



Guía de uso de lenguaje inclusivo y no sexista

OxigenDC

GUÍA DE USO DE LENGUAJE INCLUSIVO Y NO SEXISTA

Contents

DOCUMENT MANAGEMENT	2
1. INTRODUCCIÓN.	3
2. LENGUAJE E IGUALDAD DE GÉNERO.	4
2.1. EL GÉNERO NO ES EL SEXO.	4
2.2. EL ANDROCENRISMO Y EL SEXISMO.	4
2.3. EL USO INDISCRIMINADO DEL MASCULINO COMO GENÉRICO.....	5
2.4. ASIMETRÍAS EN EL TRATAMIENTO.	5
3. RECURSOS PARA EL USO NO SEXISTA DEL LENGUAJE.	5
3.1. USO DE LA FORMA CONCRETA EN RELACIÓN AL SEXO.....	6
3.2. GENÉRICOS, COLECTIVOS, ABSTRACTOS Y OTRAS EXPRESIONES.	6
3.3. FORMAS DOBLES.	6
4. COMUNICACIÓN INCLUSIVA Y NO SEXISTA.	7
4.1. DIFERENTES RECURSOS PARA DIFERENTES DOCUMENTOS.	7
4.2. TEXTOS CERRADOS.	8
4.3. TEXTOS ABIERTOS.	8
4.4. TEXTOS NORMATIVOS: CONVENIOS, PROTOCOLOS, MANUALES, O PROCEDIMIENTOS.....	8
5. LA COMUNICACIÓN ORAL.	9
6. LA COMUNICACIÓN VISUAL.....	9
7. DECLARACIÓN DE COMPROMISO EMPRESARIAL.....	11

DOCUMENT MANAGEMENT

Date	Ver.	Author	Description
Setiembre 23	1.0	Jordi Montero	Primera versión del protocolo
			o

1. INTRODUCCIÓN.

Por lo general, el uso que se hace del lenguaje en los diferentes ámbitos de la sociedad no se corresponde con la evolución social que se ha producido en los últimos años de los hombres y las mujeres. No sólo han cambiado o evolucionado los roles asignados a cada sexo, sino también los derechos y deberes, que son los mismos por ambos sexos. Por tanto, es una evidencia de que todas las personas somos iguales ante la ley y esto debe reflejarse, no sólo en los derechos y deberes que tenemos sino también en el lenguaje que utilizamos (ya sea escrito, verbal, gestual/visual o mediante imágenes).

La Ley orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la Igualdad efectiva entre mujeres y hombres, hace referencias explícitas a la inaplazable necesidad de implantar el lenguaje inclusivo y no sexista en todos los ámbitos de la sociedad. A pesar de que el marco legal garantiza los derechos de igualdad entre mujeres y hombres, y que se han realizado avances significativos, la igualdad no se ha trasladado plenamente a la práctica cotidiana, donde todavía hay muchas manifestaciones de desigualdad, entre otros el uso sexista del lenguaje.

Como en otros ámbitos, el lenguaje sexista que se utiliza en el mundo del trabajo no sólo contribuye al mantenimiento de los estereotipos y roles de género tradicionales y reduce la presencia de las mujeres, sino que también favorece la discriminación y la desigualdad de oportunidades entre mujeres y hombres. Este lenguaje sexista se pone claramente de manifiesto en muchos procesos de gestión de recursos humanos, en la selección del personal, en la nomenclatura de los puestos de trabajo o en las relaciones externamente establecidas.

Alcanzar la plena igualdad de género en el ámbito laboral implica llevar a cabo cambios a muchos niveles, incluido el lenguaje. Nuestras elecciones lingüísticas y el uso que hacemos del lenguaje son también reflejo de nuestro posicionamiento en relación a la igualdad entre mujeres y hombres.

Nuestro lenguaje es muy rico, sólo tenemos que aprender a usarlo y comprobaremos que hay un montón de palabras que se pueden utilizar para sustituir a las que suenan mal o que se inclinan demasiado hacia uno de los géneros, generalmente hacia el masculino. Por eso, tal y como apuntamos en la Guía, siempre que sea posible utilizaremos un lenguaje integrador, con sustantivos masculinos y femeninos para que todo el mundo se sienta identificado, o bien nos esforzaremos en buscar un sustantivo genérico.

Así pues, ésta es la premisa que seguimos en todos nuestros canales de comunicación interna y externa de OXIGEN DATA CENTER. S.L., y así queremos transmitirlo a toda nuestra estructura organizativa.

La Guía pretende ser un instrumento que contribuya al uso de términos y expresiones libres de sexismo, superando un uso no inclusivo del lenguaje que discrimina a las mujeres. Y quiere hacerlo mediante una doble estrategia: por un lado, tomando conciencia de que la forma de comunicarnos puede ser discriminatoria y excluyente; por otro, facilitando recursos para incorporar la perspectiva de género en el lenguaje y hacer de éste una herramienta de cambio¹. Se trata de lograr una comunicación inclusiva y no sexista, que reconozca por igual a mujeres y hombres y que evite ambigüedades.

2. LENGUAJE E IGUALDAD DE GÉNERO.

2.1. EL GÉNERO NO ES EL SEXO.

Si el sexo remite a las características biológicas que definen a un ser humano como hombre o mujer, el género es un concepto que remite a las diferencias, socialmente construidas, que la sociedad asigna a mujeres y hombres de manera diferenciada, que han sido aprendidas, cambian con el tiempo y presentan grandes variaciones tanto entre distintas culturas como dentro de una misma cultura.

Generalmente la categoría no marcada es la masculina. Esto significa que el género masculino no sólo se utiliza como específico (para referirse a los hombres), sino que, con mucha frecuencia, sirve como genérico para referirse conjuntamente a hombres y mujeres o personas indeterminadas.

Pero el uso del género masculino como genérico excluye a las mujeres del discurso. Esta exclusión tiene sus raíces en el androcentrismo y el sexismo que atraviesan todas las dimensiones de nuestra sociedad.

2.2. EL ANDROCENTRISMO Y EL SEXISMO.

El androcentrismo es la visión del mundo y la cultura centrada en el punto de vista masculino. Es una forma de ver y entender la realidad social que toma el hombre y el masculino como referencia universal, como

centro y como medida de todas las cosas, obviando las experiencias y los conocimientos femeninos, incluso su propia presencia.

En el lenguaje, el androcentrismo se manifiesta fundamentalmente en el léxico (mediante el uso del masculino como genérico) y en la sintaxis (por ejemplo, cuando el orden de la frase se construye tomando como sujeto principal al hombre o masculino).

2.3. EL USO INDISCRIMINADO DEL MASCULINO COMO GENÉRICO.

Nos referimos a:

- El uso de sustantivos en masculino para referirnos a hombres y mujeres indistintamente: los directores, científicos, investigadores, trabajadores, etc.
- La masculinización sistemática de los cargos de representación y participación de trabajadoras y trabajadores: delegado sindical, presidente del comité, tesorero de la asociación, etc.
- El uso habitual de expresiones pretendidamente inclusivas: todos, en lugar de todo el mundo, todo el mundo, etc.

2.4. ASIMETRÍAS EN EL TRATAMIENTO.

Nos referimos a:

- El uso de formas asimétricas para nombrar categorías, puestos de trabajo, etc., utilizando el masculino de forma general, excepto cuando se trata de categorías o puestos de trabajo feminizados: directores, responsables, técnicos, etc., pero administrativas, secretarías, asistentes, etc.
- El tratamiento diferenciado en la calificación de mujeres y hombres en función de su pertenencia a un sexo u otro, asociando al sexo masculino las características humanas más cercanas a la fuerza física, al trabajo intelectual o al mundo laboral, en general, mientras que al sexo femenino se le asignan cuestiones referidas a los sentimientos, la estética o el mundo doméstico.

3. RECURSOS PARA EL USO NO SEXISTA DEL LENGUAJE.

El uso de un lenguaje no sexista requiere un esfuerzo consciente. Los recursos que se facilitan a continuación pretenden contribuir a su concreción sin transgredir las normas gramaticales. Recordemos que sexismo lingüístico no es inherente a la lengua como sistema, sino a algunos de sus usos.

3.1. USO DE LA FORMA CONCRETA EN RELACIÓN AL SEXO.

Cuando nos referimos a una persona concreta, es necesario utilizar la forma masculina o femenina de acuerdo con el sexo de esa persona. Si sabemos que hace referencia a una mujer respetaremos la concordancia del artículo, los adjetivos, etc. con el sustantivo.

Como en otros ámbitos, el lenguaje sexista que se utiliza en el mundo del trabajo no sólo contribuye al mantenimiento de los estereotipos y de los roles de género tradicionales, reduciendo la presencia de las mujeres, sino que además favorece la discriminación y la desigualdad de oportunidades entre mujeres y hombres.

La utilización del lenguaje inclusivo y no sexista debe ser transversal a OXIGEN DATA CENTER. S.L., haciéndose presente en todos los ámbitos, y tanto en las relaciones y la comunicación interna como externa: en los procesos de gestión de recursos humanos, comunicaciones, protocolos e instrucciones laborales, contratos de trabajo, categorías profesionales, denominación de los distintos puestos de trabajo del centro, etc.; en las relaciones y comunicaciones con los trabajadores y trabajadoras; o en la elaboración y difusión de material de comunicación externa (redes sociales, anuncios, trípticos, rótulos).

3.2. GENÉRICOS, COLECTIVOS, ABSTRACTOS Y OTRAS EXPRESIONES.

Las palabras genéricas, colectivas y abstractas y otras expresiones con referentes no personales nos permiten expresar de manera alternativa lo que queremos comunicar sin utilizar referencias de género y simplifican la construcción de la frase ya que no es necesaria la doble forma.

3.3. FORMAS DOBLES.

Cuando para lo que queremos expresar o describir resulta de interés remarcar o enfatizar la referencia a mujeres y hombres, o cuando el contexto no nos permite utilizar formas genéricas o despersonalizadas, podemos optar por utilizar las formas dobles, femenina y masculina, especialmente en singular. La referencia a ambos sexos puede hacerse de dos formas: con las formas enteras o con las formas abreviadas.

- Formas enteras: no presentan el término femenino como subordinado o añadido del masculino, y tienen la ventaja respecto a las formas dobles abreviadas que se pueden leer con mayor facilidad y se acercan más al lenguaje común. En las formas enteras, el término masculino y el femenino se unen con las conjunciones "i" o "o" sin un orden establecido.
- Formas abreviadas: En el supuesto del saludo en una carta o circular, la forma masculina y la femenina también se pueden escribir separadas por una barra inclinada o bien por una coma.

4. COMUNICACIÓN INCLUSIVA Y NO SEXISTA.

El compromiso con la no discriminación y la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres requiere una práctica comunicativa que utilice lenguaje, contenidos e imágenes no sexistas e inclusivas. Las prácticas lingüísticas no sexistas no deben quedar limitadas a una cuestión puramente formal, sino que debe velar por la erradicación del sexismo en los contenidos y las imágenes que acompañan a los textos.

4.1. DIFERENTES RECURSOS PARA DIFERENTES DOCUMENTOS.

En la actividad cotidiana de la empresa encontramos numerosas herramientas elaboradas bajo códigos lingüísticos masculinos que caen en el lenguaje sexista y androcéntrico.

No debemos olvidar que el principal objetivo de la comunicación es transmitir un mensaje. El texto debe poner de manifiesto que se habla de mujeres y hombres de una manera igualitaria y que unas y otras reciben el mismo tratamiento, pero la forma en que lo hacemos debe garantizar la legibilidad. En una lengua en la que muchos elementos varían según el género (nombres, adjetivos, artículos, pronombres), utilizar las formas masculinas y femeninas para todos ellos puede complicar la redacción y dificultar la comprensión del texto.

4.2. TEXTOS CERRADOS.

Son textos cerrados aquellos que van destinados o hacen referencia a una persona o personas determinadas, por tanto, debemos adaptar el tratamiento y la redacción a su condición de hombre o mujer y respetar la concordancia del artículo y los adjetivos con el sujeto.

Si hace falta hacer referencia a profesiones o cargos, debemos utilizar las formas femeninas cuando sabemos que hacen referencia a mujeres.

4.3. TEXTOS ABIERTOS.

Son textos abiertos aquellos en los que nos dirigimos a personas indeterminadas, es decir, que desconocemos su sexo. Esta tipología de documento es la que presenta, desde la óptica del sexismo lingüístico, más problemas a la hora de redactar el texto y es más frecuente un abuso en el uso del masculino como genérico.

Para evitarlo debemos utilizar fórmulas que permitan evitar cualquier marca de género y que, combinadas, nos ayuden a redactar un texto inclusivo y comprensible. Siempre que podamos es preferible el uso de genéricos, puesto que permiten una expresión más equitativa y evitan tener que mencionar la forma masculina y la femenina. En otros casos, el desdoblamiento permite subrayar que nos dirigimos a mujeres y varones.

4.4. TEXTOS NORMATIVOS: CONVENIOS, PROTOCOLOS, MANUALES, O PROCEDIMIENTOS.

En los textos normativos son frecuentes las referencias a cargos unipersonales, órganos de gestión y también a colectivos diversos que, por su carácter indeterminado, hacen necesario tener en cuenta ambos géneros.

La estrategia de redacción más idónea es combinar los distintos recursos que permiten evitar la marca de género. Las mejores opciones son las formas genéricas, colectivas o indefinidas, o las formas dobles enteras, especialmente en singular; también se pueden usar recursos como los sintagmas nominales, las perífrasis, los

pronombres (quien, es, si, vos/os) o los indefinidos asexuados (cada, cualquiera, el resto). Dado que se trata de textos de redacción seguida y de cierta extensión, alternativas como las barras no son adecuadas ya que dificultan su lectura.

En la elección de recursos debe tenerse en cuenta que debe priorizarse la legibilidad, evitando las expresiones forzadas o artificiosas que dificultan la comprensión del texto, y siempre manteniendo la coherencia interna a lo largo del documento, sin alejarlo mucho de la redacción de los textos del lenguaje común formal.

5. LA COMUNICACIÓN ORAL.

A la hora de pensar en hacer un uso inclusivo y no sexista del lenguaje oral, podemos utilizar muchos de los recursos y formas mencionadas anteriormente para la comunicación escrita, ya que ambas comunicaciones comparten muchos aspectos. Sin embargo, la comunicación oral presenta unos rasgos definitorios que deben tenerse en cuenta y también algunas diferencias respecto a la comunicación escrita que vale la pena mencionar y aclarar.

Por un lado, en la comunicación oral prevalece la fluidez. Ésta debe priorizarse para conseguir una comunicación efectiva. Por ello, las normas y recursos para un uso inclusivo y no sexista deben ser bien interiorizados por la persona interlocutora. Aquí es donde resulta especialmente clave la formación y el entrenamiento en el uso inclusivo del lenguaje. Por otra parte, la comunicación oral se acompaña de toda una serie de elementos a considerar para evitar confusiones y/o malas interpretaciones de los mensajes. Estamos hablando de expresiones, actitudes, gestos, mensajes implícitos, etc.

Por último, hay que tener en cuenta que la comunicación oral está presente en numerosas acciones cotidianas con interlocutores internos y externos y en diferentes formatos (reuniones, presentaciones, atención a personas usuarias, etc.).

6. LA COMUNICACIÓN VISUAL.

Las imágenes tienen un importante impacto, ya que transmiten mensajes que llegan de forma muy implícita. Su uso puede incluir prácticas discriminatorias y sexistas del lenguaje. Es necesario, pues, que la comunicación visual -fotografías, ilustraciones y vídeo- sea igualmente inclusiva y plural. Las imágenes, explícita e implícitamente, deben promover el respeto y la igualdad entre hombres y mujeres.

Los espacios y soportes donde debe considerarse el uso de la comunicación inclusiva –en cualquiera de sus expresiones– son diversos e incluyen: folletos, carteles de actividades y servicios, guías, manuales, páginas web, redes sociales y publicidad por lo general.

En el uso de imágenes se recomienda:

- Representar al grupo humano con imágenes e iconos femeninos, masculinos y neutros, evitando tomar como referencia única la figura masculina.
- Optar por una participación y representación equilibrada de mujeres y hombres en las imágenes en relación con la cantidad de personas que aparecen, el tamaño y la duración de las imágenes de unas y otras.
- Evitar el uso de imágenes que reproducen y perpetúan estereotipos y clichés de género y que limitan la proyección de las mujeres; al contrario, utilizar imágenes que permitan promover un cambio de valores, rompiendo con los imaginarios estereotipados y dando visibilidad a las mujeres en ámbitos o actividades en las que no están suficientemente representadas (como científicas, investigadoras, jefes de grupo, etc.).
- Buscar el equilibrio en la representación del uso del espacio, para evitar representar siempre a las mujeres en espacios privados ya los hombres en espacios públicos.
- Incorporar la voz femenina, reconociendo los logros y las aportaciones de las mujeres, sus necesidades y sus expectativas.
- No segregar a mujeres y hombres en las imágenes como si se tratara de dos colectivos diferentes.
- Velar por que las mujeres aparezcan como personas con autonomía en todos los ámbitos y evitar imágenes en las que se vean subordinadas a los hombres.
- Presentar a todas las personas con dignidad, no cosificadas ni sexuadas, ni en situaciones o actitudes denigrantes. No utilizar el cuerpo de las mujeres como reclamo.
- Dar una imagen real de la diversidad de mujeres que forman parte de la organización y de la sociedad, evitando redundar en un modelo único de mujer.
- Utilizar, en aquellas imágenes que van acompañadas de voz, la del hombre y la de la mujer indistintamente para eliminar la asociación del hombre con la autoridad, credibilidad y fiabilidad.

7. DECLARACIÓN DE COMPROMISO EMPRESARIAL

La empresa OXIGEN DATACENTER S.L firma este documento como compromiso por parte de su dirección.

Sr. Benjamí Rovira Guasch

Consejero delegado

OXIGEN DATACENTER S.L