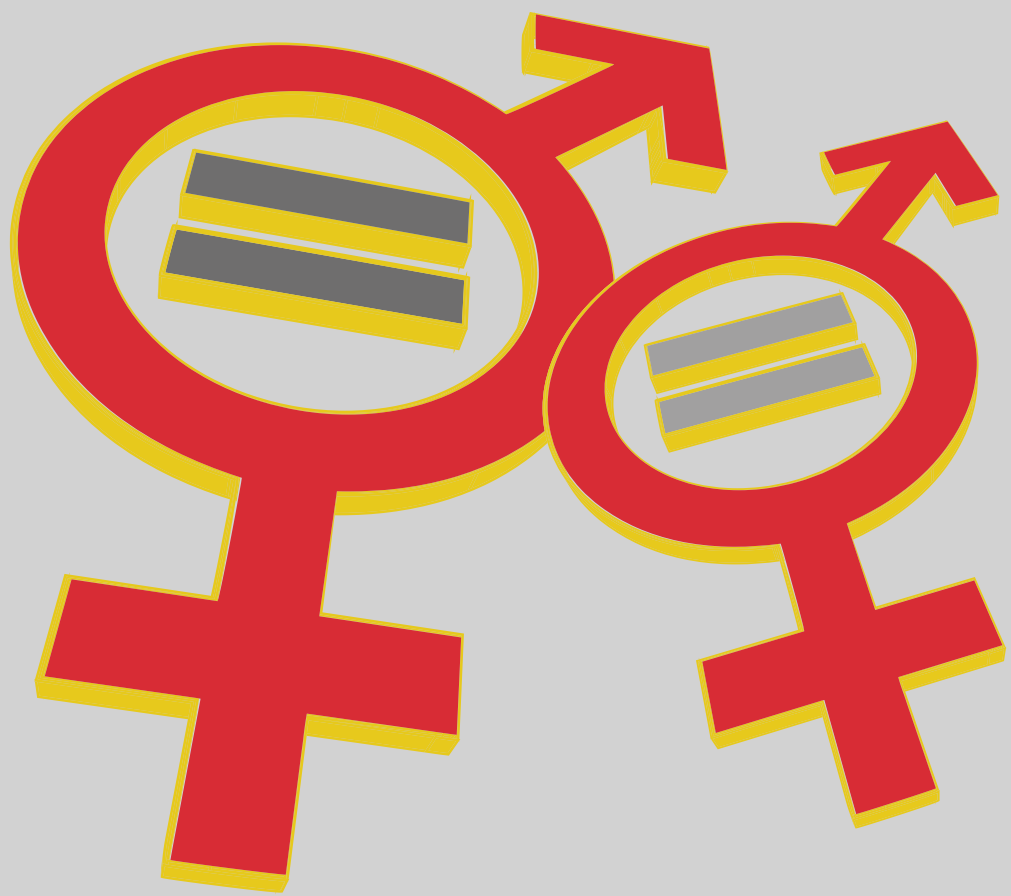


Guía para la Implementación de la Instrucción Sobre Uso y Normalización de un Lenguaje Inclusivo y No Sexista

Ayuntamiento de
Villanueva del Río y Minas



Ayuntamiento de
Villanueva del Río y Minas



Guía para la Implementación de la Instrucción Sobre Uso y Normalización de un Lenguaje Inclusivo y No Sexista

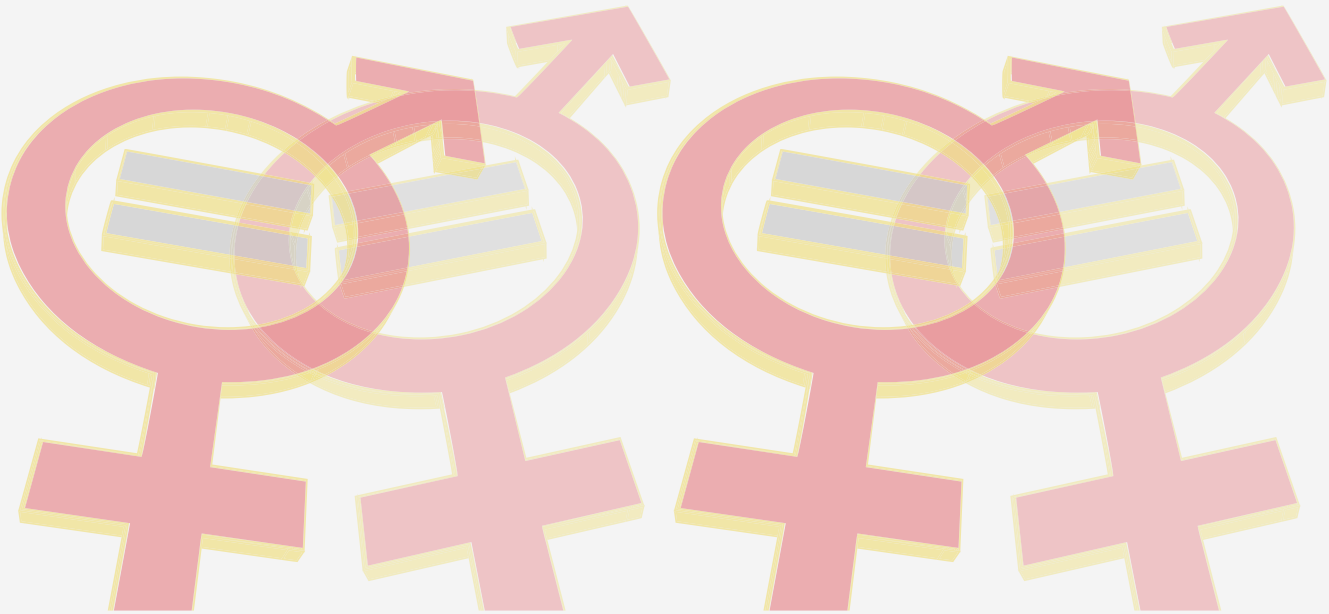
Ayuntamiento de Villanueva del Río y Minas



Ayuntamiento de
Villanueva del Río y Minas



Junta de Andalucía
Consejería de Empleo, Empresa
y Trabajo Autónomo



Índice

1	Presentación	pág. 4
2	Introducción	pág. 5
3	Normativa	pág. 6
4	Lenguaje inclusivo. ¿Qué es?	pág. 11
5	Criterios generales para la utilización del lenguaje de forma inclusiva y no sexista	pág. 12
6	Criterios concretos para la utilización del lenguaje de forma inclusiva y no sexista ...	pág. 18
7	La regla de la inversión. ¿Qué es?	pág. 23
8	Bibliografía	pág. 24

1 Presentación

Este trabajo se enmarca dentro de las medidas diseñadas en el I Plan de Igualdad de empresa del Ayuntamiento de Villanueva del Río y Minas, con el objetivo de garantizar el lenguaje inclusivo y no sexista de los documentos tanto internos como externos y las imágenes de la publicidad institucional que emiten los diferentes servicios y departamentos que conforman la Institución, ya que la comunicación es el instrumento más potente para transmitir el conjunto de actitudes y comportamientos que mantienen las distintas situaciones de inferioridad, subordinación e invisibilización por razón de sexo y, como consecuencia, conocer los mecanismos mediante los cuales se puede construir un lenguaje escrito, oral y visual que transmita ideas de equilibrio e igualdad entre mujeres y hombres, adquiere una importancia de primer orden para aquellas Administraciones públicas que asumen el compromiso con la incorporación de las políticas de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en su gestión, a través de la elaboración de un Plan de Igualdad.

Para responder a la necesidad detectada en el diagnóstico de situación elaborado con carácter previo al diseño del I Plan de Igualdad de empresa en materia de comunicación no sexista e inclusiva, las acciones recogidas en el plan, son las siguientes:

- Elaborar una Resolución de Alcaldía y, una instrucción para la plantilla de personal sobre uso y normalización de un lenguaje inclusivo y no sexista en el Ayuntamiento.
- Diseñar una guía para la implementación de la Resolución de Alcaldía sobre uso y normalización del lenguaje inclusivo y no sexista.
- Diseño de un plan de trabajo para la adaptación de la página web, portal de transparencia, redes sociales, formularios y documentos administrativos.
- Plan de formación para la plantilla.

El objetivo, pues, de la guía que se presenta es el de familiarizar al personal del Ayuntamiento de Villanueva del Río y Minas con las estrategias inclusivas y no sexistas que posee la lengua española y sensibilizarlo con los cambios que demanda la sociedad actual, siendo conscientes que, por su innegable repercusión en la población, resulta imprescindible el empeño y el esfuerzo de la Administración local en esta toma de conciencia colectiva

2 Introducción

El lenguaje es uno de los elementos fundamentales de toda cultura, ya que nos condiciona en la forma de analizar la realidad y contribuye directamente en nuestra forma de relacionarnos con las demás personas, tanto en nuestro ámbito personal y familiar, como en nuestro entorno laboral y social. Es por ello que el lenguaje, aunque no nos demos cuenta de ello, puede convertirse en una de las más invisibles e importantes manifestaciones de igualdad o desigualdad por razón del sexo. Quizás hablar del lenguaje como una herramienta catalizadora de la desigualdad entre hombres y mujeres puede parecer exagerado, sin embargo, antes de aventurarnos a realizar cualquier valoración precipitada, debemos pararnos a analizar el importante papel que cumple en la sociedad actual.

El sistema gramatical de cualquier idioma consiste en una serie de convenciones y normas lingüísticas elaboradas por las personas. La lengua es una institución creada por el ser humano y, como cualquier otra institución social, puede ser modificada en todo momento para adaptarse a las nuevas situaciones sociales. De hecho, a lo largo de la historia, la lengua ha variado y se ha ido transformando constantemente. Nuestro vocabulario y gramática se construyeron en unas condiciones socio-históricas muy distintas a las actuales, en donde no se daba el merecido reconocimiento a la labor que desarrollaban y que desarrollan las mujeres.

En esta circunstancia, el lenguaje va a jugar un papel decisivo, pues actúa a la vez como reflejo y como modelo. Refleja lo que la sociedad es en cada momento, pero a su vez, al ser susceptible de cambios, va creando nuevas formas en virtud de lo que se desea que sea la sociedad en la que se vive.

Estos cambios, una vez asentados, se convertirán en modelo para futuras generaciones, que aprenderán a través de la lengua nuevas formas de percibir la realidad y adecuarán a ella sus comportamientos.

Para ello deberemos tener en cuenta varios principios:

- Antes de intentar corregir el sexismo del lenguaje será necesario aprender a detectarlo.
- No se trata tanto de feminizar o masculinizar los términos en virtud del sexo, como de evitar la ambigüedad que ciertos mensajes conllevan y nos hacen asociarlos, inconscientemente, con hombres o mujeres.
- Nuestra lengua no es sexista. Puede serlo el uso que hacemos de ella.

Sólo partiendo de estas premisas lograremos llegar a una utilización inclusiva y no sexista del lenguaje, a un lenguaje igualitario, sin caer en la cursilería o el libertinaje lingüístico, que únicamente pueden llevar a ensuciar los mensajes, forzando de forma atípica la expresión del hablante y coartando su libertad.

3 Normativa

Contamos con un acervo normativo, que nos impele a tomar las medidas necesarias para actualizar nuestra forma de relacionarnos a nivel de lenguaje, reforzando con ello el compromiso con la igualdad entre mujeres y hombres de las políticas públicas.

MARCOS DE REFERENCIA

Según la Unión Europea, las mujeres sufren una “discriminación estructural” que es imprescindible erradicar desde la intervención política.

Las políticas de igualdad son, por tanto, una herramienta indispensable para alcanzar la igualdad, también por razón de sexo, como recoge la Constitución Española en su art. 14.

Una parte esencial de las políticas de igualdad es la transformación de pautas de relación y comunicación, para que sean incluyentes y no favorezcan la discriminación de ningún grupo social y humano.

El lenguaje, como herramienta de comunicación, debe representar a hombres y mujeres de manera igualitaria y contribuir al fomento de una sociedad de iguales.

MARCO INTERNACIONAL

Las políticas de igualdad tienen su origen en el principio jurídico de igualdad entre mujeres y hombres como recoge, entre otros textos, la Declaración Universal de los Derechos Humanos de Naciones Unidas (1948).

Desde 1975, Naciones Unidas vienen trabajando en el reconocimiento universal de la igualdad de mujeres y hombres como base del desarrollo social. En 1979 aprobó la Convención para la Eliminación de todas las formas de discriminación contras las mujeres (CEDAW), que prohíbe toda distinción, exclusión o restricción realizada sobre la base de sexo que impida o anule los derechos humanos y libertades fundamentales de las mujeres en todas las áreas.

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) recomienda, en su resolución 14.1. (1987) adoptar, en la redacción de todos los documentos de trabajo de la UNESCO, una política encaminada a evitar, en la medida de lo posible, el empleo de términos que se refieren explícita o implícitamente a un solo sexo, salvo si se trata de medidas positivas a favor de la mujer.

Con posterioridad, la UNESCO publicó un folleto, de elaboración propia y consumo interno, con recomendaciones para la utilización de un lenguaje no sexista que habría de convertirse en la primera guía de lenguaje inclusivo reconocida en todas las lenguas oficiales, entre ellas, la española.

MARCO EUROPEO

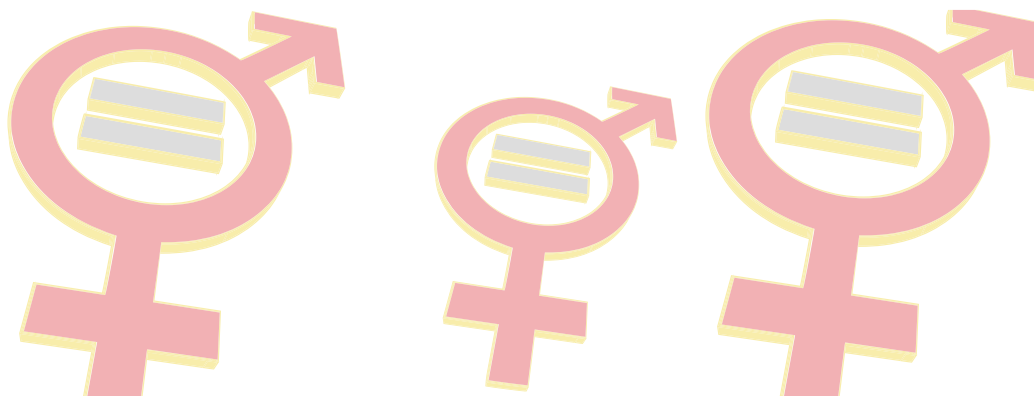
La primera referencia al valor del lenguaje como herramienta para la igualdad se encuentra en la reunión del Comité de Ministros del Consejo de Europa, de 21 de febrero de 1990, donde se resolvió “promover, en la medida de lo posible, el empleo de un lenguaje no sexista que tuviera en cuenta la presencia, la situación y el papel de la mujer en la sociedad, al mismo nivel que los hombres; favorecer que la terminología empleada en los textos jurídicos, la administración pública y la educación estuviera en consonancia con el principio de igualdad de sexos; y fomentar en los medios de comunicación el uso de un lenguaje libre de sexismo”.

El Consejo de Europa, con fecha 21 de noviembre de 2007, entendió que el sexismo del lenguaje era un obstáculo para el desarrollo de la igualdad que ocultaba y negaba a la mitad de la humanidad, proponiendo tres medidas para su aplicación desde los estados miembros:

- Incorporar iniciativas para el uso de un lenguaje no sexista que tenga en cuenta la presencia y situación de las mujeres en la sociedad.
- Promover, en textos jurídicos, educativos y de la administración pública, el uso de terminología armónica con el principio de igualdad entre los sexos.
- Fomentar la utilización de un lenguaje libre de sexismo en los medios de comunicación.

La igualdad entre mujeres y hombres es uno de los valores fundacionales de la Unión Europea. Así lo recoge el Tratado de la Unión en sus artículos 2 y 3.3. El Parlamento Europeo aprobó, en febrero de 2008, el “Informe sobre el Lenguaje no sexista”, que recuerda que: “La finalidad del lenguaje no sexista o lenguaje neutral en cuanto al género es evitar opciones léxicas que puedan interpretarse como sesgadas, discriminatorias o degradantes al implicar que uno de los sexos es superior al otro, ya que en la mayoría de los contextos el sexo de las personas es, o debe ser, irrelevante. (...) Un lenguaje neutral tiene más posibilidades de ser aceptado por los usuarios si es natural y discreto. Deben buscarse alternativas neutrales e inclusivas genuinas en lugar de expresiones que se presten a controversia.”

A partir de 2010, la hoja de ruta de la Unión Europea entiende que su prioridad es incorporar la igualdad de género en todas sus políticas, incluyendo transversalmente el uso inclusivo del lenguaje.



MARCO NACIONAL

La Constitución Española, en su artículo 14, establece que “Los españoles son iguales ante la Ley, sin que pueda prevalecer discriminación alguna por razón de nacimiento, raza, sexo, religión, opinión o cualquier otra condición o circunstancia personal o social”.

En consonancia, el artículo 9.2 consagra la obligación de los poderes públicos de “promover las condiciones para que la igualdad del individuo y de los grupos en que se integra sean reales y efectivas.”

El I Plan de Igualdad de Oportunidades para las Mujeres (1987), hace mención ya a una medida relacionada con el uso del lenguaje en la Administración: “... Se incluirá, por ello, en el proceso de renovación del lenguaje administrativo que se está realizando, el control y eliminación, en su caso, de este tipo de discriminaciones en las circulares, impresos y formularios utilizados por la Administración ...”.

A esta primera norma le seguirán otras, como la Orden, de 22 de marzo de 1995, del Ministerio de Educación y Ciencia, para adecuar la denominación de los títulos académicos oficiales a la condición masculina o femenina de quienes los obtengan.

La Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, recoge en su artículo 14.11: “La implantación de un lenguaje no sexista en el ámbito administrativo y su fomento en la totalidad de las relaciones sociales, culturales y artísticas”, lo que implica un mandato legal para que se utilice en todas las Administraciones Públicas.



MARCO AUTONÓMICO

En Andalucía, la Orden de 1992, conjunta de la Consejería de Gobernación y la Consejería de Asuntos Sociales, sobre la Eliminación del lenguaje sexista, en los textos y documentos administrativos, se dirige a la eliminación de cualquier indicio de discriminación en el lenguaje administrativo. Esta Orden sería completada con una posterior, la Orden de 1993, conjunta de la Consejería de Presidencia y la Consejería de Asuntos Sociales, sobre el cumplimiento del principio de no discriminación por razón de sexo en la información y divulgación de la Junta de Andalucía.

Con fecha de 16 de marzo de 2005, la Junta de Andalucía emitió una Instrucción para evitar un uso sexista del lenguaje en las disposiciones de carácter general de la Junta de Andalucía, con el objetivo de velar por la igualdad entre mujeres y hombres, en este caso desde el tratamiento lingüístico que reciben ambos en la normativa.

El articulado de estas normas contiene la voluntad de adoptar una posición activa hacia la consecución de la igualdad de oportunidades en general y en el ámbito administrativo en particular.

Más recientemente, la Ley 12/2007, de 26 de noviembre, para la promoción de la igualdad de género en Andalucía, modificada por la ley 9/2018, de 8 de octubre, establece en su artículo 3.8, que se entiende por lenguaje sexista el uso discriminatorio del lenguaje que se hace por razón de sexo.

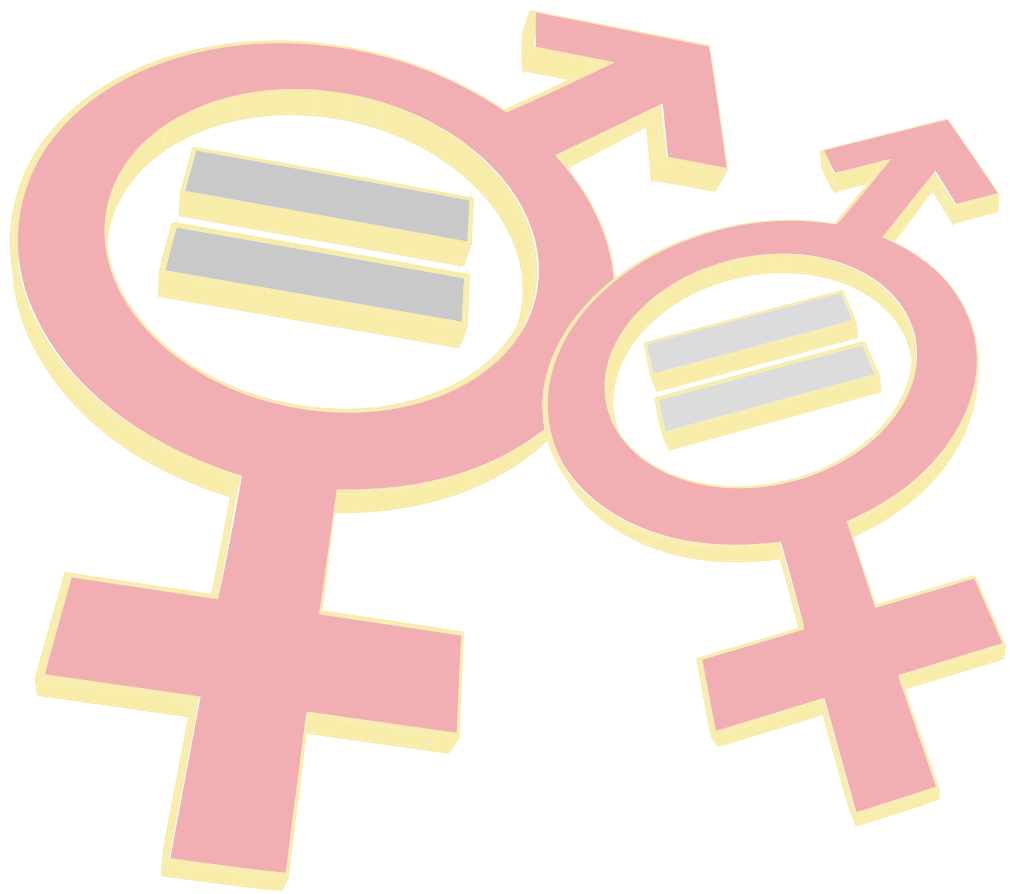
El artículo 4.10, regula como uno de los principios generales de actuación de los poderes públicos en Andalucía: “La adopción de las medidas necesarias para el eliminar el uso sexista del lenguaje, y garantizar y promover la utilización de una imagen de las mujeres y los hombres, fundamentada en la igualdad de sexos, en todos los ámbitos de la vida pública y privada”.

La citada norma, dice en su artículo 9, sobre lenguaje no sexista e imagen pública que:

“1. Las Administraciones públicas de Andalucía garantizarán un uso no sexista del lenguaje y un tratamiento igualitario en los contenidos e imágenes que utilicen en el desarrollo de sus políticas, en todos los documentos, titulaciones académicas y soportes que produzcan directamente o bien a través de personas o entidades. Todas las publicaciones y emisiones en las que la Junta de Andalucía participe garantizarán un tratamiento inclusivo y no discriminatorio de las mujeres.

2. Las entidades instrumentales de las Administraciones públicas de Andalucía, así como las corporaciones de derecho público de Andalucía, adaptarán su denominación oficial a un lenguaje no sexista, en el marco de sus respectivas normas reguladoras, y garantizarán un tratamiento igualitario en los contenidos e imágenes que utilicen en el desarrollo de sus actividades y en todos los documentos y soportes que produzcan directamente o bien a través de personas o entidades.

3. La Administración de la Junta de Andalucía promoverá que los colegios profesionales y las corporaciones de derecho público hagan un uso no sexista del lenguaje y un tratamiento igualitario en los contenidos e imágenes que utilicen”.



4 Lenguaje inclusivo. ¿Qué es?

El lenguaje inclusivo, o lenguaje no sexista, o lenguaje igualitario, es el conjunto de propuestas de uso de la lengua castellana que busca personalizar la presencia de mujeres y hombres al escribir, hablar y representar, promoviendo que las y los hablantes abandonen o no incurran en el sexismo lingüístico y en el sexismo social presente en el lenguaje.

El uso del lenguaje inclusivo es una apuesta por un cambio de concepciones, actitudes y prácticas lingüísticas. Sus ámbitos de aplicación corresponden al de toda la comunicación empleada en la administración municipal o local: la redacción, las interacciones orales, y la representación gráfica de las mujeres y los hombres.

El lenguaje inclusivo puede desarrollarse bajo **3 estrategias**:

ESTRATEGIAS PARA EL USO DEL LENGUAJE INCLUSIVO	
Neutralizar el género.	Incluyendo a mujeres y hombres.
Visibilizar ambos géneros.	A mujeres y hombres por igual.
Identificar a cada persona.	Quien(es) escribe(n); a quien(es) se escribe; y de quien(es) se escribe.

El uso de cualquiera de estas estrategias, dependerá del tipo de mensaje e información a brindar. Sin embargo, cuando exista la necesidad de presentar situaciones de discriminación hacia un sexo, desigualdad, brechas de género y/o datos estadísticos, necesariamente se debe identificar a ambos sexos, no debiendo ser por tanto las otras opciones tenidas en cuenta.

Ejemplo en un proceso de selección:

LENGUAJE NO INCLUSIVO
El seleccionado deberá presentarse en el departamento de personal.

ESTRATEGIAS PARA EL USO DEL LENGUAJE INCLUSIVO	
Primera: Neutralizar el género.	La persona seleccionada deberá presentarse en el departamento de personal.
Visibilizar ambos géneros.	El seleccionado o la seleccionada deberá presentarse en el departamento de personal. La seleccionada o el seleccionado deberá presentarse en el departamento de personal.
Identificar a cada persona.	Dña. Ana Gómez López, deberá presentarse en el departamento de personal. La Sra. Gómez López, deberá presentarse en el departamento de personal.

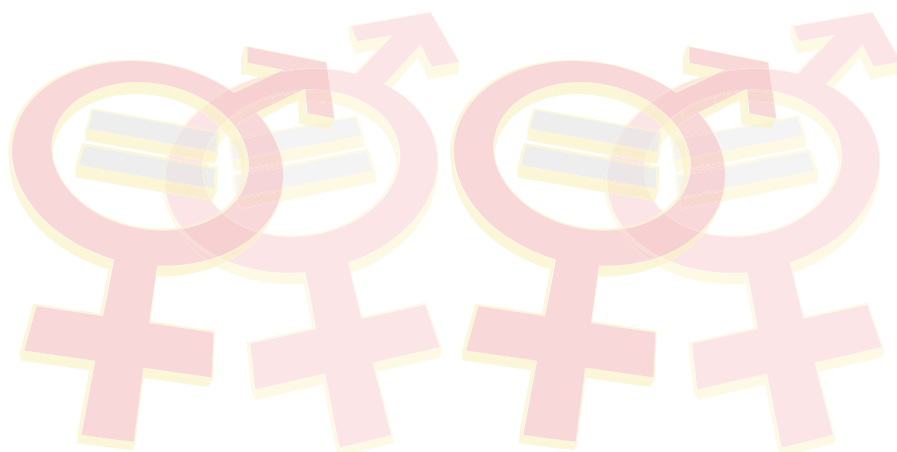
5 Criterios generales para la utilización del lenguaje de forma inclusiva y no sexista

En este epígrafe, enumeramos una serie de opciones que conviene tener siempre presentes antes de iniciar y desarrollar cualquier contenido comunicativo por escrito:

- ▶ Evita falsos genéricos y masculinos genéricos.
- ▶ Feminiza los oficios, cargos, profesiones y titulaciones.
- ▶ Recurre de forma moderada a los desdoblamientos.
- ▶ Emplea la perífrasis para prescindir de recursos gráficos (barras, arrobas y guiones) y desdoblamientos.
- ▶ Apuesta por construcciones no sexistas al utilizar pronombres y determinantes.
- ▶ Prueba a omitir el sujeto, recurriendo a determinados procedimientos.
- ▶ No utilices usos lingüísticos que excluyen y discriminan a las mujeres.

En general, estas claves pueden ser de aplicación en cualquier comunicación producida por el Ayuntamiento de Villanueva del Río y Minas:

- ▶ Documentos internos, externos y en línea: notas internas, avisos, comunicaciones, circulares, correos electrónicos, correspondencia, nóminas, contratos, convenios, convocatorias, actas, protocolos, programas informáticos, bases de datos, normativa, instrucciones, solicitudes, formularios, anuncios, páginas web y publicidad.
- ▶ Publicaciones en papel y en línea: manuales, libros, publicaciones periódicas, boletines, tesis y otros trabajos de investigación.
- ▶ Intervenciones institucionales y actos relevantes: inauguraciones, clausuras, informes de gestión o memorias anuales, presupuestos y videos.



5.1. Evita falsos genéricos y masculinos genéricos

1. Es necesario prescindir de la utilización de la palabra “hombre” o su plural “hombres” para referirse al conjunto de la humanidad.

Ejemplos:

Utiliza: ser humano, género humano, el conjunto de mujeres y hombres, la sociedad.

2. Usa sustantivos genéricos y colectivos. En nuestra lengua existen un amplio número de sustantivos que, con independencia de que tengan género masculino (“colectivo”, “grupo”, “pueblo”, “equipo”) o femenino (“persona”, “pareja”, “criatura”, “gente”, “colectividad”, “ciudadanía”) hacen referencia tanto a unos como a otras.

Ejemplos:

Utiliza: ciudadanía por ciudadanos; funcionariado por funcionarios; alumnado por alumnos; profesorado por profesores; voluntariado por voluntarios; empresariado por empresarios.

3. Emplea sustantivos abstractos. Ayudan a aludir al cargo, profesión o titulación y no a la persona que lo ejerce o desempeña.

Ejemplos:

Utiliza: alcaldía, concejalía, dirección, presidencia, secretaría, intervención, tesorería ...

5.2. Feminiza los oficios, cargos, profesiones y titulaciones

1. Siempre que conozcas el sexo de la persona que ocupa un cargo, oficio o profesión, se ha de referirse a ella en masculino o femenino, según corresponda.

2. Los títulos o certificados deben adecuarse al sexo de las personas que los obtengan.

3. Feminiza los sustantivos de doble terminación.

Ejemplos:

Utiliza: alcalde-alcaldesa; señor-señora; concejal-concejala; interventor-interventora; tesorero-tesorera; jefe de departamento-jefa de departamento.

5.3. Recurre de forma moderada, a los desdoblamientos

Se llama desdoblamiento léxico a la mención expresa de los dos géneros. Esto es, se trata de no decir solo los funcionarios para referirse a los funcionarios y a las funcionarias, sino de escribirlo mencionando ambos géneros.

Conviene aclarar que no es conveniente que se desdoblen sistemáticamente todos los determinantes, nombres, adjetivos, etc., que tienen flexión, sino que el desdoblamiento es una opción, entre muchas otras, a la que se puede acudir en ocasiones, siempre teniendo en cuenta que su empleo recurrente en textos redactados genera confusión y hastío en el lector.

Para prescindir de los desdoblamientos, es útil apostar por construcciones metonímicas, para aludir al órgano, puesto, profesión u oficio en sustitución de la persona que lo ocupe o ejerza.

La metonimia o trasnominación es un fenómeno de cambio semántico, por el cual se designa un concepto con el nombre de otro, sirviéndose de alguna relación existente entre ambos.

Ejemplos:

Utiliza: “la gerencia, por el gerente o la gerenta”; “la secretaría general, por el secretario o secretaria general”; “la dirección, por el director o directora”; “la jefatura de servicio, por los jefes o jefas de servicios”; “la concejalía por el concejal”.

Si se utilizan los desdoblamientos, hay que procurar:

- Limitarlo a los sustantivos singulares y se utilizará el masculino plural como genérico, dando prioridad al sustantivo masculino sobre el femenino, al menos cuando vaya acompañado por un adjetivo que lo complementa para evitar posibles ambigüedades (“el concejal o concejala electo”; “el interesado o interesada afectado”).
- No extender el desdoble a los determinantes y adjetivos que acompañen a los sustantivos. Los adjetivos que acompañen a los sustantivos desdoblados deberán aparecer en masculino siguiendo las reglas generales de la concordancia (“el administrativo o administrativa designado”). No obstante, siempre que sea posible, se procurará la utilización de adjetivos invariables.
- Si se realiza mediante la conjunción “o” para hacer referencia indistintamente al género masculino o femenino, el segundo sustantivo irá sin determinante (“el alcalde o alcaldesa”, “el jefe de departamento o jefa de departamento”).
- Desdoblar el determinante, en los sustantivos invariables (“el representante o la representante”, “cada representante”). También se podrá optar por un sustantivo variable desdoblado seguido del sustantivo invariable como adjetivo (“trabajador o trabajadora representante”).

5.4. Emplea la perífrasis para prescindir de recursos gráficos (barras, arrobas y guiones) y desdoblamientos

Una perífrasis es una figura literaria en la cual para expresar un concepto o una idea se dan rodeos o son usadas más palabras de las que convencionalmente hubieran sido necesarias para comunicar efectivamente el mensaje.

Las perífrasis se deben utilizar para evitar expresiones estereotipadas, desdoblamientos y recursos gráficos. Es fácil hacerlo a través de la palabra persona, personas o, el personal.

Ejemplos:

Utiliza: “el personal laboral, por los laborales”; “el personal encargado de la formación, por los formadores”; “el personal de administración, por los administrativos”.

Hay que tener en cuenta que, el uso de recursos gráficos – barras, arrobas y guiones – en cualquier tipo de documento, dificulta su lectura.

Las barras, arrobas y guiones, ofrecen soluciones en impresos, formularios, contextos informales, publicidad e internet. El guion, interrumpe la lectura de forma gráfica.

5.5. **Apuesta por construcciones no sexistas al utilizar pronombres y determinantes.**

1. En muchas ocasiones se pueden eliminar los artículos, pronombres o personas del verbo sin que las frases pierdan su sentido. Para ello, se puede hacer aparecer el sustantivo sin el artículo, englobando sin problemas tanto a hombres como a mujeres.

#ASÍ, NO	El curso está dirigido a los representantes del personal.
#ASÍ, SÍ	El curso está dirigido a representantes del personal.

2. Emplea, junto a sustantivos de una sola terminación, determinantes sin marca de género como “cada”, “cualquier” o, “cualquiera”.

#ASÍ, NO	Todos los subvencionados.
#ASÍ, SÍ	Cualquier persona subvencionada.

3. Usa los pronombres “quien”, “quienes” o “cualquiera”, para evitar frases formadas con masculino como relativo.

#ASÍ, NO	El que quiera formar parte del proyecto.
#ASÍ, SÍ	Quien quiera formar parte del proyecto.

5.6. **Omite el sujeto, recurriendo a determinados procedimientos**

1. Pueden prestar buenos servicios al lenguaje inclusivo el emplear construcciones impersonales (por ejemplo, con “se”).

#ASÍ, NO	Durante 10 días, los trabajadores tendrán la opción de ...
#ASÍ, SÍ	Durante 10 días, se tendrá la opción de ...

2. Utiliza el lenguaje directo. En determinados contextos, “tu” y “usted”, entre otras formas de dirigirse a la persona como si fuera única, son opciones eficaces y no sexistas.

#ASÍ, NO	¿Quieres formar parte de nuestra comunidad de usuarios? ¿Quieres participar como voluntario?
#ASÍ, SÍ	Únete a nuestra comunidad. Participa.

3. Usa formas no personales del verbo (“a cumplimentar con letra clara” – “el usuario deberá cumplimentar con letra clara”).

#ASÍ, NO	El usuario deberá cumplimentar con letra clara.
#ASÍ, SÍ	A cumplimentar con letra clara.

5.7. No utilices usos lingüísticos que excluyen y discriminan a las mujeres

Los usos lingüísticos que excluyen y discriminan a las mujeres en el discurso son variados y no excluyentes entre sí.

Hay que destacar, para no utilizarlos, los siguientes:

- ▶ Duales aparentes y vocablos ocupados
- ▶ Vacíos léxicos
- ▶ Falsos genéricos
- ▶ Asociaciones lingüísticas peyorativas
- ▶ Salto semántico
- ▶ Abuso del masculino genérico
- ▶ Asimetría en el trato mujeres/hombres
- ▶ Orden de presentación
- ▶ Denominación sexuada
- ▶ Aposiciones redundantes

Duales aparentes y vocablos ocupados

Los duales aparentes son términos que cambian de significado según se apliquen a un sexo o a otro. Suele ocurrir, sobre todo en palabras que designan cargos o profesiones, que las formas femeninas son “vocablos ocupados”, es decir, que poseen un significado inferior o negativo con respecto a la forma masculina, lo que dificulta su empleo de un modo igualitario.

Ejemplos:

secretaria: “mujer que se dedica a tareas subalternas”/secretario: “hombre que desempeña un alto cargo”; sargenta: “mujer del sargento” o “mujer autoritaria”/sargento: “suboficial de graduación inmediatamente superior al cabo mayor e inferior al sargento primero”.

Vacíos léxicos

Palabras que carecen de correlato o dual en el otro género. La ausencia suele perjudicar a las mujeres.

Ejemplo:

misoginia significa “aversión u odio a las mujeres”. No existe ninguna palabra que nombre la aversión u odio a los varones.

Falsos genéricos

Vocablos que aparecen como genéricos.

Ejemplo:

hombre con significado de humanidad.

Asociaciones lingüísticas peyorativas

Los términos sobre los valores que se entienden como femeninos se definen a partir de convenciones o prejuicios sociales y no de criterios lingüístico. Asimismo, se verifica la existencia de numerosas voces que denotan o connotan insulto únicamente para las mujeres.

Ejemplos:

zorra, además de un mamífero, define a una prostituta.

fregona es, en sentido despectivo, una criada que friega y sirve en la cocina además de un utensilio para limpiar el suelo.

maruja es un ama de casa de bajo nivel cultural (sin correlato para el masculino).

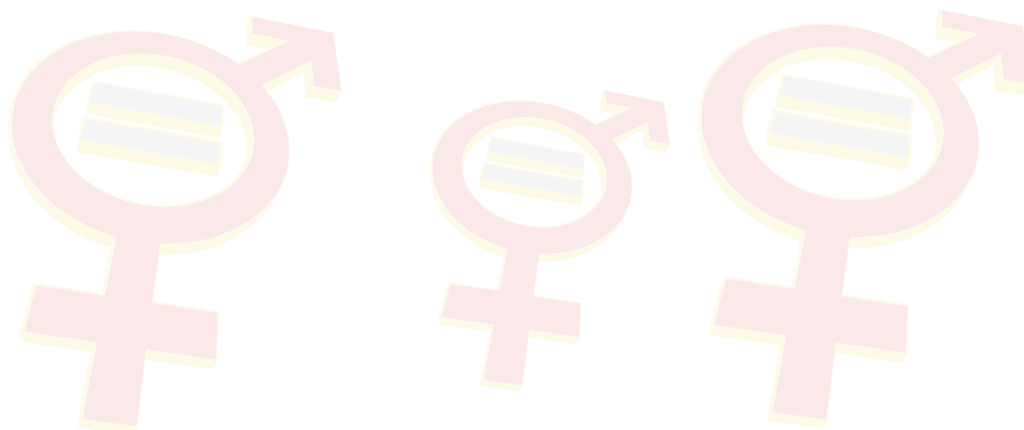
quedarse para vestir santos es una mujer que ha quedado soltera (sin correlato para el masculino).

Salto semántico

Fenómeno lingüístico que consiste en que un vocablo con apariencia de genérico (esto es, se le supone que incluye a hombres y a mujeres), revela más adelante que su valor era específico (sólo incluía a varones).

Ejemplo:

El seguro médico cubre a los “afiliados” y a sus mujeres.



Abuso del masculino genérico

El valor del masculino como incluyente de ambos sexos se utiliza como norma, incluso en contextos comunicativos donde no se justifica su uso. Es habitual, por ejemplo, encontrarlo en documentos abiertos que deben cumplimentar las personas destinatarias a las que se les apela, desde esos textos, como si únicamente fueran varones.

Ejemplo:

Firma del interesado.

Asimetría en el trato mujeres/hombres

Los tratamientos de cortesía que convierten a las mujeres en dependientes o la forma de dirigirse a las mujeres, mediante diminutivos o vocablos que las infantilizan, todavía son frecuentes en algunos contextos comunicativos.

Estos usos jamás se aplican a los varones.

Ejemplo:

señorita (define el estado civil de las mujeres, algo que no ocurre con los varones).

Orden de presentación

La anteposición, como norma, del masculino al femenino, supone aceptar la preferencia de un género sobre otro. No existe ninguna justificación gramatical que explique el uso sistemático de la forma masculina delante de la femenina. Aunque siempre es preferible evitar los desdoblamientos (excepto cuando no haya otro modo de visibilizar a las mujeres), lo lógico es que, si se producen, se

introduzcan de forma alterna, para evitar consolidar la jerarquía sexual.

Ejemplo:

Si en un documento se hace referencia constante a las personas consumidoras, en ocasiones se puede desdoblar usando a lo largo del texto los consumidores y las consumidoras y también las consumidoras y los consumidores.

Denominación sexuada

Un problema de falta de simetría tiene que ver con la forma de mencionar a los varones, a los que se identifica por su cargo, oficio, profesión, etc. Sin embargo, las mujeres son identificadas antes por su sexo o por su dependencia de un varón (padre, marido, etc.) que por sus méritos o identidad propia.

Ejemplo:

El seguro indemnizará a los accidentados: tres mujeres y dos funcionarios.

Aposiciones redundantes

Consiste en destacar la condición sexuada de las mujeres por encima de otras cualidades que son pertinentes al asunto.

Ejemplo:

La manifestación terminó con la lectura de un manifiesto de las mujeres periodistas (la expresión las periodistas marca el género por sí sola, sin necesidad de añadir el término mujeres)

6 Criterios concretos para la utilización del lenguaje de forma inclusiva y no sexista

En cualquier organización, el lenguaje es un instrumento de comunicación básico al estar en la base de todas las relaciones, documentos y otras formas de información que se producen en el día a día, de Villanueva del Río y Minas. A través del lenguaje, difundimos las ideas, planes y actuaciones para el municipio y, en la medida en que sea utilizado de forma inclusiva, reconocerá la contribución de ambos sexos en los logros conseguidos, animará a la participación a todas y todos y determinará la sujeción e implicación de toda la ciudadanía.

6.1. Según se conozca o no a la persona destinataria (documentos abiertos y documentos cerrados)

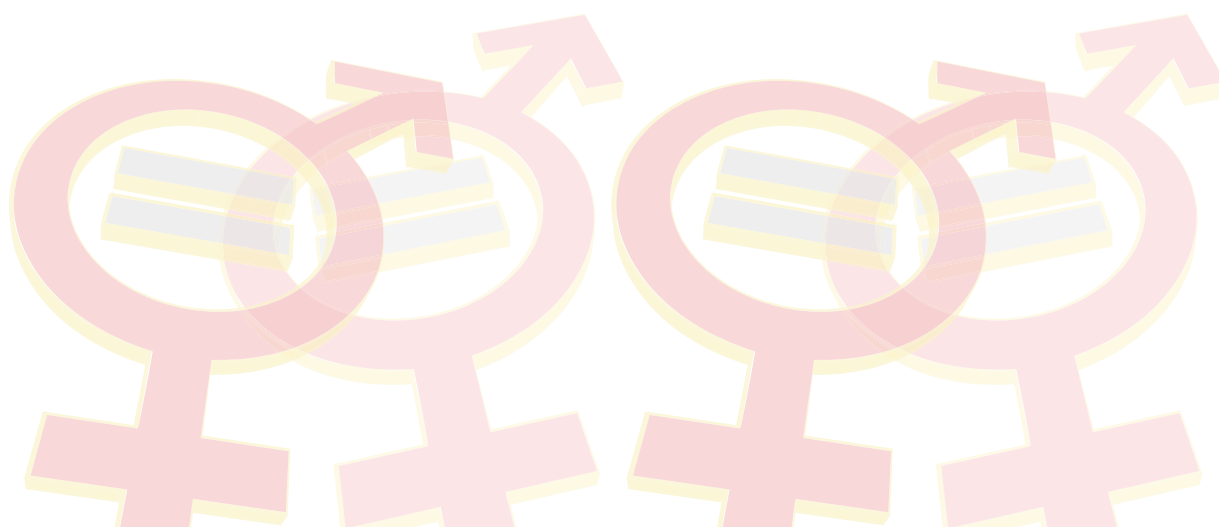
En función de las personas destinatarias, la comunicación administrativa genera dos tipos de documentos, los abiertos y los cerrados.

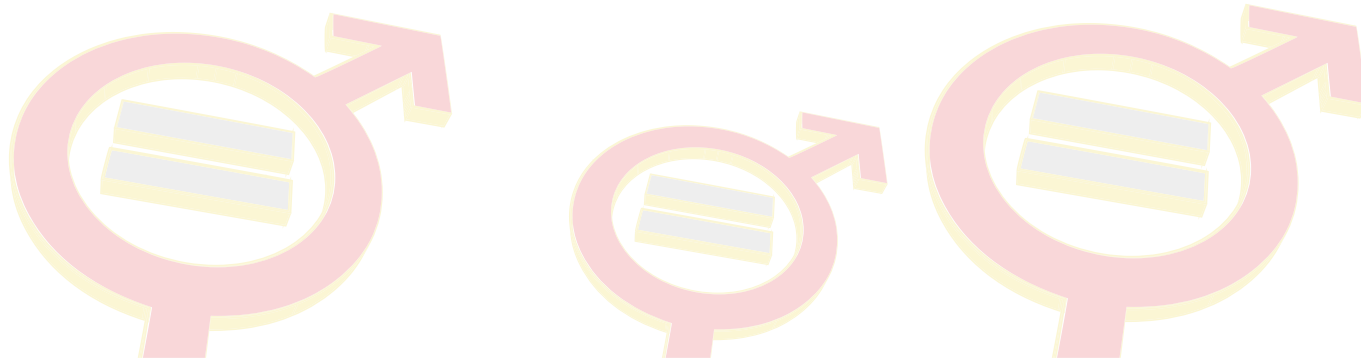
En documentos en los que se desconoce la persona destinataria o aquella que intervendrá en la acción, proceso o procedimiento de que se trate, es recomendable el uso de expresiones no marcadas por el género masculino ni femenino.

Los **documentos abiertos**, son aquellos de los que se desconoce la persona destinataria o aquella que intervendrá en la acción, proceso o procedimiento de que se trate; en consecuencia, no es posible conocer con antelación el sexo de dicha persona. En este tipo de textos, es recomendable el uso de expresiones no marcadas por el género masculino ni femenino.

Son documentos abiertos los formularios, impresos genéricos, circulares, cartas abiertas y convocatorias de ofertas de trabajo, becas, concursos o subvenciones.

Puede facilitar la redacción de estos documentos, las siguientes PAUTAS:





- Para las cartas, correos electrónicos y circulares abiertas sugerimos la utilización del desdoblamiento y las palabras neutras.

Ejemplos:

“Estimado señor/a”, “Al Departamento de _____”, “A quien corresponda”; “A la plantilla _____”.

- En los formularios es importante hacer referencia a los datos personales de una manera no marcada.

Ejemplos:

Utilizar: “nombre y apellidos”, “la persona interesada”, “solicitante”, “lugar de nacimiento”.

Dado que el objetivo de estos documentos es el de ser rellenados y no leídos en voz alta, se puede optar de forma fácil por las barras, aunque como ya hemos señalado en otros apartados, siempre que sea posible, es mejor recurrir a formas genéricas.

- Para ofertas de empleo, solicitudes y otros documentos de difusión, conviene usar el desdoblamiento, las perífrasis, vocablos neutros o la aplicación de profesiones en femenino.

Ejemplos:

Utilizar: “Se busca personal para el área de _____”, “Plazas de voluntariado”, “Plazas para peones/as”.

En las ofertas y demandas de empleo, la forma femenina y la masculina aparecerán de manera sistemática, una al lado de la otra y, en su forma completa.

La forma femenina precederá a la masculina cuando se oferten y demanden puestos de trabajo categorizados como masculinizados; en caso contrario, esto es, puestos de trabajo feminizados, la forma masculina precederá a la femenina; en puestos de trabajo categorizados como equilibrados, se alternarán.

- En las subvenciones, convocatorias de ayudas o becas, convocatoria de oposiciones y concursos, así como la publicidad que de ellas se realice, se redactarán nombrando a ambos sexos mediante términos colectivos y/o desdoblamientos.

En contraposición a los anteriores, los **documentos cerrados**, son aquellos en los que se conoce la persona o personas destinatarias, a las que hace referencia el texto o se refiere el mensaje, por lo que se debe utilizar el género gramatical correspondiente en las referencias del texto.

Si se conoce la persona o personas destinatarias, a las que hace referencia el texto o se refiere el mensaje, se ha de utilizar el género gramatical correspondiente.

Son documentos cerrados: las cartas, las nóminas, las actas, los contratos, etc.

6.2. En memorias e informes

Es necesario nombrar a las mujeres y a los hombres en la medida en la que han sido protagonistas de esos datos que se presentan. También es importante referenciar los datos desagregados por sexo, aportando un conocimiento más preciso de la realidad que se presenta o analiza.

6.3. Las denominaciones de los puestos de trabajo del personal municipal, se denominarán en femenino y en masculino

Como regla general, la forma femenina antecederá a la masculina en aquellos puestos de categorización masculinizada; por el contrario, la fórmula masculina antecederá a la femenina en puestos de categorización feminizadas. En puesto de categorización equilibrada se alternarán.

En aquellos puestos de trabajo con terminaciones, en forma masculina, en or, al y, ón, la forma masculina precederá a la femenina.

Lo anterior se tendrá en cuenta al diseñar las ofertas de empleo.

6.4. En Intranet y otras informaciones corporativas

En la red 'online' interna, todos los textos, carteles, mensajes de bienvenida e indicaciones deben tener en cuenta que quien consulta puede ser una mujer.

Expresiones tan utilizadas como "escribe tu nombre de usuario", "bienvenido" o, "canal para los empleados" se pueden reconducir hacia un trato no discriminatorio por medio de recursos como la arroba (@) o una buena redacción inclusiva.

Ejemplos:

Utilizar: "escribe tu nombre de usuari@"; "escribe tu nombre"; "clave de uso"; "bienvenid@"; "te damos la bienvenida"; "canal para los emplead@s"; "canal para el personal"; "canal para la plantilla".

6.5. En las comunicaciones externas

- En las páginas web, revistas y redes sociales, se pueden aplicar fórmulas no sexistas en el lenguaje escrito (evitando el masculino genérico y la invisibilización de las mujeres), en las imágenes (priorizando la presentación paritaria y equilibrada de mujeres y hombres sin acudir a estereotipos), y facilitar el acceso a contenidos relacionados con la igualdad de género, creando también referentes de mujeres en todas las áreas.
- Las presentaciones, envíos de material a los medios, entregas de premios, estrenos y otros acontecimientos relevantes para la imagen, son una oportunidad para mostrar que tanto mujeres como hombres aportan mucho en el día a día del municipio. Se recomienda una especial atención al lenguaje no sexista, máxime al hacer referencia al organigrama y cargos municipales, utilizando enunciados en abstracto.
- Marketing, publicidad y campañas: La publicidad usa a menudo genéricos masculinos con la excusa de la economía del lenguaje, que muchas veces ocultan a las mujeres. Sin embargo, más allá del sexismo lingüístico, el machismo en la publicidad también pasa por la elección de las imágenes, los planos utilizados, los enfoques, el modo de representar a las mujeres y la excesiva preocupación por mostrar solo un único modelo de mujer habitualmente cosificado y estereotipado. Es necesario tenerlo en cuenta e incluye una mención expresa en cada 'briefing' de una nueva campaña.

Las imágenes son elementos de comunicación determinantes para trasladar cualquier idea o mensaje. Mostrar una realidad social diversa e inclusiva es posible, evitando imágenes que refuercen roles o estereotipos de género, representándonos, a hombres y a mujeres, de forma igualitaria.

#ASÍ, SI:

Visualiza la presencia de las mujeres en todos los contextos de participación.

1. Incluye fotografías, ilustraciones, infografías y videos que muestren que mujeres y hombres están en todos los espacios y desde todos ellos aportan el mismo valor.
2. Visibiliza la participación de las mujeres, aún en áreas tradicionalmente masculinizadas y también, al contrario.

Cuida siempre la utilización de una composición equilibrada, donde hombres y mujeres no representen más del 40%, ni menos del 60.

1. Muestra imágenes de hombres y mujeres interactuando en igualdad, evitando las que denoten subordinación.
2. Garantiza la visibilidad equilibrada de mujeres y hombres en el tamaño de las imágenes, en el lugar que ocupan y en la simetría de los planos.
3. Elige imágenes con equipos de trabajo mixtos y presencia equilibrada en número de personas de cada uno de los sexos.
4. Combina imágenes de ambos sexos realizando la misma actividad u opta por la alternancia de casos (una imagen de hombre y otra de mujer).
5. Procura que las mujeres no aparezcan en segundo plano o en los laterales de la imagen.
6. Si en la imagen hay una mayor presencia de hombres, poner a las mujeres en los planos centrales.

Reproduce imágenes positivas de las mujeres y de relaciones igualitarias.

1. Descarta imágenes que infantilicen a las mujeres.
2. No utilices imágenes sexualizadas del cuerpo femenino. Son imágenes sexistas, aquellas en las que se identifica a las mujeres por sus rasgos sexuales.
3. Evita imágenes que relacionen a las mujeres con actitudes de pasividad, debilidad, subordinación o que infravaloren capacidades de liderazgo.
4. Elige imágenes que muestren diversidad y representen relaciones de cooperación e igualdad.

Elige imágenes libres de estereotipos y roles de género.

Son imágenes estereotipadas las que inciden en la reproducción de los roles y papeles que tradicionalmente se han asignado a mujeres y hombres, en particular las que de forma sistemática atribuyen a las mujeres las responsabilidades del ámbito privado y las relacionadas con trabajos del ámbito de los cuidados.

1. Elige a mujeres y hombres en diversidad de situaciones y desempeñando funciones similares.
2. Evita imágenes que asignen a las mujeres roles relacionados con las tareas del cuidado y en el ámbito de lo doméstico.
3. Muestra realidades que reflejen pluralidad de modelos sociales.

Rompe con un uso de los colores que perpetúe estereotipos.

1. Evita el rosa para ellas y el azul para ellos.
2. No asocies colores cálidos para ellas frente a colores oscuros para ellos.
3. Utiliza toda la gama de colores, diversos, variados y plurales.

6.6. El sonido también debe ser inclusivo

La voz y el sonido son parte de la comunicación y recordarlo es importante para seleccionar elementos auditivos que contribuyan a la igualdad y descartar los que reproduzcan estereotipos.

1. Incluye voces femeninas en tus documentos audiovisuales, procurando que estén equilibradas respecto a la presencia de voces masculinas.
2. Recurre a voces de mujeres en espacios y profesiones particularmente masculinizadas, contando con ellas como ponentes, narradoras y protagonistas.
3. A la hora de citar a personalidades relevantes en ejemplos, conferencias, actos, y actividades, recurre a nombres de mujeres.

6.7. Signos, símbolos, señales y pictogramas

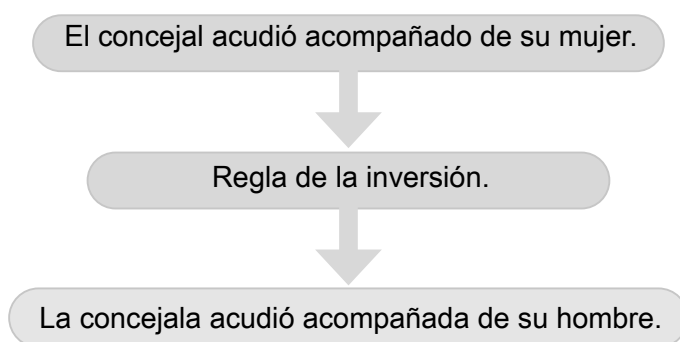
Son elementos visuales o representaciones gráficas que tienen la función de comunicar ideas de forma universal. Conviene observarlos antes de emplearlos y descártalos si contribuyen a una comunicación sexista.



7 La regla de la inversión. ¿Qué es?

Para comprobar si un texto incurre en sexismo lingüístico, aplica la regla de la inversión, consistente en sustituir la palabra dudosa por su correspondiente que nombra al sexo opuesto. Si la frase resulta inadecuada, es que el primero es sexista, debiendo en consecuencia ser cambiado.

Ejemplo:



ES SEXISTA	ES INCLUSIVO
El concejal acudió acompañado de su mujer.	El concejal acudió acompañado de su cónyuge. El concejal acudió acompañado de su pareja. El concejal acudió acompañado de su compañera.

En una comunicación visual en la que aparezca una mujer prueba a imaginar la misma imagen con un hombre, y viceversa. Analiza si al hacer la inversión, el resultado es coherente con las claves que en esta guía se plantean.

8 Bibliografía

ALARIO, C., BENGOCHEA, M., LLEDÓ, E. y VARGAS, A. (1995): NOMBRA. La representación del femenino y el masculino en el lenguaje. Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Instituto de la Mujer.

AYALA CASTRO, M. (2002): Manual de lenguaje administrativo no sexista. Málaga: Asociación de estudios históricos sobre la mujer.

BENGOCHEA, M. (2005): Sugerencias para evitar el sexismo en el lenguaje administrativo. Santander: Dirección General de la Mujer.

BRIZ GÓMEZ, A. (coord.). (2011): Guía de comunicación no sexista. Madrid: Instituto Cervantes/Aguilar.

COMISIÓN EUROPEA (1998): 100 palabras para la Igualdad. Glosario de términos relativos a la igualdad entre mujeres y hombres.

INSTITUTO ANDALUZ DE LA MUJER (2006): Manual de Lenguaje administrativo no sexista. GUZMÁN, L. (2004): Guía breve para el uso no sexista del lenguaje: cómo usar lenguaje no discriminatorio en textos varios, presentaciones e ilustraciones. Centro de Investigación en Estudios de la Mujer. Universidad de Costa Rica.

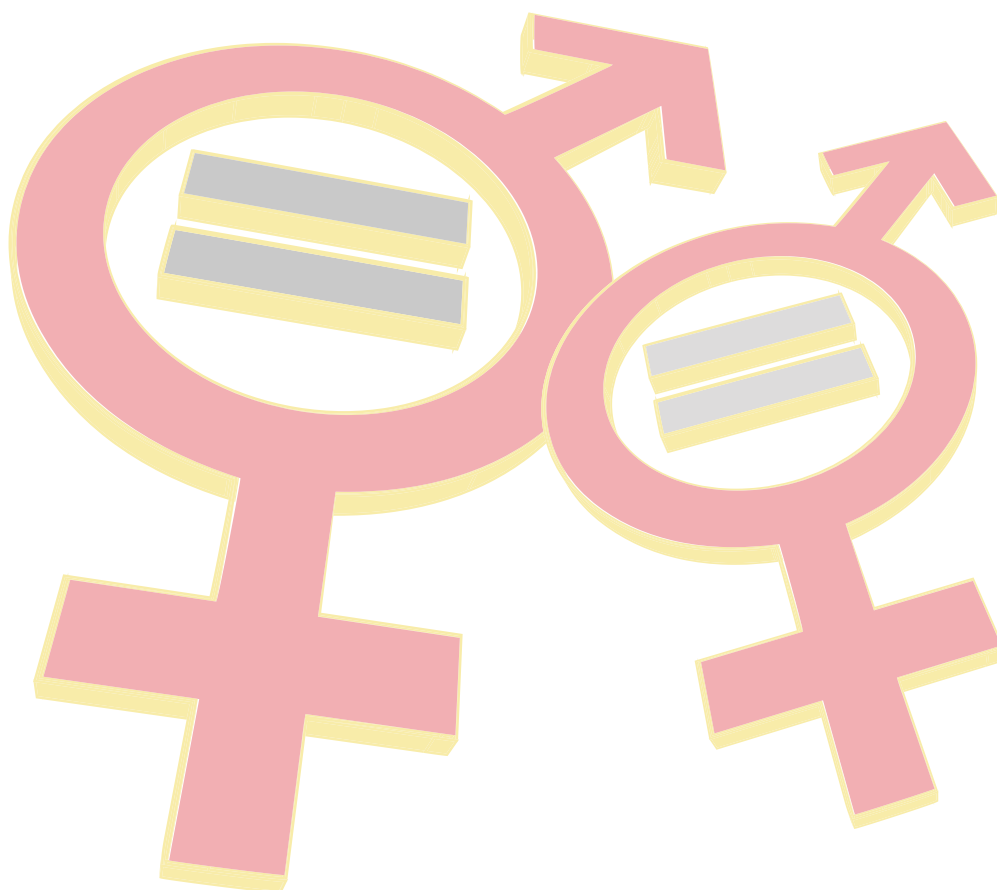
INSTITUTO DE LA MUJER Y MINISTERIO PARA LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS (1993): Uso no sexista del lenguaje administrativo, Ministerio de Asuntos Sociales. Instituto de la Mujer. LLEDÓ CUNILL, E. (1992): El sexismo y el androcentrismo en la lengua: análisis y propuestas de cambio. Barcelona: ICE. Universidad Autónoma.

LLEDÓ, E. (2003): El lenguaje administrativo: de cómo y cuándo administrar una lengua libre de sexismo y androcentrismo en Políticas de igualdad y de oportunidades entre hombres y mujeres en la Junta de Andalucía. Sevilla.

RINCÓN, A. (coord.) (2000): El lenguaje, más que palabras. Propuestas para un uso no sexista. Emakunde. Instituto Vasco de la Mujer.

RIVERA GARRETAS, M. (1994): Nombrar el mundo en femenino. Barcelona: Icaria.

VARELA, N. (2005): Feminismo para principiantes. Barcelona: Ediciones B.



**Guía para la
Implementación
de la Instrucción
Sobre Uso y Normalización
de un Lenguaje Inclusivo
y No Sexista**

Ayuntamiento de Villanueva del Río y Minas



**Guía para la
Implementación
de la Instrucción
Sobre Uso y Normalización
de un Lenguaje Inclusivo
y No Sexista**

Ayuntamiento de
Villanueva del Río y Minas



Ayuntamiento de
Villanueva del Río y Minas



Junta de Andalucía
Consejería de Empleo, Empresa
y Trabajo Autónomo