

G U Í A P A R A U N A C O M U N I C A C I Ó N I G U A L I T A R I A

1/	LA IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN IGUALITARIA	2
2/	CONCEPTOS GENERALES	6
3/	GUÍA PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UN LENGUAJE IGUALITARIO	10
4/	PROPUESTAS CONCRETAS PARA UN USO IGUALITARIO DE LAS IMÁGENES...	18
5/	BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA	24

1

/



LA IMPORTANCIA DE UNA COMUNICACIÓN IGUALITARIA

La revisión del lenguaje y de las imágenes es la primera actividad transversal propuesta por la Unión Europea para iniciar los procesos de igualdad, internos y externos, en las organizaciones.

Uno de los agentes de socialización y de transmisión de los estereotipos de género es el lenguaje. El lenguaje, al igual que el género, es una construcción social que además de reflejar la desvalorización de lo femenino, contribuye a reforzarla.

A través del lenguaje nombramos la realidad, la interpretamos y la creamos simbólicamente cuando hacemos abstracciones.

El lenguaje juega un papel muy importante en la construcción del imaginario social y a la hora de modelar la personalidad.

Nos enseñaron que la lengua es neutra, y el masculino sirve para el genérico y universal. Pero ello data del año 1647, en el que el gramático Vaugelas declaró que “**la forma masculina tiene preponderancia sobre la femenina, por ser más noble**”.

Hemos seguido estos criterios socialmente aceptados sin darnos mucha cuenta de sus consecuencias, sin pensar lo discriminatorio que resulta incluir a la mujer dentro del genérico masculino, porque la hace desaparecer, la hace invisible.



Pero el lenguaje es un sistema dinámico, no es algo estático, tanto las reglas gramaticales como su uso son susceptibles de cambio. Una lengua que no evoluciona está muerta, y si sigue en uso es por su capacidad de adaptarse a las necesidades de los grupos sociales que la hablan.

Dado que este proceso es progresivo y no unidireccional, si cambiamos premeditadamente el uso del lenguaje, ello ayudará a cambiar nuestro concepto del mundo y de las relaciones que se establecen entre hombres y mujeres.

El lenguaje es un instrumento importante que puede utilizarse a nuestro favor, y en el caso que nos ocupa, puede ayudar a cambiar la situación de subordinación que viven las mujeres.

Por todo ello hay que apostar por la comunicación igualitaria, además de por:

- 1 Cumplir con las recomendaciones de la Unión Europea.
- 2 Mejorar el cumplimiento de valores internos de las cooperativas.
- 3 Nombrar a las mujeres allí donde estén presentes.
- 4 Incrementar las actividades por la igualdad, precisión y claridad del lenguaje.

2

/



CONCEPTOS GENERALES

Comúnmente consideramos que el lenguaje español o castellano es sexista, lo que no tenemos en cuenta es que realmente lo que es sexista, es el uso que hacemos del mismo.

USO ANDROCÉNTRICO DEL LENGUAJE E IMÁGENES

Ocultación de la presencia femenina o subordinación de ésta a la masculina.



EL GÉNERO GRAMATICAL

El género gramatical masculino está reconocido hasta el momento como neutro, estableciéndose que engloba a mujeres y a hombres. Una de las consecuencias de esta utilización del masculino es la invisibilización de las mujeres que vienen desempeñando funciones “tradicionalmente masculinas” (tornero, juez, médico, almacenero, ingeniero, jefe de sección, director), manteniéndolas en los puestos que han estado ocupando de manera generalizada (secretaria, limpiadora, cajera). Cada vez surgen más voces que solicitan una revisión del uso generalizado del masculino genérico, para visibilizar y permitir el acceso de las mujeres a ocupaciones en las que su presencia es escasa o inexistente.

USO SEXISTA DEL LENGUAJE E IMÁGENES

Representación femenina de forma sesgada, parcial o discriminada que asigna valores, capacidades y roles diferentes a hombres y mujeres exclusivamente en función de su

sexo. Desvalorizando todo lo que hacen las mujeres frente a lo que hacen los hombres, que es lo que está bien, "lo que tiene importancia". Ej: "*Ese no es trabajo de mujeres*", "*llora como una nena*", "*histérico como una mujer*", etc.

SISTEMA SEXO-GÉNERO

El sexo lo constituyen las diferencias biológicas que tenemos hombres y mujeres, y el género lo constituyen la serie de diferencias culturales y sociales que se nos atribuyen a mujeres y hombres.

Las personas nacemos con un sexo determinado -hecho completamente natural- pero por el hecho de pertenecer a un sexo

o a otro se nos asigna una serie de características y atributos (*roles*) que constituyen lo que llamamos género.

Uno de los mecanismos de transmisión de todos estos valores diferenciados y jerarquizados es el lenguaje, es decir el proceso por el que la persona transmite, aprende, interioriza e integra los valores y comportamientos del medio en el que vive.

El sistema sexo-género vigente produce una relación desigual de poder entre mujeres y hombres que tiene que ver con una distribución desigual de conocimientos, propiedad e ingresos, responsabilidades y derechos. Es, por lo tanto, una dimensión de desigualdad social.





3/



GUÍA PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UN LENGUAJE IGUALITARIO

Por la amplitud de posibilidades que nos ofrece la lengua y por la libertad que tenemos de elegir entre ellas, todas y todos podemos hacer un uso correcto de la lengua y expresar lo que queremos con mayor precisión. La lengua dispone de los elementos necesarios, sólo tenemos que escoger los adecuados.

En general, una fórmula para saber si la expresión utilizada es correcta consiste en invertir la frase y colocar hombres en lugar de mujeres y a la inversa. Si la frase nos parece inadecuada, es señal de que la frase original no es igualatoria.

En definitiva, no se trata sólo de buscar fórmulas y alternativas como si fueran reglas matemáticas. Precisamente por la estrecha relación que existe entre el lenguaje y el pensamiento vamos a ir modificando nuestro lenguaje en la medida en que nos hagamos más conscientes de que

lo usamos incorrectamente y, por otra parte, vamos a ir siendo más conscientes de ello en la medida en que hagamos el esfuerzo de realizar modificaciones en la forma de expresarnos.

A continuación se presentan unas directrices generales para evitar el sexismoy androcentrismo lingüísticos.

NO USES EL MASCULINO EN UN SENTIDO GENÉRICO, NI EL TERMINO HOMBRE(S) PARA HACER REFERENCIA TANTO A MUJERES COMO A HOMBRES

Para evitar esa ambigüedad lingüística y la ocultación de las mujeres en el discurso público, se puede optar por acudir a las formas femenina y masculina de las palabras o por alternativas léxicas y sintácticas que reemplacen el masculino genérico.

A continuación se presentan alternativas para el uso correcto del lenguaje.

► Uso de nombres genéricos y abstractos

Sustituiremos el genérico masculino por otros términos con valor genérico real.

Ejemplos de términos genéricos y abstractos

Personal	Personas	Grupo
Juventud	Personas socias	Equipo de personas
Empresariado	Familiares	Juventud
Dirección	Infancia	Ser humano
Licenciatura	Judicatura	Delegaciones
Clientela	Población	Abogacía

En lugar de...

- El socio de la cooperativa
- Los gestores
- Los directores de departamento
- Los delegados de personal
- Los trabajadores
- Los directivos
- El presidente
- Los empresarios
- Los niños
- Los jóvenes
- El responsable del hipermercado
- El jefe de personal
- El solicitante
- El consultor
- Se necesita licenciado en economía
- Si necesita invertir venga a consultar con nuestro asesor
- Ha aumentado el número de empleados

Es conveniente usar...

- La persona socia de la cooperativa
- El personal gestor
- Las direcciones de departamento
- Las delegaciones de personal
- El personal, las personas trabajadoras
- Los puestos directivos, el personal directivo
- La presidencia
- El empresariado
- La infancia
- La juventud
- La persona responsable del hipermercado
- La jefatura de personal
- La persona solicitante
- La consultoría
- Se necesita persona con licenciatura en economía
- Si necesita invertir, venga a nuestro servicio de asesoría
- El numero de empleos ha aumentado



► Uso dobles formas

También podemos recurrir, ocasionalmente, a la duplicación, es decir, a la presencia conjunta del femenino y el masculino (sin dar una preferencia sistemática en el orden al masculino ni al femenino).

- No hay que abusar de la *duplicidad* porque resulta un lenguaje muy pesado y repetitivo.
- Procuraremos usar cualquiera de las otras *alternativas* de este manual.
- Alterna el uso *del femenino y del masculino*.

Podemos utilizar *dobles formas* en los artículos y sustantivos o sólo en uno de ellos. En este caso se concuerda gramaticalmente con el último artículo o sustantivo. Sin embargo, no podemos acudir al criterio de proximidad cuando adjetivos y participios van precedidos por un verbo copulativo (*ser, estar o parecer*).

En lugar de...

Los socios de la cooperativa ➤
Los jefes y jefas de tienda aprobados en la promoción
Los trabajadores y trabajadoras serán ➤ convocados
El director ha informado a los socios ➤

Es conveniente usar...

Los socios y las socias de la cooperativa
Los y las socias de Eroski
Los jefes y jefas de tienda de tienda aprobadas en la promoción
El personal será convocado
La dirección ha informado a socias y socios

► Cambios de sintaxis de la redacción

Utiliza:

Que
Quien
Quienes
Frases impersonales
Frases pasivas
Quita elementos que no aportan nada
(artículos, sujeto de oraciones...)

Omitir el artículo en los sustantivos neutros que incluyan a mujeres y hombres, así como suprimir términos que no añadan información.

En lugar de...

Los profesionales del sector reclaman....
La contratación temporal de trabajadores para la sustitución de los que se jubilen...
Las horas anuales a trabajar por los trabajadores serán...

Es conveniente usar...

Profesionales del sector reclaman...
La contratación temporal para la sustitución de quienes se jubilen...
Las horas anuales a trabajar serán...

Uso de las formas personales de los verbos y uso de pronombres (siempre que el sujeto en 3^a persona esté claro o sea un colectivo que no requiere mención).

En lugar de...

Se recomienda a los clientes que
soliciten factura de las compras.
El Consejo Rector proporcionará al socio ... que lo solicite...
Para proveer tales vacantes la empresa, entre los empleados que reúnan las características anteriores...
Las plazas libres se asignarán entre los primeros solicitantes.
Si estas interesado en el puesto...
El lector de la revista Consumer comprobará...

Es conveniente usar...

Recomendamos se solicite factura de las compras.
El Consejo Rector proporcionará a quien lo solicite...
Para proveer tales vacantes la empresa, entre quienes reúnan las características anteriores...
Las plazas libres se asignarán entre quienes hayan hecho su solicitud en primer lugar.
Si tienes interés en el puesto...
Quien lee la revista Consumer comprobará...

Formas de evitar otros pronombres masculinos falsamente genéricos (cuantos, del mismo, los demás, los referidos, los mencionados...).

En lugar de...

Varios visitantes manifestaron...
Todos aquellos que sean socios...
Si ambos están de acuerdo...
Los demás que vayan a charcutería.
Todos hemos sido generosos con este esfuerzo...

Es conveniente usar...

Un grupo de visitantes manifestó...
Aquellos personas que sean socias...
Si ambas partes están de acuerdo...
El resto que vaya a charcutería.
Ha sido un esfuerzo de todas las partes...



Cambios con preposiciones, verbos sustantivados, cambiar el verbo de la 3^a a la 2^a persona singular (tú o usted), o a la 1^a del plural sin mencionar el sujeto, eliminación de masculinos prescindibles, etc. (siempre que el sujeto esté claro o sea un colectivo que no requiere mención).

En lugar de...

- El trabajador tendrá tres oportunidades.▶
- Los alumnos que estén adecuadamente▶ calificados...
- Los solicitantes deberán presentar...▶
- Se recomienda a los clientes que soliciten factura de las compras. ▶

Es conveniente usar...

- Se darán tres oportunidades.
- El alumnado con cualificación adecuada....
- (Con la solicitud) se deberá presentar...
- Usted puede solicitar facturas de las compras.

► El uso de las barras

Puede ser un recurso válido en el caso de documentos administrativos (formularios, fichas, impresos de solicitud...) cuando no tenemos otra fórmula más adecuada o por cuestiones de espacio del documento. Las barras cumplieron su función, fueron válidas y muy útiles cuando se comenzó la revisión del lenguaje desde esta perspectiva (finales de los 70). Sin embargo, es una fórmula poco recomendable, en general, porque el texto resultante es poco legible y nuestra lengua dispone de otros recursos más adecuados para nuestras necesidades de expresión.

► El uso de la @

La @ no es un signo lingüístico. Soluciona aparentemente el problema en el lenguaje escrito, pero no en el oral. Puede ser válido como último recurso, pero la alternativa tiene que pasar por el uso de otros recursos que existen en nuestra lengua y que hemos

ido mencionando. Hoy en día el uso de la arroba no se considera como alternativa.

► Combinación de varias posibilidades

Los múltiples recursos de que dispone la lengua nos permiten elaborar discursos variados, no repetitivos, precisos y no sesgados, sin que por ello tengamos que renunciar a la estética y a la economía del lenguaje. En cualquier caso, recordemos que la función principal del lenguaje es la COMUNICACIÓN. Esta comunicación será mejor cuanto mejor reflejada quede la realidad de lo que queremos explicar, el resto muchas veces sólo son... disculpas.

UTILIZA EL FEMENINO EN CARGOS, PROFESIONES, OCUPACIONES, TÍTULOS Y RANGOS SIEMPRE QUE EL IDIOMA ESPAÑOL OFREZCA ESTA POSIBILIDAD

Cuando nos referimos a una persona que ocupa un cargo o una profesión, usaremos el género adecuado: masculino si se trata de un hombre, femenino si es una mujer. En los plurales que se refieran a personas de ambos性, utilizaremos un genérico o bien la duplicación, en función del caso. Indicaremos los dos géneros si se da la

posibilidad que el lugar de trabajo sea ocupado tanto por un hombre como por una mujer.

El femenino es frecuentemente usado tan solo para trabajos tradicionalmente unidos al rol femenino, sin embargo, se utiliza el masculino para las profesiones, oficios y titulaciones consideradas de mayor prestigio social y reservadas exclusivamente a los hombres.

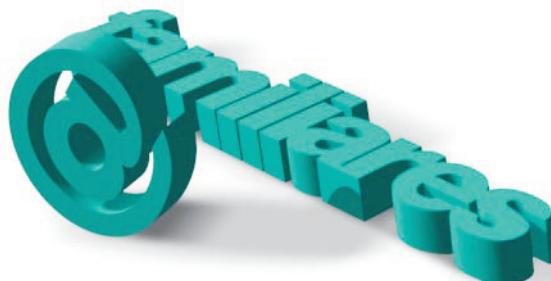
Esta diferencia presupone un estatus subordinado de las mujeres con independencia de su situación personal y, por ello, debe ser eliminada.

En lugar de...

- Sra. Carmen Perez, abogado. ►
- La miembro del consejo rector. ►
- La jueza dictó sentencia. ►
- Se ofrece una plaza de ingeniero. ►
- Las limpiadoras. ►
- Las cajeras. ►
- Los médicos y las enfermeras. ►

Es conveniente usar...

- Sra. Carmen Perez, abogada.
- La rectora.
- La jueza dictó sentencia.
- Se ofrece una plaza de ingeniero/a.
- El personal de limpieza.
- El personal de caja.
- El personal médico y el de enfermería.





NO PRESENTES AL HOMBRE COMO ÚNICO SUJETO DE ACCIÓN Y DE REFERENCIA Y A LA MUJER COMO DEPENDIENTE O SUBORDINADA

Señala valores, aptitudes y capacidades correspondientes a la persona en sí y no en función de su pertenencia a un sexo u otro.

Un error frecuente es nombrar diferentes cualidades para mujeres (relacionadas con la estética) y para hombres (relacionadas con lo intelectual).

NO

Señor, señora o señorita.

NO

El señor X acudió a la exposición acompañado de su mujer y su hijo.

Un numeroso grupo de personas asistió al acto de inauguración de... las mujeres, elegantemente vestidas...



4/



PROPUESTAS CONCRETAS PARA UN USO IGUALITARIO DE LAS IMÁGENES

LA IMAGEN TAMBIÉN ES CONTENIDO

Es necesario que las imágenes representen la pluralidad, libres de estereotipos: a hombres y mujeres tanto en ámbitos públicos como privados; a la mujer, pero no a una mujer determinada, sino a la diversidad de las mujeres. Y lo mismo ocurriría a la hora de representar todas las etnias, estratos sociales, edades y culturas.

Porque las imágenes también son contenidos: un espejo de la sociedad que vivimos y una lectura de la realidad que deberá representarla en toda su diversidad.

El lenguaje gráfico es el primero que entra por la vista, de la lectura que de él hagamos, a menudo dependerá que pasemos al texto o desestimemos del todo unos contenidos, pensando que no nos atañen o que no nos representan. Por eso la elección de fotografías, iconos y colores tiene que ser fruto de una reflexión y no del azar.

Si al insertar imágenes en nuestras comunicaciones lo hacemos con un tratamiento igualitario, podremos evidenciar los nuevos roles que van asumiendo LAS MUJERES Y LOS HOMBRES.

Las imágenes deberán, por tanto:

- a) Visibilizar a las mujeres (evitando el uso de la figura masculina como genérico

que pretende representar a todos los seres humanos).

- b) Visibilizar adecuadamente a las mujeres y a los hombres (sin caer en estereotipos de roles familiares y sociales, uso de espacios públicos y privados, tipo de actividades o acciones llevadas a cabo, etc).

PROPUESTAS PARA UNA UTILIZACIÓN IGUALITARIA DE LAS IMÁGENES

Presentar otro tipo de relaciones entre hombres y mujeres que no sean las basadas en principios como seducción o atracción sexual:

- que reflejen la igualdad en los centros de trabajo.
- que muestren camaradería, solidaridad, cooperación o atención mutua.
- que visibilicen su colaboración en distintas situaciones.

Visibilizar relaciones entre mujeres no basadas en los estereotipos:

- de cordialidad, atención mutua, cooperación, etc.

Representar relaciones entre hombres no basadas en los estereotipos:

- de amistad sin sustentarse en “guiños entre iguales” a propósito de la sexualidad de las mujeres.

Representación de las mujeres:

- Representar a las mujeres, y no a la mujer vista desde el prisma del hombre. Por lo tanto, debemos poner especial atención en hacer visible la diversidad existente de las mujeres con diferentes edades, de diferentes etnias, con distintas ocupaciones y niveles socioculturales, etc.
- Evitar los tradicionales roles asociados a cada sexo.

Representación de los hombres:

- Representar a los hombres, y no a un

único modelo de hombre. Por lo tanto, debemos poner especial atención en hacer visible la diversidad existente de los hombres (distintas edades, diferentes ocupaciones, niveles socioculturales distintos, etc.).

- Hacer visible la participación de los hombres en funciones que de forma estereotipada se asocian a las mujeres.

Representación de niñas y niños:

- Intercambiar los roles tradicionales masculinos y femeninos.

Directrices concretas para el uso de imágenes y mensajes igualitarios

- Utilizar un lenguaje que explice la presencia de hombres y mujeres.
- Incluir voces masculinas y femeninas en los mensajes en off, sobre todo cuando aconsejan o sugieren seguridad.
- En las representaciones visuales, garantizar la presencia equilibrada de imágenes de hombres y mujeres.
- Utilizar el recurso publicitario del cuerpo humano sólo cuando el servicio que se promociona lo justifica. En todo caso, asegurar el equilibrio entre la aparición de cuerpos de mujeres y de hombres.
- Representar la diversidad y pluralidad de mujeres y hombres, tanto en su aspecto físico como en sus funciones sociales.
- Mostrar a mujeres y hombres en el ámbito laboral indistintamente, en profesiones no condicionadas por estereotipos de género.
- Asegurar la aparición de mujeres sin vinculación de dependencia con los hombres, tomando decisiones y en ámbitos de representatividad.
- Reflejar hombres y mujeres en entornos en los que tradicionalmente han estado ausentes (Por ejemplo, deportes para ellas, ámbito doméstico para ellos).
- Dirigir a mujeres servicios que suelen enfocarse hacia los hombres.
- Reflejar de forma manifiesta esta misma pluralidad de imágenes, voces, ámbitos de acción y responsabilidades en todas las campañas dirigidas a niñas, niños y juventud.
- Garantizar que tanto las imágenes como el trasfondo del mensaje se correspondan con los principios de igualdad entre mujeres y hombres.



EJEMPLOS

Utilizar imágenes que visibilicen a las mujeres y expliciten la presencia de mujeres y hombres en igualdad:

- Mujeres compartiendo protagonismo con hombres.
- Mujeres en ámbitos públicos tradicionalmente asociados al masculino.
- Frecuencia de aparición igualitaria de hombres y mujeres.

Ejemplos de fotografías donde se rompe con el estereotipo masculino:

- Se visibiliza a los hombres en ámbitos privados y actividades domésticas tradicionalmente asociadas a las mujeres.
- Mayor protagonismo del hombre, en pri-

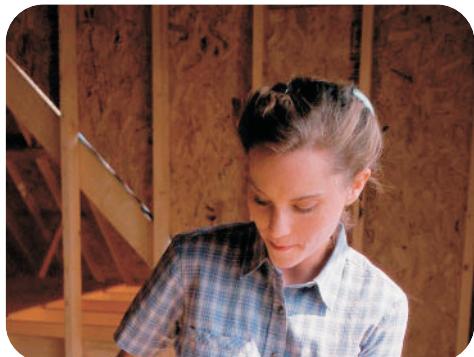
mer plano, pero visualización de la mujer, en corresponsabilidad, en segundo plano.

Ejemplos de fotografías donde se rompe con el estereotipo femenino:

- Se visibiliza a las mujeres en ámbitos públicos y en profesiones o actividades tradicionalmente asociadas a los hombres.
- Las mujeres son únicas protagonistas de las imágenes: autonomía de la mujer en ámbitos tecnológicos, automoción, etc.
- Rol activo de la mujer, que manipula máquinas, combatiendo el rol pasivo estereotipado.

Utilizar iconos e imágenes de vínculos de mujeres y hombres en igualdad.







5/



BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

- **FEDERACIÓN DE MUJERES PROGRESISTAS** *Guía de lenguaje.*
Programa FMP “Lenguaje sexista, Género e Igualdad”. Instituto Nacional de la Mujer. 2000.
- **Manual de comunicación no sexista.**
Ajuntament de Terrassa Proyecto ROL: DOCUMENTACION.
- **El lenguaje, más que palabras.** Propuestas para un uso no sexista del lenguaje.
EMAKUNDE.
- Bizkaiko Foru Aldundia / DIPUTACIÓN FORAL DE BIZKAIA. *Proyecto PAREKATUZ: manuales de comunicación y género.*

**lenguaje
igualitario
en las
cooperativas**

Con la colaboración de:



MINISTERIO
DE TRABAJO
Y ASUNTOS SOCIALES

SECRETARÍA GENERAL DE EMPLEO

DIRECCIÓN GENERAL DE LA ECONOMÍA
SOCIAL, DEL TRABAJO AUTÓNOMO
Y DEL FONDO SOCIAL EUROPEO