmo, la especulación o la mentira.
- Recuerde que el tema no es personal.
- Utilice un lenguaje claro y conciso.
- Transmita ideas simples y de fácil comprensión.
- Evite el uso de frases hechas y muletillas.
- Utilice adjetivos y adverbios con moderación.



- Recorra a ejemplos cuando sea posible.
- Ofrezca solo cifras imprescindibles y debidamente validadas.
- Hable siempre en positivo y en función de las acciones proactivas de la administración.
- Cumpla con sus compromisos y atiéndalos de manera oportuna. Envíe la información que haya prometido compartir.

## 10 ¡LLEGÓ EL MOMENTO DE LA ENTREVISTA!

- Solicite la compañía del comunicador social asignado para que lo acompañe y, de ser necesario, la del experto en el tema.

**Radiales telefónicas:** procure no ceder a enfrentamientos con ciudadanos u otras personas opositoras. En lo posible, es ideal lograr lapsos cortos que dejen a los oyentes con ganas de saber más. Diríjase a las audiencias con ejemplos y elementos emotivos del tema que maneja. Aborde los temas racionales con claridad. Hágase acompañar del jefe o líder de prensa. Aproveche sus apuntes, pero hable con total fluidez.

**Radiales en estudio:** salude a todo el personal presente. En lo posible, hable en lapsos cortos que dejen a los oyentes con ganas de saber más. Proponga un diálogo, no solo una interacción de tipo pregunta-respuesta. Fuera del aire, mantenga coherencia (recuerde que no hay momentos *off the record*).

**Radiales televisivas pregrabadas:** aunque lo más importante sea el contenido de sus respuestas, recuerde la importancia del vestuario, la imagen personal, el lugar de la entrevista y su papel como vocero institucional. Aproveche el lenguaje corporal y oral. Trate de fijar su mirada en la cámara o en el periodista durante las declaraciones. En los planos de apoyo, cuando no hay micrófono de por medio, no pierda la compostura ni el trato sobrio o formal pero amable con el comunicador. Salvo que ocurra un error grave, evite pedir repetición.

**Televisivas en estudio:** admita algo de maquillaje para el sudor y disponga de un vaso de agua. Pregunte cuál es su cámara. Procure no portar papeles que le distraigan del diálogo espontáneo. Aproveche el lenguaje corporal y oral. Trate de fijar su mirada en la cámara o en el periodista.

**Editorialistas, opinión o blogueros:** parta de hechos objetivos para realizar una argumentación. Se recomienda enviar documentación escrita. Si posteriormente se considera entablar un diálogo, este debería ser en privado, sin grabaciones y con las mismas recomendaciones sobre forma, tono y estilo expuestas anteriormente. La cordialidad y el trato pesan en una opinión favorable, pero nunca abuse o se exceda. También es muy importante ofrecer un contexto de cualquier tema a tratar.

**Entrevistas de prensa:** recuerde la importancia del lugar de las entrevistas de acuerdo con los temas y su papel como vocero. Trate de acompañarse del jefe o líder de prensa y de un experto en el tema. Recuerde



que toda documentación que se muestra al periodista es susceptible de ser entregada. Cuide mucho el lenguaje corporal. No reciba llamadas. Modere su actitud y presentación cuando lo estén registrando en fotografías.

**Agenda de medios:** pueden ser presenciales o telefónicas. Solicite al jefe o líder de prensa una agenda con los nombres de los espacios y de las personas, así como con el perfil del público al cual se dirige. Sea muy coherente con el público objetivo de cada medio, de su lenguaje e intereses relacionados con el tema. Las agendas de medios se preparan entre el comunicador y el enlace de prensa. Evite concertar citas usted mismo.

## **11 RECOMENDACIONES DE USO DEL LENGUAJE INCLUYENTE**

La comunicación inclusiva es fundamental para promover el respeto y la dignidad de todas las personas, especialmente en instituciones comprometidas con la equidad y la diversidad, como el ICC. Esta guía ofrece recomendaciones para el uso de un lenguaje incluyente que evita estereotipos, términos despectivos o simplificaciones que puedan reforzar prejuicios. A través de esta orientación, se busca adoptar un lenguaje respetuoso, que reconozca las identidades y condiciones de cada grupo social de acuerdo con sus propias formas de autodefinición.

A continuación, se presentan recomendaciones prácticas para referirse a diversos grupos sociales, tales como grupos étnicos, personas con discapacidad, infancia, juventud, habitantes de calle, personas en situación de prostitución y víctimas del conflicto. Estas sugerencias muestran alternativas de uso adecuado del lenguaje, orientando sobre términos que deben evitarse y aquellos recomendados para una comunicación respetuosa e incluyente.

En las figuras tomadas como referencia del Departamento Administrativo del Servicio Civil Distrital se encuentran enunciados subrayados los cuales hacen referencia a expresiones androcéntricas que deben evitarse cuando se pretenda incluir a la población en su conjunto. Se recomienda utilizar locuciones colectivas que incluyan lo femenino y masculino.

Figura 1. En lo referente a población *en general*

<b>Así no es</b> 👎	<b>Así es</b> 👍
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Los</u> bogotanos.</li> <li>• <u>Los</u> ciudadanos.</li> <li>• <u>Los</u> habitantes de Bogotá.</li> <li>• <u>Los</u> usuarios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La ciudadanía bogotana.</li> <li>• Las ciudadanas y los ciudadanos.</li> <li>• La población bogotana.</li> <li>• Las usuarias y los usuarios.</li> <li>• Personas que habitan.</li> <li>• La comunidad.</li> <li>• Personas que hacen uso de.</li> </ul>

Figura 2. En cuanto a los grupos étnicos

<b>Así no es</b> 👎	<b>Así es</b> 👍
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personas de color.</li> <li>• Indios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Población o comunidad o persona: Negra, afrocolombiana o afrodescendiente (de acuerdo con la manera como se auto reconozca cada persona).</li> <li>• Raizal, palenquera, indígena, gitana.</li> <li>• Pueblos indígenas.</li> <li>• Pueblo gitano o rom / raizal.</li> <li>• Personas de los grupos étnicos.</li> </ul>

Figura 3. En lo referente a discapacidad

<b>Así no es</b> 	<b>Así es</b> 
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Discapacitado/a.</li> <li>• Invidente, minusválido/a.</li> <li>• Lisiado/a.</li> <li>• Imposibilitado/a.</li> <li>• Impedido/a.</li> <li>• Paralítico/a.</li> <li>• Mongolito/a.</li> <li>• Enano/a.</li> <li>• Personas en condición de discapacidad.</li> <li>• Personas diversamente hábiles.</li> <li>• Personas o niños(as) especiales.</li> <li>• Utilizar diminutivos como sordito, cieguito, enfermito, enanito.</li> <li>• Utilizar lenguaje que se relacione con sufrimiento o padecimiento de la discapacidad.</li> <li>• Los discapacitados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ciudadanía o población con discapacidad.</li> <li>• Niñez / juventud / adultez / vejez con discapacidad.</li> <li>• Personas con discapacidad física / visual / auditiva / psicosocial / cognitiva / múltiple / con sordo ceguera.</li> <li>• Persona o población de talla baja / ciega / con baja visión / sorda / con hipoacusia.</li> </ul>

Figura 4. En temas lo que tiene que ver con habitabilidad en calle

<b>Así no es</b> 	<b>Así es</b> 
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Indigentes.</li> <li>• Desechables.</li> <li>• Gamines.</li> <li>• <u>Los</u> habitantes de calle.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Población o ciudadanía habitante de calle.</li> <li>• Ciudadanas y ciudadanos habitantes de calle.</li> <li>• Habitantes de calle.</li> <li>• Personas en proceso de superación de la habitabilidad en calle.</li> <li>• Las y los habitantes de calle.</li> </ul>

Figura 5. En lo referente a víctimas

<b>Así no es</b> 	<b>Así es</b> 
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desplazados/as.</li> <li>• <u>Los</u> desplazados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Víctimas de...</li> <li>• Población víctima.</li> <li>• Personas víctimas.</li> <li>• Personas víctimas del conflicto armado (cuando aplique).</li> </ul>

Figura 6. En lo relacionado con prostitución

<b>Así no es</b> 	<b>Así es</b> 
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prostituta o prostituto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personas en situación de prostitución.</li> <li>• Personas que ejercen actividades sexuales pagas.</li> <li>• Personas explotadas sexualmente en la prostitución.</li> <li>• Trabajadores o trabajadoras sexuales (algunas personas se auto reconocen como trabajadoras sexuales).</li> </ul>



Figura 7. En lo relacionado con infancia y adolescencia

Así no es 🗑️	Así es 👍
<ul style="list-style-type: none"><li>• Menores.</li><li>• <u>Los</u> niños.</li><li>• Chiquitos/as.</li><li>• Niñitos/as.</li><li>• Pequeños/as.</li><li>• Los adolescentes.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• La infancia.</li><li>• Población infantil.</li><li>• Las niñas y los niños.</li><li>• La adolescencia.</li><li>• Población adolescente.</li><li>• Las adolescentes y los adolescentes.</li></ul>

Figura 8. Sobre juventud

Así no es 🗑️	Así es 👍
<ul style="list-style-type: none"><li>• Los jóvenes.</li><li>• Pelados.</li><li>• Chiquitos/as.</li><li>• Niñitos/as.</li><li>• Pequeños/as.</li><li>• <u>Los</u> adolescentes.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Las juventudes.</li><li>• La niñez.</li><li>• Población infantil.</li><li>• Las niñas y los niños.</li><li>• La adolescencia.</li><li>• Población adolescente.</li><li>• Las adolescentes y los adolescentes.</li></ul>



Figura 9. Cuando se trata de adultez

<p><b>Así no es</b> 🗑️</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <u>Los</u> adultos.</li></ul>	<p><b>Así es</b> 👍</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Población adulta.</li><li>• Personas adultas.</li><li>• Las adultas y los adultos.</li></ul>
--	---

Figura 10. En lo referente a la vejez

<p><b>Así no es</b> 🗑️</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Abuelos / abuelas.</li><li>• Tercera edad.</li><li>• Viejitos/as.</li><li>• <u>Los</u> ancianos.</li></ul>	<p><b>Así es</b> 👍</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Persona mayor.</li><li>• Población mayor.</li><li>• Viejos y viejas (dependiendo del contexto).</li></ul>
---	--

Figura 11. Sobre LGBTI

<p><b>Así no es</b> 🗑️</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Población, personas no heterosexuales.</li><li>• Población LGBTI.</li><li>• Comunidad LGBT.</li><li>• Persona LGBT.</li><li>• LGBTI.</li></ul>	<p><b>Así es</b> 👍</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Personas de los sectores LGBTI.</li><li>• Hombre gay.</li><li>• Mujer lesbiana.</li><li>• Mujer / hombre / persona transgénero.</li><li>• Persona bisexual.</li><li>• Persona intersexual.</li></ul>
---	---



## GUÍA DE VOCEROS PARA HABLAR EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y RRSS

Código: APR-G-2  
Versión: 1.0  
Página 16 de 16  
Fecha: 05/11/2024

### 12 FUENTES DOCUMENTALES

- [Enlace al Manual de Relación Estado Ciudadano](#) del Instituto Caro y Cuervo
- [Enlace al DIR-R-2 Reglamento interno de peticiones, quejas, reclamos, sugerencias, denuncias y felicitaciones \(PQRSDF\)](#)
- Instructivo “En el lenguaje incluyente está toda la gente” del Departamento Administrativo del Servicio Civil Distrital