

Herramienta de comunicación inclusiva



Índice

Invitación a una nueva forma de comunicar	3
Comunicación inclusiva y con perspectiva de género	4
Discapacidad	4
Definiciones	4
Uso del lenguaje	5
Términos incorrectos y correctos	7
Accesibilidad	7
Diversidad sexual	10
Definiciones	10
Uso del lenguaje	10
Tratamiento periodístico responsable	11
Términos incorrectos y correctos	13
Género	14
Definiciones	14
Uso del lenguaje con perspectiva de género	15
Comunicación audiovisual con perspectiva de género	19
Conclusiones	23
Ejemplos	24
Fuentes	25

Invitación a una nueva forma de comunicar

El lenguaje juega un rol fundamental en la construcción de la cultura y de las identidades; construye significados, genera sentido y percepciones y, con ellas, valoraciones positivas o negativas sobre lo que nombramos; y, al nombrar, se da existencia, ya que lo que no es nombrado es invisibilizado o negado.

Una de las formas más sutiles de discriminación es a través de la lengua, ya que esta no es más que el reflejo de los valores y del pensamiento de la sociedad que la crea y utiliza. A través del lenguaje, se construyen imágenes de las personas y grupos sociales, y se transmiten y refuerzan los estereotipos y roles de género, reproduciendo las relaciones asimétricas e inequitativas que se dan en la sociedad. El lenguaje, tal como lo vivimos en la actualidad, contribuye a la reproducción del paradigma patriarcal heteronormativo excluyente y, por ende, cada persona puede reproducir expresiones discriminatorias, estereotipadas o estigmatizantes.

El lenguaje va cambiando a lo largo del tiempo para responder a las necesidades de la comunidad que lo utiliza. Los usos lingüísticos se modifican a medida que la realidad social va cambiando, y se generan, en cada época, nuevos consensos respecto de las normas lingüísticas. En este sentido, día a día tenemos la oportunidad de construir un lenguaje inclusivo, por lo que convocamos a cada persona a revisar sus prácticas discursivas, así como a las organizaciones a hacer uso de un lenguaje inclusivo en todas las comunicaciones —tanto internas como externas—, y mensajes institucionales, incluyendo la publicidad.

De este modo, convocamos a expresarse utilizando un lenguaje que refleje la igualdad entre las personas, que visibilice a aquellas pertenecientes a grupos vulnerados o invisibilizados, que no reproduzca estereotipos, ni etiquete o encasille a las personas, para que todas reciban un trato equitativo y puedan desarrollar sus potencialidades. Esperamos que el ámbito empresarial pueda nutrirse de esta herramienta.

El equipo de la R.E.D.

Comunicación inclusiva y con perspectiva de género

Esta herramienta surgió como resultado del evento exclusivo para empresas miembro “Workshop y campaña sobre comunicación inclusiva”, que se llevó a cabo el 7 de julio de 2017 en la UTDT. En este documento, se concentran los contenidos expuestos durante el workshop, y su objetivo es incentivar a todas las personas a incorporar una mirada inclusiva reconociendo la posibilidad que tienen los medios de deconstruir los estilos de comunicación socialmente instalados, así como aportar las definiciones básicas de cada tema desarrollado. En este sentido, a continuación, se presenta el uso del lenguaje y la comunicación en discapacidad, diversidad sexual y género.

Discapacidad

Definiciones

¿Qué significa “persona con discapacidad”?

La Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad¹ (PCD) establece que “las personas con discapacidad incluyen a aquellas que tengan deficiencias físicas, mentales, intelectuales o sensoriales a largo plazo que, al interactuar con diversas barreras, puedan impedir su participación plena y efectiva en la sociedad, en igualdad de condiciones con las demás”.²

La Convención enmarca esta definición en el respeto por la diferencia y la aceptación de las personas con discapacidad como parte de la diversidad y la condición humana.

¿Qué es la discapacidad?

La discapacidad es un concepto que evoluciona. Actualmente se la considera como un fenómeno social, ya que está en función del entorno y de las actitudes predominantes de la sociedad. En este sentido, el concepto de discapacidad puede variar de una sociedad a otra, dependiendo de las barreras que se presentan en el entorno cuando no se ajusta a la condición de la persona con discapacidad, y de las actitudes sociales negativas que impiden o restringen la participación plena y efectiva de las PCD en la

¹ La Convención fue aprobada y sancionada en la Argentina como la Ley N.º 26.378, el 21 de mayo de 2008.

² Organización de las Naciones Unidas. (2006). *Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad y Protocolo Facultativo*. Nueva York: ONU.

sociedad, cercenando sus derechos y dificultando su participación en igualdad de condiciones con las demás personas.

Tipos de discapacidad

- Auditiva (sensorial)
- Intelectual
- Motora
- Psicosocial
- Visceral
- Visual (sensorial)

Uso del lenguaje

A continuación, se desarrollan algunas consideraciones sobre las palabras y expresiones que generalmente se utilizan para referirse a las PCD. Para tener un discurso inclusivo, deberían reverse algunas de las expresiones o maneras de comunicarse que se presentan a continuación.

Eufemismos

- No utilice expresiones eufemísticas que refieren a “necesidades especiales” o “capacidades diferentes”, lo que alude a características excepcionales de las personas. Estas expresiones aparecieron para reemplazar las anteriores denominaciones (“in-capacidad” e “in-validez”) que son discriminatorias. Sin embargo, pueden dar a entender que las PCD deben satisfacer sus necesidades en ámbitos “especiales”. En este sentido, contribuyen a la invisibilización y segregación de las PCD.
- Tenga en cuenta que las PCD no tienen capacidades “distintas” o “extraordinarias”, sino que tienen alguna o algunas funcionalidades afectadas o limitadas, pero siguen teniendo otras intactas y plenas. Todo depende de dónde se hace foco: en lo que tienen o en lo que les falta.
- No tema referirse a la condición de discapacidad de manera concreta, en lugar de utilizar eufemismos. Al momento de expresarse, es importante no adoptar una actitud paternalista o un trato compasivo hacia las PCD. Se las debe pensar como personas con autonomía e independencia.
- Tenga presente que la discapacidad surge del estado de la salud, pero también surge de la interacción de la persona con el entorno. Muchas veces

es el entorno el que está propiciando o acentuando la discapacidad, por lo cual, se deben crear ambientes inclusivos para todos, y no solo para algunos.

Las palabras “discapacidad” y “persona”

- No utilice la expresión “discapacitado/a”, que hace referencia a una característica o cualidad de una persona, pero no define lo que la persona es integralmente.
- Considere a los individuos en todo su ser y a la discapacidad como una característica entre otras. Se trata de personas que tienen una discapacidad, de allí el **término correcto: “persona con discapacidad”**.
- No utilice términos como “sufrir” o “padecer” al referirse a la condición de discapacidad, ya que la persona puede no vivirlo de este modo. Las personas **tienen** discapacidad.
- Piense a los seres humanos como seres diversos y, por ende, con distintas capacidades y cualidades.

Tipos de discapacidad

- Haga referencia a la persona mencionando su deficiencia de manera correcta, por ejemplo, “persona con discapacidad visual” o “persona ciega”, en lugar de “ciego o ciega”, expresión que define y, por lo tanto, etiqueta a la persona por una sola cualidad.

Términos incorrectos y correctos



INCORRECTO



CORRECTO

Personas con necesidades especiales	Persona con discapacidad
Personas con capacidades diferentes	
Incapacitado/a, inválido/a, disminuido/a, deficiente, enfermitos/as	
Discapacitado/a	
Ciego/a o diminutivos (cieguito/a)	Persona con discapacidad visual o persona ciega
Minusválido/a, cojo/a, lisiado/a, parálítico/a, tullido/a, mutilado/a,	Persona con discapacidad motriz o con movilidad reducida
Sordomudo/a, sordo/a o diminutivos (sordito/a)	Persona con discapacidad auditiva o persona sorda
Loco/a, demente, trastornado/a, anormal, retrasado/a mental, mogólico/a, tonto/a, tarado/a, inútil, idiota, deficiente	Persona con discapacidad psicosocial o intelectual
Sufrir o padecer una discapacidad	Tener una discapacidad
Pobrecito/a o expresiones paternalistas o compasivas	Personas con autonomía e independencia

Accesibilidad

La Gerencia Operativa de Promoción de Empleo para Personas con Discapacidad, de la Comisión para la Plena Participación e Inclusión de las Personas con Discapacidad (COPIDIS), del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires contribuyó a esta sección de manera significativa a los efectos de elaborar esta herramienta de comunicación inclusiva.

A continuación, se desarrollan algunas consideraciones relativas a la accesibilidad³ comunicacional, física y actitudinal.

³ Se entiende por accesibilidad “la posibilidad de las personas con movilidad [o comunicación] reducida de gozar de las adecuadas condiciones de seguridad y autonomía como elemento primordial para el desarrollo de las actividades de la vida diaria, sin restricciones derivadas del ámbito físico urbano, arquitectónico o del transporte, para su integración y equiparación de oportunidades”. Ley N° 24.314, Accesibilidad de personas con movilidad reducida. Modificación de la Ley N.° 22.431. Buenos Aires, Argentina, 15 de marzo de 1994.

Accesibilidad comunicacional

- Disponga el material en formato digital, por ejemplo, para personas con discapacidad o disminución visual. Asegúrese de que el documento pueda ser leído por un lector de pantallas como el software gratuito Jaws.
- Disponga el material impreso en braille y tipografías de gran tamaño y con contraste para las personas con disminución visual.
- Disponga de un intérprete de lengua de señas para los videos o discursos.
- Asegúrese de que los videos cuenten con subtítulos para las personas con discapacidad o disminución auditiva.
- Asegúrese de que el lenguaje empleado se adapte a las distintas características de los participantes. Utilice un lenguaje claro y sencillo, por ejemplo, para las personas con dificultades de comprensión o para las personas sordas que leen los labios o para la traducción en lengua de señas.
- Asegúrese de que las presentaciones PPT sean leídas en voz alta o se narren los videos o imágenes para las personas con discapacidad o disminución visual.
- Elabore el material sobre la base de los lineamientos del diseño universal⁴ para que el mensaje sea accesible a todas las personas. Complemente cualquier material con ilustraciones y gráficos para las personas con dificultades de comprensión.

Accesibilidad física

- Asegúrese de que exista algún medio de transporte accesible para llegar al lugar. Si lo hay, asegúrese de informar cuáles son.
- Asegúrese de que el edificio esté libre de desniveles, al menos, en aquellas áreas donde van a desenvolverse las personas con discapacidad.
- Asegúrese de que las puertas sean lo suficientemente anchas como para permitir la entrada a una persona en silla de ruedas.

⁴ El diseño universal refiere a la creación de entornos, programas, productos y servicios diseñados de modo que sean utilizables por todas las personas en la mayor medida posible, sin necesidad de adaptaciones o diseño especializado.

- Asegúrese de que en las oficinas o en el lugar de un evento no haya mobiliario que puedan representar un obstáculo (macetas, dispenser de agua, ventanas entreabiertas, etc.).
- Chequee que haya baños adaptados para personas con discapacidad.
- Asegúrese de que la señalética esté adaptada a los distintos tipos de discapacidad (señalética auditiva o en braille para personas ciegas, señalética visual para personas sordas).

Accesibilidad actitudinal

- Contemple que la actividad esté abierta a todas las personas.
- Adapte los entornos para asegurar la inclusión de las personas con discapacidad.
- Promueva la integración entre las personas con y sin discapacidad.
- Invite a diferentes grupos de personas con discapacidad a participar en la redacción o creación de alguna idea o evento.
- Si la persona deja su ayuda o apoyo (muleta, bastón, etc.) en un lugar que incomoda, nunca la corra, avísele ya que es su herramienta de autonomía.
- Si va a hablar con una persona en silla de ruedas o baja estatura, ubíquese a su nivel, ya que es cansador tener la vista en alto y el cuello hacia arriba.
- No tome del brazo sin preguntar a una persona con discapacidad visual. Para guiarla, ofrézcale el suyo ubicándose del lado opuesto a la mano en que la persona sostiene el bastón.
- Para comunicarse con una persona con discapacidad auditiva, hágale de frente y pausado, modulando sin exagerar. No es necesario gritar.
- Deje siempre libre los accesos.
- Hable directamente con la persona, evitando dirigirse a su acompañante. Si le cuesta entender a la persona, pídale que repita. Hable con palabras simples y claras, y descomponga una idea compleja en pequeñas partes. Evite hablar en forma aniñada o paternal.

Diversidad sexual

Definiciones

¿Qué es la diversidad sexual?

Es el conjunto amplio de todas las manifestaciones de la sexualidad, sobre la base de las características biológicas, las orientaciones sexuales, las identidades de género, y sus expresiones, incluyendo la heterosexualidad.

¿Qué significan las siglas LGBTI?

Esta sigla constituye el modo de nombrar a las identidades sexuales no heteronormativas más visibilizadas:

L: Lesbianas

G: Gays

B: Bisexuales

T: Trans (transgénero, transexuales y travestis)

I: Intersexuales

Eventualmente, y dependiendo de los contextos sociales, geográficos y de las necesidades de reivindicación de la propia comunidad LGBTI, se pueden agregar letras tales como la “Q” (Queer⁵) o varias “T” que permiten visibilizar, en este último caso, las principales identidades Trans (transgénero, transexuales, travestis). En este sentido, dicha sigla suele ir modificándose a medida que diferentes grupos de la diversidad sexual legitiman su visibilidad.

Uso del lenguaje

A continuación, se desarrollan algunas consideraciones sobre las palabras y expresiones que generalmente se utilizan para referirse a la diversidad sexual. Para tener un discurso inclusivo, se deberían rever algunas expresiones y maneras de comunicar:

- Contemple toda la diversidad sexual y evite comunicar siempre desde imágenes que replican la heteronormatividad, y que reproduzcan los estereotipos de género (binomio mujer-varón) y de conformación familiar.

⁵ Según la CIDH, “queer” es un término global que refiere a aquellas personas cuya identidad de género no está incluida o trasciende el binario hombre y mujer.

- Visibilice la diversidad de identidades sexuales, sin recurrir a estereotipos. Por ejemplo, no asocie la orientación sexual homosexual con expresiones de género “femeninas”.
- No asocie determinadas ocupaciones con las identidades sexuales. No reproduzca estereotipos ni disminuya las capacidades de las personas LGBTI.
- No dé por sentada la orientación sexual de la persona. Utilice formas neutras como “pareja”, “relación” o “cónyuge”, en lugar de los términos usados cotidianamente como “esposo”, “esposa”, “novio”, “novia”.
- No use calificativos o adjetivos que se emplean cotidianamente como insultos o bromas para hacer referencia a la orientación sexual, identidad de género y expresión de género de las personas. Resultan expresiones discriminatorias que contribuyen a la reproducción de estereotipos y refuerzan los prejuicios.
- No utilice el término “homosexual” para referirse a las personas porque, en determinados ámbitos, se lo ha asociado erróneamente con la patologización de las personas por su orientación y conducta sexual. Sería apropiado utilizarlo exclusivamente para hablar de la “orientación sexual homosexual”. Una opción es referirse a las personas como “persona/varón gay” o “persona/mujer lesbiana”.

Tratamiento periodístico responsable

Este apartado está extraído de la *Guía para el tratamiento periodístico responsable de identidades de géneros, orientación sexual e intersexualidad*, de la Defensoría del Público.⁶

- Respete el principio de autodeterminación de las identidades y orientaciones sexuales, y promueva discursos mediáticos que eviten juzgar o desacreditar la autonomía de las personas para definirse.
- Pregunte a las personas el modo y el pronombre con los que prefieren ser nombradas y respete lo que ellas indican al respecto. Haga mención de su identidad de género, su cuerpo u orientación sexual sólo cuando tenga interés informativo.

⁶ *Guía para el tratamiento periodístico responsable de identidades de géneros, orientación sexual e intersexualidad*. 1ª ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Defensoría del Público, 2016.

- Utilice terminología representativa, respetuosa y precisa del colectivo LGBTI.
- Eluda la presentación mediática de la comunidad LGBTI a través de formas estereotipadas que deriven en discursos violentos, discriminatorios y/o estigmatizantes.
- Evite la tematización [elaboración crítica y sistemática] del colectivo LGBTI desde perspectivas médicas y/o enfoques que patologicen la diversidad sexual y de género.
- Promueva enfoques que visibilicen la diversidad y que cuestionen la dicotomía varón/mujer y la heterosexualidad obligatoria como único modelo legítimo de cuerpos, identidades, relaciones y familias.
- Difunda representaciones positivas de las personas LGBTI en la agenda mediática.
- Promueva el conocimiento de los derechos civiles, reproductivos, sexuales y comunicacionales de las personas LGBTI y brinde información sobre la forma en que son respetados o no.
- Evite la espectacularización de las personas LGBTI y de las temáticas vinculadas a las identidades de género, la orientación y la diversidad sexual.
- Evite la policialización de los casos de violencia contra personas LGBTI.

Términos incorrectos y correctos



INCORRECTO



CORRECTO

Personas con preferencias distintas a la heterosexual	Personas LGBTI (lesbianas, gays, bisexuales, trans e intersexuales)
Comunidad LGBTI	Personas o población LGBTI
Opción o elección sexual	Orientación sexual (no es una elección; lo que sí se elige es el hecho de aceptarse y vivir en consonancia con lo que se siente)
Torta	Persona/mujer lesbiana o persona con orientación sexual homosexual
Homosexual, “medio gay”, amanerado, afeminado	Persona/varón gay o persona con orientación sexual homosexual
Gay o lesbiana encubierto/a, indeciso/a, “patea para los dos lados”	Persona bisexual o persona con orientación sexual bisexual
Varón que ahora es mujer	Persona/mujer trans o persona con identidad de género femenina
Mujer que ahora es varón	Persona/varón trans o persona con identidad de género masculina
“Trava”	Travesti
Hermafrodita	Persona intersexual
Machona	Mujer con expresión de género masculina
Esposo o esposa/novio o novia (asumiendo la heteronormatividad de la otra persona)	Pareja
Homofobia, lesbofobia, transfobia, bifobia	Discriminación por orientación sexual, identidad de género, expresión de género y diversidad corporal

Género

Definiciones

¿Qué significa género?

Es el conjunto de expectativas, oportunidades y atribuciones que se construyen socialmente tomando la diferencia sexual como base. Esta construcción cultural está situada, es histórica y temporal, lo que significa que varía según el lugar y la época, y se reproduce a través de la transmisión de costumbres y valores culturales. El género es lo que la sociedad considera lo “propio” de los varones y lo “propio” de las mujeres.

El modelo social y cultural dominante habla de género como un sistema de poder dicotómico en donde las diferencias (de género) se enlazan al sexo biológico de la persona. Dicho modelo da lugar a dos categorías rígidas donde lo masculino/varón prima sobre lo femenino/mujer. Sobre esta base binaria de sexo y género se ha construido el paradigma patriarcal y heteronormativo actual, que se encuentra en proceso de transformación.

¿Qué significa violencia simbólica?

Es la que, a través de patrones estereotipados, mensajes, valores, íconos o signos, transmite y reproduce dominación, desigualdad y discriminación en las relaciones sociales, naturalizando la subordinación de la mujer en la sociedad. Es uno de los tipos de violencia contra la mujer.

Una de sus modalidades es la violencia mediática contra las mujeres, que consiste en la publicación o difusión de mensajes e imágenes estereotipados, a través de cualquier medio masivo de comunicación, que, de manera directa o indirecta, promueva la explotación de mujeres o sus imágenes, injurie, difame, discrimine, deshonre, humille o atente contra la dignidad de las mujeres, así como también la utilización de mujeres, adolescentes y niñas en mensajes e imágenes pornográficas, que legitimen la desigualdad de trato o construyan patrones socioculturales reproductores de la desigualdad o generadores de violencia contra las mujeres.⁷

⁷ Ley de protección integral a las mujeres N° 26.485, 2009.

Uso del lenguaje con perspectiva de género

A continuación, se lista una serie de medidas que se pueden tomar para una comunicación audiovisual y un uso del lenguaje —oral y escrito— con perspectiva de género, que promueva un trato igualitario y respetuoso de la dignidad de las mujeres y los varones. Es importante mencionar que se presentan todas las opciones posibles, y su uso dependerá del tipo de formato que adopte la comunicación. Se debe prestar atención a que el lenguaje visibilice a los géneros a lo largo de todo el documento, sin que se vaya diluyendo a medida que transcurre la lectura o el discurso.

Cuando se hace un uso sexista de la lengua, se reproducen y se refuerzan las relaciones asimétricas, jerárquicas e inequitativas que se dan en la sociedad. Al eliminar el sexismo en la lengua, se puede visibilizar y otorgar entidad a las mujeres y a todos los géneros; detectar estereotipos y mandatos de género; y poner en evidencia la desigualdad entre varones y mujeres.

Uso del lenguaje con perspectiva de género

A continuación, se desarrollan diferentes medidas para hacer un uso del lenguaje con perspectiva de género:

Uso de formas dobles e impersonales

- Evite la generalización en masculino, culturalmente considerado como género gramatical universal y neutro, ya que esta práctica invisibiliza a las mujeres y, además, no refleja la visión y la experiencia de aquellas.

En el español, todos los sustantivos tienen un género gramatical, pero no todos están sexuados. El problema surge cuando las distinciones se convierten en jerárquicas y excluyentes, es decir, cuando se le agrega un valor superior y universal a la representación de lo masculino por sobre lo femenino.

- Cuando haga referencia a grupos mixtos, utilice los artículos y pronombres femeninos, que permiten visibilizar a las mujeres. También puede usar las formas dobles, que implica mencionar al género femenino y masculino al mismo tiempo, es decir, emplear “las” y “los” y referirse tanto a “ellas” como a “ellos”.

En lugar de hacer referencia a “los trabajadores”, puede hacer referencia a “las trabajadoras y los trabajadores”.

También puede desdoblar el artículo o el demostrativo delante de las palabras

con género común o, en el caso de que las palabras tengan género, se puede no repetir el sustantivo.

Por ejemplo, puede usar “*el/la denunciante*”, “*los y las trabajadoras*”, “*las y los jóvenes*”.

Puede alternar el orden de aparición de las formas femeninas y masculinas a lo largo del texto o discurso, para evitar sugerir una jerarquización de los géneros.

Puede ser engorroso para las personas oyentes o lectoras, ya que las formas dobles dificultan y alargan la lectura o el recitado del texto. Por otro lado, esta medida reproduce el sistema binario de género.

- Evite usar la palabra “hombre” como sinónimo de toda la “humanidad”. Sustituya la palabra “hombre” por “persona” o “varón”, según corresponda.

Por ejemplo, en lugar de decir “es beneficioso para *el hombre*”, puede decir “es beneficioso para *la sociedad/las personas*”.

- También puede impersonalizar⁸ la redacción utilizando la forma verbal del gerundio.

Por ejemplo, en lugar de decir “si *los empleados* trabajan con flexibilidad, la productividad aumenta”, puede decir “*trabajando* con flexibilidad, la productividad aumenta”.

Uso de las barras y del paréntesis

- Puede usar las barras o el paréntesis. Al final de una palabra, se debe agregar una barra o un paréntesis sin espacio de separación previo ni posterior con la letra del género contrario al utilizado primero. Esta opción puede aplicarse cuando se desconoce a las personas destinatarias del mensaje.

Por ejemplo, en lugar de decir “*estimado*”, puede decir “*estimado/a*” o “*estimado(a)*”; en lugar de “*candidato*”, puede decir “*candidata/o*” o “*candidata(o)*”.

Esta medida puede dificultar la lectura, aunque puede resultar útil para los formularios. Por otro lado, esta medida reproduce el sistema binario de género.

⁸ Usar como impersonales algunos verbos que en otros casos no tienen esta condición.

Uso de la @, la “x” o la “e”

El uso de una flexión de género binaria invisibiliza a las personas que se sitúan fuera de la dicotomía femenino/masculino. En efecto, los recursos que se presentan a continuación surgieron para romper con la reproducción del sistema binario de género.

- La tendencia en la actualidad es usar el símbolo arroba (@) o la letra “x” para evitar asignar un género a las palabras, y así dirigirse al público en toda su diversidad.

Por ejemplo, en lugar de decir “*las y los trabajadores*”, puede decir “*l@s trabajador@s*” o “*lxs trabajadorxs*”.

Una de las dificultades que tiene esta forma, es que la arroba no es un signo lingüístico y no se puede pronunciar. La dificultad que enfrenta el cambio de la letra indicativa del género por la “x” es que no se respetan las normas gramaticales de la lengua española. Por lo cual, estos recursos se pueden aplicar en determinados formatos tales como las redes sociales, los correos electrónicos personales, blogs, carteles y anuncios.

- Otra tendencia es hacer uso de la letra “e” para no asignar un género determinado a las palabras. Esta forma permite contemplar a todas aquellas personas que no se asumen bajo identidades de género binarias.

Por ejemplo, en lugar de decir “*los trabajadores*”, puede decir “*les trabajadores*”.

Uso de abstractos

- Puede hacer uso de sustantivos colectivos, o palabras o expresiones abstractas, tales como los términos el “grupo”, el “personal”, el “equipo”, la “plantilla”, el “cuerpo”, la “población”, la “clientela”, la “parte inversora”, entre otras.

Por ejemplo, en lugar de decir “*el presidente*”, puede usar “*la presidencia*”. En lugar de “*los directores*”, puede decir “*la dirección*” o “*el cuerpo directivo*”. En lugar de “*los empresarios*”, puede decir “*el empresariado*”. En lugar de “*proveedores*”, puede decir “*organizaciones/empresas proveedoras*”.

- Puede usar las palabras “persona” y “personal” seguidas de un adjetivo o una frase subordinada.

Por ejemplo, en lugar de usar “*los trabajadores*”, puede decir “*el personal*”. En lugar de “*emprendedor*”, puede decir “*persona emprendedora*”. En lugar de “*solicitante*”, puede decir “*persona solicitante*”. En lugar de “*la secretaria*”, puede decir “*la persona responsable de la secretaría*”.

- Otra opción es incorporar anglicismos al lenguaje, tales como la palabra “*managers*”, que, si no se acompaña de artículos determinantes, no sugiere un género en particular.

Por ejemplo, en lugar de usar “esta es una comunicación para *los managers*”, puede usar “esta es una comunicación para *managers*”.

Uso de artículos y pronombres

- Puede omitir o eliminar las referencias personales recurriendo a “quien” o “quienes”, en lugar de usar los pronombres “el”, “los”, “aquel”, “aquellos”.

Por ejemplo, en lugar de usar “*los usuarios* del servicio”, puede usar “*quienes hacen uso* del servicio”.

- Puede omitir o eliminar las referencias personales sustituyendo el uso de “uno” por “alguien”, “cualquiera”, “cada” o “nadie”. También puede usar la primera persona del plural.

Por ejemplo, en lugar de decir “cuando *uno* hace ejercicio, después trabaja mejor”, puede decir “cuando *alguien* hace ejercicio, después trabaja mejor” o “*cualquiera* que haga ejercicio, después trabaja mejor”. Aplicando la primera persona del plural, se puede decir “cuando hacemos ejercicio, después trabajamos mejor”. En lugar de decir “se requiere la firma de *los miembros* del equipo”, puede decir “se requiere la firma de *cada miembro* del equipo”.

- Puede omitir o eliminar las referencias personales al cambiar los pronombres o adjetivos con género masculino por otras palabras que expresen el mismo sentido y que no tengan género, tales como “la mayoría”, “la minoría”.

Por ejemplo, en lugar de decir “*muchos* ejercitan”, puede decir “*muchas personas* ejercitan”, “*la mayoría* ejercita” o “*la minoría* no ejercita”.

- Puede evitar anteponer artículos cuando la palabra es genérica, para evitar sexuar el término.

Por ejemplo, en lugar de decir “*los representantes* del ERG”, puede decir “*representantes* del ERG”. En lugar de “*es el líder* del sector”, puede decir “*es líder* del sector”.

- Puede hacer uso de los “sustantivos comunes en cuanto al género”, que son los que tienen una sola forma, la misma para los dos géneros gramaticales. El género del sustantivo lo indican los determinantes y los adjetivos.

La palabra “miembro/s” puede usarse como sustantivo común en cuanto al género, uso que se admite como válido cuando se desee hacer explícito el sexo del referente. Por ejemplo, puede decir “Es una miembro del ERG”. Otros ejemplos de sustantivos comunes en cuanto al género son “el/la psiquiatra”, “un buen/una buena profesional”.

- También puede cambiar la persona del sujeto, usando la segunda persona del

singular (tú, usted o vos), en lugar de la tercera persona del singular, o la primera persona del plural sin mencionar el sujeto.

Por ejemplo, en lugar de decir “*el empleado* podrá servirse café gratis”, puede decir “*si usted trabaja en nuestra empresa*, podrá servirse café gratis”. En lugar de decir “¿Quiere trabajar con *nosotros*?”, puede decir “Quiere trabajar con *nuestra empresa/nombre de la empresa*?”. En lugar de decir “*nosotros* queremos garantizar la equidad”, puede decir “*queremos* garantizar la equidad”.

Uso de profesiones, cargos, títulos o actividades humanas

- Evite mencionar los puestos, profesiones, ocupaciones, cargos, oficios, títulos académicos solamente en masculino —en caso que sea posible—, ya que invisibiliza a las mujeres que se desempeñan en determinados puestos o profesiones, y sugiere que las mujeres que los ejercen son excepciones. Cuando se comunique una oferta de empleo, se recomienda colocar la profesión tanto en femenino como en masculino. También se puede recurrir al uso de los abstractos, tal como se mencionó previamente.

Por ejemplo, en lugar de hacer referencia a “*asesores/el asesor*”, “*tutores/el tutor*”, “*los jefes/el jefe*”, “*el director/los directores*”, “*el coordinador/los coordinadores*”, puede hacer referencia a “*la asesoría*”, “*la tutoría*”, “*la jefatura*”, “*la dirección*”, “*la coordinación*”.

- También se debe evitar hacer uso del género femenino para referirse a las profesiones u oficios tradicionalmente asociados con las mujeres.

Por ejemplo, evite referirse a “*las secretarias*”, y use “*el personal de secretaría*”.

Comunicación audiovisual con perspectiva de género

Es una práctica muy común que, desde las organizaciones, se transmita mensajes e imágenes sexistas o estereotipadas, presentando a las mujeres minorizadas, cosificadas, hipersexualizadas, y relacionadas con valores tales como la debilidad, la pasividad y la dependencia. Este tipo de comunicación afecta las percepciones que socialmente se tienen sobre los roles, comportamientos y habilidades de las mujeres y los varones.

A continuación, se desarrollan las medidas para un uso de la comunicación audiovisual con perspectiva de género:

Comunicaciones respetuosas de la dignidad de las mujeres

- No exprese mensajes o imágenes sexistas y no atente contra la dignidad femenina. Los medios de comunicación masiva y la publicidad siguen reproduciendo a las mujeres en una posición de desigualdad, asignándoles sistemáticamente determinados roles relacionados con las tareas del cuidado (madres o amas de casa), o mostrándolas como objetos en lugar de personas. No se debe hacer alusión a las personas como objetos sexuales, lo que significa no utilizar el cuerpo femenino para anunciar o vender bienes y servicios. Asimismo, se puede resaltar otro tipo de atributos, tales como los intelectuales.

Diversidad en los patrones estéticos y de comportamiento

- Evite la difusión de patrones estéticos y de comportamiento estereotipados. Evite el uso regular de imágenes de mujeres jóvenes, delgadas, blancas, estilizadas, en posición sonriente y, por otro lado, evite mostrar a las mujeres situadas detrás de un hombre, en actitudes superficiales o espacios domésticos. Asimismo, evite el uso sistemático de imágenes de varones vigorosos, fuertes, altos y blancos, en posición exitosa o de líder, y en actitudes o espacios productivos. Se pueden reemplazar estos ideales por la realidad, visibilizando a las personas en toda su diversidad (diversidad corporal, etaria, étnica, de proyectos de vida; personas migrantes, personas con discapacidad, personas de pueblos originarios, personas LGBTI, tales como las mujeres trans, personas adultas mayores, entre otras).

Representación de los ámbitos domésticos y productivos

- No recurra a los estereotipos de género. Se debe representar a mujeres y varones en diversos roles sociales, tanto públicos como privados.

Representación del espacio doméstico:

- Evite asociar a las mujeres a los espacios y roles domésticos, ya que se debe romper con la idea de que las tareas domésticas son de dominio exclusivo de las mujeres, o que hay determinadas tareas domésticas para las mujeres y determinadas tareas para los varones.
- Incorpore a los varones a los espacios privados, realizando tareas domésticas o cuidando de niños y niñas u otros familiares.

- Fomente la corresponsabilidad en este ámbito. No haga referencia al trabajo de los varones en el espacio doméstico como “ayuda” hacia las mujeres, ya que de este modo se da a entender que la responsabilidad en este ámbito seguiría recayendo en las mujeres.
- Presente a mujeres y varones realizando tareas por igual o utilizando productos y servicios relacionados con las actividades propias de este ámbito.

Representación del espacio productivo:

- Muestre perfiles de puestos de trabajo libres de condicionantes de género, donde el sexo u orientación sexual no determine el perfil del puesto. Muestre personas de un género en espacios o ejerciendo trabajos u oficios no tradicionales para ese género, ya que se debe romper con la idea de que hay profesiones, trabajos u oficios para varones y otros para mujeres.
- Evite reproducir estereotipos de mujeres en profesiones y oficios percibidos como femeninos o en roles tradicionales (mujeres-madre, limpiando, cuidando, realizando las tareas de la casa, ejerciendo puestos en peluquerías, en secretaría, en enfermería o en el sector educativo). De igual manera, sitúe a las mujeres en espacios de trabajo, capacitación o esparcimiento; muestre situaciones donde las mujeres están desempeñándose en puestos o espacios que se asocian a los varones o que son tradicionalmente ocupados por varones, tales como las nuevas tecnologías o en cargos de responsabilidad y prestigio, en órganos de decisión, como empresarias o emprendedoras.
- Asimismo, evite reproducir estereotipos de varones en profesiones y oficios tradicionales o percibidos como masculinos (varones en puestos directivos o gerenciales, emprendedores, en algunos sectores como sistemas o ingeniería). De igual manera, muestre a los varones en profesiones o puestos tradicionalmente ocupados por mujeres o que se asocien con el género femenino.
- También puede mostrar a personas en situación de vulnerabilidad social realizando actividades o desempeñándose en espacios que les son vedados socialmente, por ejemplo, una persona trans capacitándose o trabajando en una oficina.

Paridad e igualdad en la composición de la escena

- Procure que la composición de la escena mantenga un equilibrio y paridad entre los géneros. Tenga en cuenta que la actitud o disposición entre las personas de la escena no debe manifestar una jerarquización de un género sobre el otro, sino que debe mostrarlos en igualdad de condiciones. Asimismo, no muestre una escena donde un género tiene más protagonismo o más poder que el otro. Esto se traduce en que no se presente a las mujeres como elementos accesorios o decorativos, y en segundo plano.

Visibilización de la diversidad sexual y de la conformación familiar

- Visibilice la diversidad sexual, y evite comunicar desde imágenes que replican la heteronormatividad. Busque romper con los estereotipos de género (binomio mujer-varón) y de conformación familiar, visibilizando familias monoparentales, homoparentales, lesboparentales, ensambladas, etc.

Mensajes de igualdad desde la primera infancia

- No reproduzca ideas ni estereotipos sexistas en las publicidades o comunicaciones dirigidas a niñas y niños, ya que, para generar el cambio cultural en las nuevas generaciones, es fundamental comunicar mensajes de igualdad desde la primera infancia. Preste especial atención a la promoción de ciertos productos que se presentan destinados a un solo género, para evitar fomentar actividades y espacios que se piensa que “corresponden” a un género u otro, y que terminan reproduciendo los roles sociales y la desigualdad. Muestre y diríjase a los niños y niñas en igualdad de condiciones, realizando las mismas actividades y desarrollándose en los mismos espacios.

Uso de los tonos de voz

- Evite el uso de tonos de voz femeninos que tengan el fin de ridiculizar o estigmatizar a las mujeres (por ejemplo, haciendo alusión a las capacidades intelectuales de una mujer) o a los varones que no encajan con el patrón de masculinidad hegemónica.

Conclusiones

Se debieran revisar todos los contenidos que se generan dentro de la empresa, ya sea en las presentaciones institucionales, las presentaciones digitales que utilizan las personas empleadas internamente o hacia la clientela o las personas usuarias, la publicidad, las campañas, los anuncios de oferta de empleo, los documentos de uso interno, entre otros materiales, para asegurarse de que el uso del lenguaje y de las imágenes inclusivas y no sexistas sea transversal a toda la organización. Para ello, se puede elaborar o proveer material interno con orientaciones y propuestas concretas para fomentar el uso interno y externo de un lenguaje e imágenes inclusivas. También se puede sensibilizar internamente, capacitar a los equipos claves y los mandos medios y altos, a la vez que se puede hacer un llamado de atención cada vez que alguien haga un comentario, chiste o gesto ofensivo.

Convocamos a todas las personas a expresarse utilizando un lenguaje libre de estereotipos y violencia, que contemple y visibilice a todas las personas, y que las valore por igual.

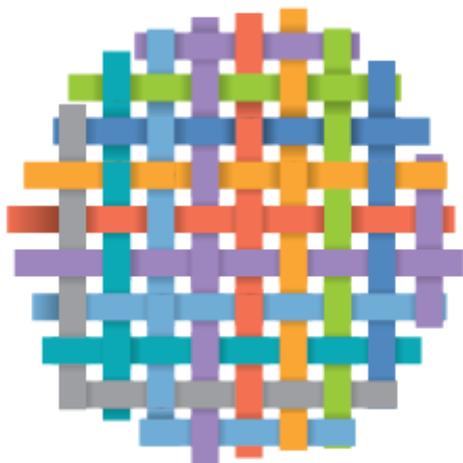
Ejemplos

A continuación, se comparten algunas publicidades y campañas de bien público, a modo de ejemplo.

Empresa	Título	Link
Honey Maid	<i>Love</i>	https://www.youtube.com/watch?v=cBC-pRFt9OM
Arredo	#Crearhogar	https://www.youtube.com/watch?v=0MPJ6wMpsPs
Coca-Cola	<i>Pool boy</i>	https://www.youtube.com/watch?v=wCWCyE_AlaA
Wells Fargo	<i>Learning Sign Language</i>	https://www.youtube.com/watch?v=DxDsx8HfXEK
Axe	<i>Is it ok for guys...</i>	https://www.youtube.com/watch?v=0WYsfa7x5q0
Axe	<i>Find Your Magic</i>	https://www.youtube.com/watch?v=WzTSE6kclWY
Dove	La historia de Heather	https://www.youtube.com/watch?v=3NnnLstyZzw
Barbie	Ken, la Nueva Generación	https://www.youtube.com/watch?v=KVFSs0zAw7U
Mr. Músculo	La historia de Rubén	https://www.youtube.com/watch?v=34fyFUqhkBEE
Sprite	Padre - hija	https://www.youtube.com/watch?v=ta1oApg-G8M
Always	<i>LikeAGirl</i>	https://www.youtube.com/watch?v=xH-9nWaqpws
Alto Palermo	Nacimos sin etiquetas	https://www.youtube.com/watch?v=qwGWaT9nMkQ
Pavofrío	Deliciosa calma	https://www.youtube.com/watch?v=HhyGWk89k_s
	<i>Love has no labels</i>	https://www.youtube.com/watch?v=VVBHwVBBB4g&feature=youtu.be
	Cortometraje sobre la Discriminación	https://www.youtube.com/watch?v=wKbVvYHi5DM
	La primera vez	https://www.youtube.com/watch?v=z53lrI8tpMc
	“Lo incorrecto” Una nueva mirada hacia la discapacidad	https://www.youtube.com/watch?v=SBLiBLb23ZA
	<i>Gay? There's nothing queer about it</i>	https://www.youtube.com/watch?v=hGQIExQ3uTU
	Indiferencia	https://www.youtube.com/watch?v=iXw87rsI4Tg

Fuentes

- Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres. (2011). *Manual para el uso no sexista del lenguaje*. Ciudad de México, México.
http://www.ciidet.edu.mx/ciidet/documentos/meg/MANUAL_USONOSEXISTA.pdf
- Corradi Bracco, C., & Sucarrat, M. (2015). *Guía de inclusión laboral de personas con discapacidad para empresas. Actores y procesos*. Buenos Aires: Universidad Torcuato Di Tella.
http://www.utdt.edu/listado_contenidos.php?id_item_menu=21543
- Corradi Bracco, C., Sucarrat, M., Barreiro, A., Otero Torres, E., Lancioni, L., & Giordano, N. (2016). *Guía de diversidad sexual para empresas. Hacia el cambio cultural*. Buenos Aires: Universidad Torcuato Di Tella.
http://www.utdt.edu/listado_contenidos.php?id_item_menu=21543
- Instituto Nacional de las Mujeres. (18 de julio de 2017). *¡Exprésate sin sexismo!*
Obtenido de
<http://puntogenero.inmujeres.gob.mx/madig/sexismo/seccion4.html>
- Instituto Nacional de las Mujeres. (2015). *Recomendaciones para el uso incluyente y no sexista del lenguaje*. México.
http://www.itesi.edu.mx/Acerca_de_ITESI/RS/Guia_Basica_Uso_Lenguaje_2015.pdf
- Instituto Vasco de la Mujer (EMAKUNDE). (2011). *Guía de lenguaje para el ámbito de la empresa y el empleo*. Vitoria-Gasteiz, España.
<http://www.mujerpalabra.net/pensamiento/lenguaje/eulalialledocunill/2011Emakunde5GuialenguajeAmbitoLaboral.pdf>
- Ministerio Secretaría General de Gobierno de Chile. (Enero de 2016). *Guía ilustrada para una comunicación sin estereotipos de género*. Santiago de Chile, Chile.
http://kitdigital.gob.cl/archivos/160302_ManualPpctvaGeneroTRAZADO_baja.pdf
- Más material en el siguiente link:
<http://www.inmujeres.gub.uy/innovaportal/v/18618/6/innova.front/lenguaje-inclusivo>



R·E·D·
**RED DE EMPRESAS
POR LA DIVERSIDAD**

UNIVERSIDAD TORCUATO DI TELLA