

# ¿QUIERES QUE TU CONVOCATORIA LLEGUE A MÁS JÓVENES?

Pautas de lenguaje para convocatorias



# ¿Quieres que tu convocatoria llegue a más jóvenes?

## Pautas de lenguaje para convocatorias

A partir del “**Manual de estilo y tono – GOYN Bogotá**”, compartimos algunas pautas claras y prácticas que deben seguir las organizaciones para publicar oportunidades en la **Plataforma GOYN Conecta**. Estas orientaciones están pensadas para ser fáciles de aplicar y coherentes con el enfoque y los principios de GOYN.

El lenguaje y la forma en que comunicamos un mensaje tienen un enorme poder para moldear percepciones, actitudes y comportamientos en la sociedad. En temas sociales, esta capacidad cobra aún mayor relevancia, pues puede fortalecer o debilitar la inclusión. Por ello, contar con un manual de estilo y tono es fundamental para asegurar que nuestras comunicaciones sean coherentes, responsables y respetuosas de la diversidad.

**Para enmarcar estas recomendaciones, el manual se estructura a partir de tres enfoques clave:**



### Enfoque de juventudes:

Reconoce a las y los jóvenes como **protagonistas de su desarrollo, con capacidades, talentos y derecho a decidir**. Evita miradas paternalistas y promueve una comunicación que valore su diversidad, autonomía y potencial.

- \* **Reconocer** a las y los jóvenes como **agentes de cambio**, no solo como beneficiarios.
- \* **Evitar un tono** paternalista, asistencialista o que infantilice (*por ejemplo: “ayudar”, “rescatar”, “darles una oportunidad”*).
- \* Usar un **lenguaje cercano y claro**, sin estereotipos ni jergas forzadas.
- \* Reconocer que las **juventudes son diversas** y que no todas viven las mismas realidades ni parten de las mismas condiciones.
- \* **Destacar** capacidades, talentos, aprendizajes y proyección, más que carencias.
- \* Cuando sea posible, **visibilizar experiencias reales**, testimonios o impactos positivos.



### Enfoque generacional:

**Promueve el respeto, el diálogo y la colaboración entre generaciones**, reconociendo que cada una enfrenta contextos y desafíos distintos. Evita comparaciones negativas y fomenta el aprendizaje mutuo.

- \* **Evitar comparaciones negativas** entre generaciones (*“antes sí”, “los jóvenes de ahora”*).
- \* Promover el **diálogo y la colaboración intergeneracional**.
- \* Reconocer los **retos actuales** que enfrentan las juventudes (*empleo, educación, crisis climática, acceso a oportunidades*).
- \* **No ridiculizar ni minimizar** las formas de expresión juvenil (*uso de redes, activismo digital, estética o lenguaje*).
- \* **Adaptar la oportunidad** a formatos y canales utilizados por jóvenes (*redes sociales, mensajes claros y visuales*).



### Enfoque diferencial:

**Reconoce la diversidad de las juventudes y sus múltiples identidades y contextos**. Promueve un lenguaje inclusivo y narrativas libres de discriminación, que valoran la diversidad como un aporte y no como una barrera.

- \* Usar un **lenguaje inclusivo, respetuoso y no discriminatorio**.
- \* **Evitar** lenguaje capacitista, sexista, clasista o estigmatizante.
- \* **Reconocer y visibilizar juventudes diversas**, como:
  - Mujeres
  - Personas LGBTIQ+
  - Jóvenes migrantes
  - Jóvenes con discapacidad
  - Jóvenes de distintos territorios y contextos
- \* **Evitar** presentar a jóvenes en contextos vulnerables únicamente como víctimas.
- \* **Celebrar la diversidad** como un valor que enriquece la oportunidad.

## Contenido mínimo que debe incluir una oportunidad

Toda oportunidad compartida por una organización debe contar con:

- Nombre claro y atractivo.
- Descripción breve y comprensible.
- Público al que está dirigida (perfil, edades y territorio, si aplica).
- Beneficios reales (aprendizajes, experiencia, certificación, ingresos, acompañamiento, entre otros).
- Requisitos claros, sin barreras innecesarias.
- Fechas clave.
- Forma de postulación y datos de contacto.
- Lenguaje positivo, claro y honesto, sin falsas promesas.

## Lo que se debe evitar siempre

- Lenguaje que estigmatice o generalice a las juventudes.
- Mensajes que refuercen carencias por encima de capacidades.
- Tono caritativo.
- Exclusión implícita a través del lenguaje, las imágenes o requisitos poco claros.
- Imágenes o textos que refuercen estereotipos.

Esta guía hace parte de un **proceso de investigación narrativa y metodológica** que busca acompañar al ecosistema en la comunicación desde un enfoque de transformación narrativa.

Invitamos a todo el ecosistema a sumarse a estas pautas en sus comunicaciones y a seguir aportando nuevas miradas frente a los desafíos en materia de juventud, fortaleciendo este ejercicio de manera colectiva.

**Si te interesa en consultar la guía completa, te invitamos a escanear el código QR:**



O dirigirte al siguiente enlace:

[bit.ly/MANUAL-ESTILOYTONO-GOYN](https://bit.ly/MANUAL-ESTILOYTONO-GOYN)



# GOYN CONECTA

GLOBAL OPPORTUNITY  
YOUTH NETWORK: BOGOTÁ  
*EL FUTURO ES JOVEN*  
aspen institute

GLOBAL OPPORTUNITY  
YOUTH NETWORK: BARRANQUILLA  
*EL FUTURO ES JOVEN*  
aspen institute

#JóvenesConPotencial

Conoce más sobre GOYN Conecta aquí:

\* [www.goynconecta.com](http://www.goynconecta.com) \*