

manual
para la comunicación
NO SEXISTA



Autora: Graciela Bernal
Comisión Ministerial de Género



Comisión Ministerial de Género

MANUAL
PARA LA
COMUNICACIÓN NO SEXISTA

GRACIELA BERNAL CASTRO
DGOP

graciela.bernal@mop.gov.cl

Santiago, Julio de 2007

**Chile, Ministerio de Obras Públicas, Comisión Ministerial de Género
Manual Para la Comunicación no Sexista
Material para el reforzamiento de la comunicación inclusiva en el MOP**

Este material fue desarrollado por la Administradora Pública y miembro del Consejo de Trabajo de la Comisión Ministerial de Género del MOP, doña Graciela Bernal Castro

**Diseño Gráfico Portada: Daila Orellana,
Unidad de Comunicaciones D. De Arquitectura MOP**

**Derechos reservados
Comisión Ministerial de Género MOP
Morandé 59, Piso 3º, Oficina 5
Santiago, Chile
Tel: (56 2) 4493960
graciela.bernal@mop.gov.cl**

Esta publicación puede ser reproducida en su totalidad o en parte, y en cualquier forma, sin autorización de su autora, para propósitos educativos y de capacitación, haciendo expreso reconocimiento de las fuentes. La Comisión Ministerial de Género del MOP agradecerá recibir una copia de cualquiera de las publicaciones que utilicen este material como fuente. No deberá utilizarse esta publicación para la venta o cualquier otro uso comercial, sea cual fuere, sin previo acuerdo o permiso por escrito de la Sra. Bernal Castro.

Sobre la autora:

Graciela Bernal Castro: *Administradora Pública de la U. de Chile, Diplomada en Gestión de Recursos Humanos en la U. de Chile, Graduada en Estudios Políticos y Estratégicos en la ANEPE, Diplomada en Estrategias y Control de Gestión, en la U. de Chile, en Gerencia Social y Políticas Públicas en la FLACSO, en Género y Desarrollo, con especialización en Políticas Públicas para la Equidad de Género en la U. Chile y actualmente alumna regular del Magíster en Estudios de Género y Cultura mención en Ciencias Sociales en la U. de Chile. Es miembro de la Alianza de Género y Agua (GWA), se desempeña como Encargada de los Sistemas de Oirs y Género en la Dirección General de Obras Públicas del MOP y forma parte de la Comisión Ministerial de Género en donde integra el Consejo de Trabajo.*

INDICE

PRÓLOGO	6
INTRODUCCION	7
I. GENERO Y COMUNICACIONES	9
<i>CONCEPTOS BASICOS</i>	<i>10</i>
<i>RECOMENDACIONES RESPECTO A LAS IDEAS EN LA COMUNICACION</i>	<i>11</i>
II. EL SEXISMO Y ANDROCENTRISMO LINGUISTICO	12
1. <i>USO DEL MASCULINO GENÉRICO:</i>	<i>12</i>
2. <i>ALTERNATIVAS PARA EL USO DEL LENGUAJE INCLUSIVO</i>	<i>12</i>
3. <i>FORMACIÓN DE NOMBRES FEMENINOS Y MASCULINOS</i>	<i>22</i>
4. <i>USO DE LA BARRA (/), EL GUIÓN (-) O LA ARROBA (@)</i>	<i>23</i>
5. <i>GLOSARIO DE TÉRMINOS</i>	<i>24</i>
6. <i>NOMBRE DE CARGOS.</i>	<i>28</i>
III CASOS DE SEXISMO EXPLÍCITO: DISIMETRÍA EN LA MANERA DE TRATAR A HOMBRES Y MUJERES.	30
1. <i>SUBORDINACIÓN DEL GENERO FEMENINO AL MASCULINO</i>	<i>31</i>
2. <i>TRATO DE CATEGORÍA ASIMÉTRICO DE HOMBRES Y MUJERES</i>	<i>34</i>
IV EL LENGUAJE NO ES EXCUSA	38
V TRATAMIENTO DE LAS IMÁGENES: USO DEMOCRATICO DE LA IMAGEN	39
1. <i>CASOS DE SEXISMO IMPLÍCITO: USOS GENÉRICOS DEL MASCULINO Y OCULTACIÓN DEL FEMENINO</i>	<i>40</i>
2. <i>CASOS DE SEXISMO EXPLÍCITO: TRATO ASIMÉTRICO DE HOMBRES Y MUJERES</i>	<i>43</i>
BIBLIOGRAFÍA	45

PRÓLOGO

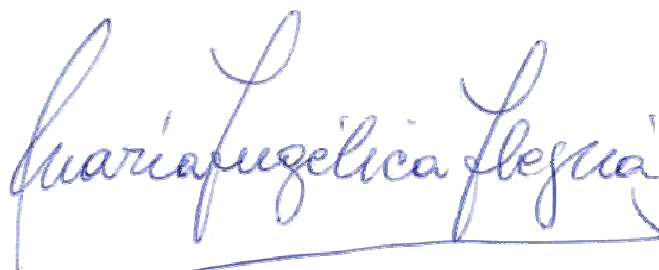
El 27 de febrero de este año, el Ministro De Obras Públicas, don Eduardo Bitran Colodro creó la Comisión Ministerial de Género de esta Secretaría de Estado.

La creación de esta Comisión obedeció a una de las decisiones adoptadas por el Consejo de Ministros para la Igualdad de Oportunidades, y cuya función y responsabilidad es la de elaborar los compromisos ministeriales en esta materia, la consecuente implementación, seguimiento y evaluación de dichos compromisos asumidos por el MOP, informar el Consejo del estado de avance de tales compromisos, coordinar las actividades de los servicios al interior del MOP en lo referente a la igualdad de género, incluyendo los planes internos de igualdad, recursos humanos y otras funciones propias del sector relacionadas con el tema.

Desde su creación la Comisión, a través de su Consejo de Trabajo ha realizado numerosas actividades de coordinación, monitoreo, auditoria y promoción de actividades tendientes al cumplimiento del mandato presidencial sobre igualdad de oportunidades para hombres y mujeres, en el quehacer del MOP tanto hacia sus funcionarias y funcionarios, como en su actuar hacia la ciudadanía del país.

Es por ello que como una contribución a este objetivo, hemos querido entregar para su uso y difusión un manual que colabore a la profundización y reforzamiento de la comunicación inclusiva en el MOP, como una de las actividades que debe insertarse en estos tiempos de cambio, en donde los antiguos paradigmas están siendo abandonados y en donde el mundo y nuestro país se está reorientando a una nueva organización social más inclusiva y más justa.

SANTIAGO, JULIO DE 2007



MARÍA ANGÉLICA ALEGRÍA CALVO
PRESIDENTA (S)
COMISIÓN MINISTERIAL DE GÉNERO
DE OBRAS PÚBLICAS

INTRODUCCION

Comprometida con la transversalización del Enfoque de Género y consciente que la revisión del lenguaje y de las imágenes es la primera actividad transversal para iniciar los procesos de igualdad internos y externo de las organizaciones, la Comisión Ministerial de Género del MOP, avanza y reconoce, con este Manual, la innegable importancia de las comunicaciones como herramienta o medio fundamental, para lograr la expansión de la mirada de género y como consecuencia, su transversalización.

El fin de este Manual de consulta es poner en práctica criterios igualitarios, en el trabajo del día a día, que permitan resolver dudas mas frecuentes en las comunicaciones, con el fin que ésta se realice con lenguaje inclusivo.

El Manual se divide en cinco partes en que la primera está dedicada a visibilizar como el lenguaje y las comunicaciones en general, determinan las relaciones de género. En la segunda, vemos el sexismo implícito y ofrecemos sugerencias de corrección. Seguidamente, pasamos al sexismo explícito que causa asimetría en el trato; en la cuarta parte, concluimos como el lenguaje no es excusa para una comunicación igualitaria inclusiva y democrática y para terminar repasamos el tratamiento de las imágenes, en el relato virtual.

Si estamos de acuerdo en que casi cualquier noticia o comunicación, es factible de ser analizada desde una perspectiva de género, preocuparnos que contemple cómo mujeres y varones son afectados en forma diferenciada por un mismo hecho, o situación e informar y comunicar con objetividad, evitando discriminaciones y llegar a aplicar estrategias de comunicación igualitaria, que respete el derecho de las personas, contribuya al fortalecimiento de la democracia y promuevan la solidaridad y la paz, es nuestro objetivo.

La tarea de las personas responsables de las comunicaciones, es servir acertadamente a los contenidos informativos, que en lo relativo con la perspectiva de género, de manera más puntual, supone, entre otras cosas, cuestionarse el status quo establecido: qué imágenes de varones y mujeres se difunden, qué presencia pública tienen unas y otros, qué voces se constituyen en autoridad, etc. evitando los estereotipos en el lenguaje oral, escrito o en la generación de imágenes.

Lograr el distanciamiento reflexivo, para permitir a las palabras y las imágenes que conforman cada pieza comunicativa ser un medio para la construcción de lenguaje verbal, escrito y visual incluyentes, significa educar la mirada para detectar el sexismo, desarrollar un pensamiento crítico para descubrir en el delicado y sutil universo de las imágenes, los lenguaje, los símbolos y en los signos, el riesgo de perpetuar estereotipos que restringen el ejercicio de derechos y reproducen (aún sin proponérselo) la desigualdad, la insolidaridad y la exclusión.

I. GÉNERO Y COMUNICACIONES

Según Marta Lamas una acepción de género se refiere al conjunto de prácticas, creencias, representaciones y prescripciones sociales que surgen entre los y las integrantes de un grupo humano en función de una simbolización de las diferencias anatómicas entre hombres y mujeres

Por esta clasificación cultural se definen no sólo la división sexual de trabajo, las prácticas rituales y el ejercicio del poder, sino que se atribuyen características exclusivas a uno y otro sexo en materia de moral, psicología y afectividad. La cultura marca a los sexos con el género y el género marca la percepción de todo lo demás: lo social, lo político, lo religioso, lo cotidiano. Por eso para desentrañar la red de interrelaciones e interacciones sociales del orden simbólico vigente se requiere comprender el esquema cultural de género.

La investigación, reflexión y debate alrededor del género han conducido lentamente a plantear que las mujeres y los hombres no tienen esencias que se deriven de la biología, sino que son construcciones simbólicas pertenecientes al orden del lenguaje y de las representaciones.

En cada cultura una operación simbólica básica otorga cierto significado a los cuerpos de los hombres y las mujeres. Así se construye socialmente la masculinidad y la feminidad. Mujeres y hombres no son un reflejo de la realidad “natural”, sino que son el resultado de una producción histórica y cultural, basada en el proceso de simbolización; y como “productores culturales” desarrollan un sistema de referencias comunes (Bourdieu 1997) Desde ahí que las sociedades sean comunidades interpretativas que se van armando para compartir ciertos significados.

El género produce un imaginario social con una eficacia simbólica contundente y al dar lugar a las concepciones sociales y culturales sobre la masculinidad y feminidad, es usado para justificar la discriminación por sexo (sexismo) y por prácticas sexuales (homofobia).

Nuestro imaginario simbólico y nuestros mapas afectivos están fuertemente marcados y educados por los relatos audiovisuales, por otro lado la gente de comunicaciones (en general y el discurso en particular) en sus piezas comunicativas expresan su propia cosmovisión, sus esquemas mentales y su modo de entender el mundo, la familia, la sociedad y la persona, contribuyendo fuertemente al sostenimiento del orden simbólico reproduciéndose y reproduciéndolo. Los papeles cambian según el lugar o el momento pero, mujeres y hombres por igual son los soportes de un sistema de reglamentaciones, prohibiciones y opresiones recíprocas.

CONCEPTOS BASICOS

Conceptos básicos que nos ayudarán a comprender la importancia del lenguaje no sexista:

¿QUE ES EL SEXISMO?

Con el término sexismo suele hacerse referencia a la tendencia a confundir las diferencias sociales o psicológicas existentes entre hombres y mujeres con las diferencias biológicas ligadas al sexo, con la creencia errónea de que aquéllas surgen automática e inevitablemente como consecuencia de éstas, sin tener en cuenta la influencia de la historia, la cultura, el aprendizaje. Esta confusión lleva, en ocasiones, a ver a las mujeres como inferiores a los hombres y a justificar la discriminación o incluso la violencia.

Es así que nuestra responsabilidad como comunicadores y comunicadoras es enorme, al proveer de relatos en los que se propone una interpretación del entorno, y en ellos, se implanta y transmiten una determinada concepción del mundo, modelos y estereotipos de la masculinidad y feminidad, que desde luego, estas interpretaciones tienen algún tipo de influencia en las conciencias de las personas, aunque tal efecto no sea unívoco ni automático, pero que van conformando parte de la cultura institucional y de la ciudadanía

Es por esto que todos los canales y formas de comunicación que tienen responsabilidad de emisión de información representan un aliado imprescindible para traducir en práctica individual y colectiva la comunicación sin sexismos que contribuya en forma más decidida a la inserción y transversalización del enfoque de género en el MOP.

LENGUAJE ANDROCENTRISTA:

Ocultación de la presencia femenina o subordinación de ésta a la masculina: Ejem. *“Las edades del hombre”, “El hombre y la tierra”, etc.*

LENGUAJE SEXISTA: Representación femenina de forma sesgada, parcial o discriminada que asigna valores, capacidades y roles diferente a hombres y mujeres exclusivamente en función de su sexo:

“Ese no es trabajo de mujeres”

“No llores como mujer lo que no has sabido defender como hombre” (historia de Boabdil).

TEORÍA SEXO-GÉNERO

- a) **SEXO:** Hace referencia a las diferencias biológicas que distinguen al macho de la hembra y que son universales. En los seres del nivel más alto de la escala animal, los humanos, se le llama hombre y mujer respectivamente. Son funciones del sexo en:

La Mujer: menstruar, parir y amamantar
El Hombre: la espermatogénesis

b) GÉNERO: Construcción sociocultural que varía según el tiempo, la sociedad y el lugar y define los rasgos característicos de lo que se considera masculino y femenino en una sociedad determinada. Permite visualizar las relaciones que se establecen entre mujeres y hombres en diferentes ámbitos y puede ser modificada en función de la historia, de las necesidades, etc.

Cuidado de la familia, arreglar automóviles, cargar cosas pesadas, etc.

TRANSVERSALIDAD DE GÉNERO

Proceso de analizar la implicancias para mujeres y hombres de la acción y gestión de las instituciones con el fin de organizar, desarrollar, mejorar y evaluar los procesos con el fin de incorporar perspectiva de género en todas las actividades, en todos los niveles y en todas las etapas y por las personas generalmente involucradas en esas tareas, de manera que la igualdad quede institucionalizada en todos los niveles de la entidad.

RECOMENDACIONES RESPECTO A LAS IDEAS EN LA COMUNICACION

1. Revisar tanto las palabras como la construcción gramatical de tal forma que las personas no se conviertan en objetos, en cosas o en instrumentos.
2. Interrogar el lugar y el sentido que se otorga a las cosas u objetos presentes en las imágenes, los símbolos y los signos; verificar que las cosas estén al servicio de las personas; visualizar la relación que la pieza comunicativa propone entre las personas y los objetos indagando en el efecto que produce en la conjunción entre fines y medios: ¿Las personas están al servicio de las cosas o las cosas al servicio de las personas?
3. Identificar la relación entre sentimientos, pensamientos y acciones que promueve la pieza comunicativa y analizar si contribuye a ampliar y profundizar la democracia o si por el contrario la restringe.
4. Observar el conjunto de la pieza comunicativa y describirla pensando en la manera como la explicaría a un hombre o a una mujer invidentes o con capacidades visuales diferentes a las del común.
5. Recordar que cualquier parte del cuerpo de un hombre o de una mujer pretende representar al mismo tiempo a todos los hombres o a todas las mujeres en esa pieza comunicativa y por tanto, reproduce o transforma los estereotipos que tenemos sobre ser mujeres y ser hombres. Después de hacer este ejercicio, indagar sobre las sensaciones que le producen su observación y su descripción y sobre la satisfacción que le reporta a ese ser más íntimo que es usted mismo o usted misma, siempre en relación con los otros y con las otras.

II. EL SEXISMO Y ANDROCENTRISMO LINGÜÍSTICO

1. USO DEL MASCULINO GENÉRICO:

1. El masculino se utiliza **con doble valor: específico**, cuando se refiere al sexo masculino y **genérico** cuando se aplica tanto al sexo femenino como al masculino, o a los dos a la vez.

Usando el genérico se privilegia el género masculino y se invisibiliza el femenino de la siguiente forma:

a) Usando el masculino cuando se refiere al sexo femenino como al masculino:

El origen del hombre

En vez de el origen de la especie humana

b) Usando el masculino cuando se refiere a los dos sexos a la vez:

Todos los funcionarios asistirán...

Todos los funcionarios y todas las funcionarias asistirán

2. Cuando son usados otros **sustantivos masculinos singulares** que se usan como genéricos para designar sujetos particulares hombre y mujer:

El solicitante, el administrado

3. Cuando son usados **sustantivos masculinos plurales** como genéricos para designar colectivos integrados por mujeres y hombres

Los funcionarios, los trabajadores

4. Cuando son usados los **gentilicios masculinos** como genéricos para referirnos a los hombres y las mujeres de un pueblo o comunidad.

Los maulinos, los santiaguinos

5. En el uso **de nombres de oficios, cargos y profesiones**

La juez, la presidente, ingeniero (porque el diploma de título así lo consigna, aunque sea **ella**)

6. Cuando es usado **el masculino sin la concordancia entre los elementos de la frase:**

Los trabajadores y las trabajadoras que hayan sido despedidos recibirán una indemnización

2. ALTERNATIVAS PARA EL USO DEL LENGUAJE INCLUSIVO

Para evitar la 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 ideas y alternativas para democratizar el lenguaje, que son vistas con ejemplos en "propuestas de uso":

2.1. SUSTITUCIÓN DEL MASCULINO GENÉRICO

- a) Por otros **términos** de la lengua con **valor genérico real**
- b) **Soluciones Mixtas**
- c) Uso de sustantivos **metonímicos**
- d) Sustitución para los **gentilicios**
- e) Sustitución para los **Oficios, Cargos y Profesiones**
- f) Uso de **convenciones administrativas**
- g) **Cambios de sintaxis**
- h) Uso de **dobles formas**

2.2 CONCORDANCIA ENTRE LOS ELEMENTOS DE LA FRASE

- a) Artículos, adjetivos y pronombres
- b) Concordancia de proximidad

2.3. FORMAS DE EVITAR OTROS PRONOMBRES MASCULINOS GENÉRICOS

- a) Formas
- b) Optar por soluciones desexuadas
- c) Artículo singular con un nombre invariable
- d) Fórmulas alternativas
- e) Eliminando pronombres masculinos prescindibles

2.4. PROPUESTA DE USO:

2.4.1. SUSTITUYA EL MASCULINO GENÉRICO POR UN SUSTANTIVO COLECTIVO O POR SUSTANTIVOS ABSTRACTOS NO SEXUADOS.

- a) Sustituir el genérico masculino por otros términos de la lengua con valor genérico real como:

El origen del hombre	El origen del ser humano El origen de la especie humana
Todos los hombres son iguales ante la ley	Todas las personas son iguales ante la ley Todos los individuos son iguales ante la ley
La historia de los hombres	La historia de la humanidad La historia del género humano
Los derechos del hombre	Los derechos humanos Los derechos de las personas

b) Soluciones Mixtas:

Los derechos del hombre	Los derechos de las mujeres y de los hombres Los derechos de los hombres y de las mujeres
-------------------------	--

Los derechos del niño	Los derechos de los niños y de las niñas
Los usuarios	Las usuarias y los usuarios

c) Sustituyendo el Masculino genérico por un sustantivo Metonímico.

Otros casos: Sustituiremos el genérico masculino, singular o plural por otros términos de la lengua con valor genérico real: sustantivos colectivos, por sustantivos abstractos no sexuados (metonímicos) o soluciones neutras menos personalizadas.

personal,	personas,	colectivo,
comunidad,	público,	grupo,
gente,	población,	pueblo,
equipo,	colectivo,	conjunto de,
mundo,	la profesión,	clase,
personas empleadas,	autoridades,	cuerpo, profesional,

Los sustantivos que más posibilidades ofrecen son:

Personal (experto, directivo, formador, responsable, cualificado...) y

Persona (perceptora, beneficiaria, demandante de empleo,...).

Magistratura,	La policía,	familia,
delegación,	El trabajo asalariado	La tropa
El servicio doméstico	El electorado	La descendencia
El público	Las criaturas	El vecindario
La juventud	La infancia	El alumnado

A EVITAR	SE SUGIERE
<i>Grupos de usuarios</i>	Grupos de personal usuario
<i>Los empleados de ...</i>	El colectivo empleado en ...
<i>Operador de servicios generales</i>	Personal operador de servicios generales
<i>Los panelistas</i>	El conjunto de panelistas
<i>Supervisor de Estación...</i>	Supervisión de Estación
<i>Jefe de Taller Eléctrico</i>	Jefatura de Taller
<i>Dos miembros delegados</i>	Dos personas delegadas
<i>Los padres</i>	La familia
<i>Los habitantes de Talca esperan</i>	La población de Talca espera
<i>Los ciudadanos penquista han mostrado</i>	La ciudadanía penquista ha mostrado
<i>Representantes de los trabajadores</i>	Representantes de la plantilla
<i>...que da a conocer a los familiares y amigos de los empleados y empleadas...</i>	...que da a conocer a familiares y amistades del personal

Otras Sugerencias respecto de oficios, cargos, funciones y conglomerados:

Presidencia	gerencia
Tutoría	auditoría
Alcaldía	secretaría
Recepción	
La redacción	la colaboración
la notaría	la traducción
la autoría	la distribución
la afición	el turismo
la empresa	la lingüística
la filología	la medicina
el periodismo	los recursos humanos
las solicitudes	el empleo
la emigración	la(s) editorial(es)
el deporte	...

La Cámara Baja	la Cámara Alta
El Senado	Las Cortes
el gabinete psicológico	el gabinete médico
el bufete	el despacho laboralista
los hogares	...

A EVITAR	SE SUGIERE
<i>Los sindicalistas</i>	Los sindicatos
<i>Los aficionados que quieran desplazarse a San Bernardo</i>	La afición que quiera desplazarse a San Bernardo
<i>Ha aumentado el número de empleados</i>	El empleo ha aumentado
<i>Los emigrantes constituyen el 10%</i>	La emigración constituye el 10%
<i>Los Santiaguinos opinan del Metro</i>	En Santiago se piensa del Metro

d) Sustitución en los Gentilicios:

Los usamos para referirnos a hombres y mujeres de un pueblo o comunidad ya sea en plural o singular, ejem. El santiaguino prefiere, los santiaguinos prefieren

Los ariqueños opinan	El pueblo de Arica opina
La renta de los porteños	La renta de la población de Valparaíso
Peñaflorinos en Red	Peñaflor en Red
Los chilenos	La población chilena El pueblo chileno La gente de Chile

e) Sustitución para los nombres de Oficios, Cargos y Profesiones.

Sustituya el masculino genérico por un **sustantivo metonímico**: se pondrá el cargo, la profesión, la actividad, el lugar geográfico, la época...en lugar del sustantivo masculino

Quando nos referimos a **una persona** que ocupa un cargo o profesión usaremos el género adecuado; masculino si se trata de hombre y femenino si se trata de mujer.

A EVITAR	SE SUGIERE
Sra. Cristina Manterola, Abogado	Sra. Cristina Manterola Abogada
La juez dictó sentencia	La jueza dictó sentencia
<i>La líder</i>	Lideresa, Ejem: lideresa indígena; lideresa chilena; Sylvia Ruiz lideresa gremial, lideresa pro-vida, etc.

Utilice el femenino en cargos, profesiones, títulos y rangos, para ello cerciorarse si existe el femenino, en el diccionario.

En los plurales que se refieran a personas de ambos sexos, utilizaremos un genérico o bien la duplicación, en función del caso

A EVITAR	SE SUGIERE
Lista de candidatos	Listas de candidatas y candidatos

Utilizaremos **los dos géneros** si se da la posibilidad que el lugar de trabajo sea ocupado tanto por un hombre como por una mujer:

Se necesitan enfermeras	Se necesitan enfermeros y enfermeras Se necesitan enfermeras/os
Se llama a proveer cargo de ingeniero	Se llama a proveer cargo de ingeniera/o

A EVITAR	SE SUGIERE
<i>Los sindicalistas</i>	Los sindicatos
<i>Los aficionados que quieran desplazarse a San Bernardo</i>	La afición que quiera desplazarse a San Bernardo
<i>Ha aumentado el número de empleados</i>	El empleo ha aumentado
<i>Los emigrantes constituyen el 10%</i>	La emigración constituye el 10%
<i>Los Santiaguinos opinan del Metro</i>	En Santiago se piensa del Metro

- f) Recorra a convenciones administrativas:** Utilice estas convenciones para neutralizar el masculino cuando incluya personas de ambos sexos y para objetivizar:

Ejem.: En Civil:

Los demandantes	La parte demandada
Los demandantes	La parte demandante

: En Penal

Los querellantes	La parte querellante
Los querellados	La parte querellada

A EVITAR	SE SUGIERE
<i>...si fuera deudor</i>	...si fuera parte deudora
El o/ la recurrente	parte solicitante

g) **Cambie la sintaxis** de la oración para hacerla con lenguaje inclusivo

Utilice:

que	quien
frases impersonales	frases pasivas
quite elementos que no aportan nada, etc.	

En muchas ocasiones es lo más costoso, ya que nos hemos acostumbrado a hablar de una manera determinada, pero si reflexionamos un poco nos damos cuenta que no es tan difícil.

Convierta en frases **impersonales, pasivas, etc.**

A EVITAR	SE SUGIERE
<i>Los visitantes deberán pedir cita</i>	Se deberá llamar para concertar cita
<i>Recibo de compra, si el cliente lo quiere</i>	Recibo de compra, si así se desea
<i>A los de Vialidad</i>	A quien sea de Vialidad
<i>Los trabajadores que soliciten permiso</i>	Al solicitar permiso
<i>El trabajador tendrá tres oportunidades</i>	Se darán 3 oportunidades
<i>Nuestros clientes se muestran satisfechos</i>	Se muestra un alto grado de satisfacción

Utilice frases de **relativo**

A EVITAR	SE SUGIERE
<i>Parking: los que porten</i>	Quienes porten Quienes tengan
<i>Los viajeros que viajen desprovistos de carné</i>	Quienes viajen sin carné

Cambios con **preposiciones, verbos sustantivados, eliminación de masculinos prescindibles, etc...**

A EVITAR	SE SUGIERE
<i>Adecuadamente cualificados</i>	Con calificación adecuada
<i>...de tener un grupo de colaboradores con casi mil personas</i>	...de obtener la colaboración de casi mil personas
<i>Actividades culturales: si estás aburrido</i>	Si te aburres...
<i>Derecho a ser transportados ... a otros viajeros</i>	Derecho al transporte...al resto Ser transportadas y transportados ...a otros grupos de personas
<i>...si es deudor</i>	Si genera deuda Si tiene deuda Si mantiene una deuda

h) Utilice **dobles formas**, femenina y masculina o vice versa:

Eso no significa que debas utilizar las formas femenina y masculina de todos los pronombres, artículos y adjetivos que concuerden con el sustantivo. De hecho, a menudo los artículos y determinantes pueden ser eliminados sin que varíe el significado de la frase:

No hay que abusar de la duplicidad porque resulta en ocasiones engorrosa.

Procuraremos usar cualquiera de las otras **alternativas** de este manual.

Alterna el uso **del femenino y del masculino sin dar una preferencia sistemática en el orden al masculino ni al femenino** para no jerarquizar a hombres y mujeres

Niñas y niños	Padres y madres
Eva y Adán	trabajadoras y trabajadores
Tutora o tutor...	Funcionarios y funcionarias

En las nóminas, lista de distribución, compuesta por nombres femeninos y masculinos regirse por el orden alfabético del nombre o del apellido, pero uno de estos criterios debe aplicarse en todo el relato o documento.

2.4.2. CONCORDANCIA ENTRE LOS ELEMENTOS DE LA FRASE

a) Artículos Adjetivos y pronombres

En general, los **artículos, adjetivos y pronombres** que aparecen en un texto tienen que concordar con los nombres que acompañan, siguiendo las reglas habituales, el uso de masculino con valor genérico afecta especialmente a los artículos, adjetivos y pronombres en concordancia con nombres invariables o de género común, por ejem. La palabra agente (el /la) En estos caso en que la visibilización del femenino depende exclusivamente de la flexión de un artículo o de un pronombre es, especialmente importante optar por usos sexuados. No obstante no hay formulas sistemáticas y cada problema tendrá que resolverse

teniendo en cuenta el contexto y las mayores posibilidades de inclusión y visibilización de las personas sujetos del texto.

b) Concordancia de Proximidad

En los casos en que adjetivo y participios para ambos sexos del sustantivo dificulten la fluidez del texto, se hace necesario recurrir a la **concordancia de proximidad** que evita las dos formas de los adjetivos y participios, así para adjetivos antepuestos a varios sustantivos, puedes recurrir a la **concordancia de proximidad** que permite nuestra gramática:

El adjetivo (y el artículo, si lo hubiera) concordarán con el sustantivo más próximo, pero calificarán a ambos.

La concordancia de proximidad puede también aplicarse a un adjetivo pospuesto a varios sustantivos, en cuyo caso concordaría con el último sustantivo

A EVITAR	SE SUGIERE
<i>Los trabajadores y trabajadoras aprobados y aprobadas</i>	Las trabajadoras y trabajadores aprobados El personal aprobado (cambiando la sintaxis)
<i>Los viajeros trasladados</i>	Las viajeras y viajeros trasladados

Sin embargo, **no podemos acudir al criterio de proximidad cuando adjetivos y participios van precedidos por un verbo copulativo** (ser, estar o parecer).

A EVITAR	SE SUGIERE
<i>Los trabajadores y trabajadoras serán convocados</i>	El personal será convocado
<i>Los candidatos y candidatas serán seleccionados</i>	Se seleccionará a las candidaturas

2.4.3. FORMAS DE EVITAR OTROS PRONOMBRES MASCULINOS GENÉRICOS

a) Formas:

<i>“cuántos”</i>	cuántos y cuántas cuanta gente cuántas personas el número de personas (que) la cifra de gente (que)
<i>“del mismo” o “de los mismos”</i>	sus
<i>“los demás”</i>	el resto los y las demás las y los demás las demás personas los y las restantes o las y los restantes
<i>“los dichos” “los referidos”</i>	tales

<i>“los mencionados”</i> <i>“los anteriores”</i>	
<i>“ambos”</i>	uno y otra una y otro tanto (el) uno como (la) otra tanto (la) una como (el) otro él y ella ella y él
<i>“todos”</i>	todo el mundo ellos y ellas o ellas y ellos la totalidad de
<i>muchos</i>	multitud de infinitud de infinidad de gran cantidad de un gran número de una mayoría de una gran parte de un buen número de
<i>uno</i>	alguien cualquiera la persona una persona el ser humano
<i>varios</i>	un conjunto de un grupo de gran variedad de una variedad de

A EVITAR	SE SUGIERE
<i>Muchos vecinos se acercaron</i>	Buena parte del vecindario
<i>Varios visitantes manifestaron</i>	Un grupo de visitantes manifestaron
<i>A la opinión de cada uno de ellos</i>	A la opinión de cada cual A opinión de cada cliente...
<i>Cuando uno apruebe</i>	Cuando alguien apruebe Cuando una persona apruebe Cuando se apruebe
<i>Los demás que hayan aprobado</i>	El resto que haya aprobado Los y las demás que hayan aprobado
<i>Si ambos están de acuerdo</i>	Si ambas partes están de acuerdo
<i>Hace referencia a ambos</i>	Hacen referencia a una y otro
<i>Todo cliente</i>	Cualquier cliente La totalidad de clientes (sin artículo)
<i>Todos aquellos que tengan el carné de socio</i>	Cualquiera que tenga el carné de socio/a Aquellas personas que sean socias

<i>Todos los menores de 24 años que posean el carné de socio</i>	Menores de 24 años con carné de socio/a Cualquier menor de 24
<i>Todos hemos sido generosos en este esfuerzo</i>	Ha sido un esfuerzo de todas las partes
<i>Han sido entrevistados muchos postulantes</i>	Se ha entrevistado a un número elevado de postulantes

b) Optar por soluciones desexuadas (como escoger adjetivos invariables que funcionen para ambos sexos) o por despersonalizar la redacción por ejem. Con el uso de la voz pasiva.

A EVITAR	SE SUGIERE
Los y las telefonistas son muy atentos	Los y las telefonistas son muy amables
Un comunicador y una comunicadora buenísimos	Un comunicador y una comunicadora excelentes
Los candidatos y candidatas fueron convocados	La jefa de personal convocó a los candidatos y las candidatas
Los consejeros y las consejeras nombradas	Los consejeros nombrados y las consejeras nombradas
Todos están invitados. Los que quieran venir...	Todo el mundo está invitado. Los y las que quieran venir
Leía la lista de alumnos y los animaba a participar	Leía la lista de alumnos y alumnas y animaba a chicos y chicas a participar
	Leía la lista de alumnos y alumnas y animaba a todo el mundo a participar
	Leía la lista de alumnos y alumnas y todos y todas eran animados a participar

c) El uso del artículo masculino con valor genérico acompañando a nombres invariables

A la hora de hacer concordar un **artículo singular con un nombre invariable**, evitaremos el uso del artículo masculino como genérico, y utilizaremos el masculino o el femenino según nos refiramos a un hombre o a una mujer, **y los dos artículos coordinados**, cuando el enunciado pueda referirse a una mujer o a un hombre indistintamente. Lo mismo haremos con el artículo en plural.

A EVITAR	SE SUGIERE
	--- Datos del declarante, Juan Torres.
	--- Datos de la solicitante, María Contreras
Datos del titular	Datos del/de la titular:
Las contribuciones de los participantes	Las contribuciones de los y las participantes

d) Fórmulas Alternativas.

Otra solución, que podemos combinar con la duplicación, será recurrir a **fórmulas alternativas** que, según el contexto, permitan eludir el artículo, sustituirlo por palabras desexuadas (quien), o bien despersonalizar la redacción.

A EVITAR	SE SUGIERE
Los miembros del sindicato manifiestan que...	Miembros del sindicato manifiestan que...
Los que quieran participar...	Quien quiera participar...
El demandante	La parte demandante
El titular de la libreta es...	La titularidad de la libreta pertenece a...
Los autores hablan en el texto...	El texto habla de... En el texto se habla de...

e) Eliminando pronombres masculinos prescindibles

Muchos pronombres masculinos son innecesarios en castellano. Pueden eliminarse sin que ello suponga pérdida de significado, puesto que en muchas ocasiones es un uso puramente enfático, que el verbo u otro pronombre personal ya deja marcado.

A EVITAR	SE SUGIERE
Quando ellos presentaron la denuncia	Quando presentaron la denuncia
Nosotros estamos a su disposición	Nuestra empresa está a su disposición Estamos a su disposición
Recibo de compra, si el cliente lo quiere	Recibo de compra, si así se desea Recibo de compra si se quiere

3. FORMACIÓN DE NOMBRES FEMENINOS Y MASCULINOS

En muchos casos es preciso crear el femenino de nombres de oficios, cargos o profesiones, que durante muchos años han sido exclusivos del género masculino, y en algunos casos, crear el masculino de nombres usados mayormente en femenino. Lo haremos siempre teniendo en cuenta las leyes de sufijación de la lengua, y tendremos en cuenta las recomendaciones de los diccionarios normativos y terminológicos.

a) Nombres variables

SUFIJO	EJEMPLO
-an. / ana	capitán / capitana
-ario / aria	secretario / secretaria
-ado / ada	delegado / delegada
-ivo / iva	administrativo / administrativa
-nomo / noma	agronomo / agrónoma (ingeniero/a)
-dor / dora	administrador / administradora
-gogo / goga	pedagogo / pedagoga
-logo / -óloga	politólogo / politóloga

b) Nombres invariables

SUFIJO	EJEMPLO
-a	el/la terapeuta
-e	el/la forense
-al	un/a oficial (de carrera, de secretaría)
-anza	un/a ordenanza
-ante	el/la representante; el/la conferenciante
-ente	el/la gerente la/el dependiente
-ar	un/a auxiliar (clínico/a de vuelo)
-ble	el/la presidenciable el/la contable
-ista	la/el telefonista; el/la columnista

c) Algunos casos que pueden provocar dudas

Masculino	Femenino
Pedro N adjunto de dirección	Ana N adjunta de dirección
Un agente para la igualdad	Una agente para la igualdad
Mi ayudante	Mi ayudanta
Pasqual Maragall	alcalde
Rosa Aguilar	alcaldesa
Sylvia Ruiz	Lideresa
Un aparejador competente	Una aparejadora competente
Se busca aprendiz	Se busca aprendiza
Un arquitecto técnico	Una arquitecta técnica
El archivero del Centro	La archivera del Centro
Un asesor político	Una asesora política
El consultor en comunicación	La consultora en comunicación
Un asistente social	Una asistenta social
El bedel de la Universidad	La bedela de la Universidad

4. USO DE LA BARRA (/), EL GUIÓN (-) O LA ARROBA (@)

Barra o guión, aunque la primera es usada con mayor frecuencia, sólo es aconsejable en formularios, contratos e impresos en general, memos e email. En resoluciones, cartas y documentos públicos, en lo posible cambiar la sintaxis, procurando evitar el lenguaje confuso o ambiguo.

El uso de la arroba, no tiene restricción en la comunicación informal, es rápida, llamativa y moderna.

El uso de estos signos dificulta la lectura, por tanto se deben evitar cuando la comunicación vaya a ser leída.

A EVITAR	SE SUGIERE
<i>Soltero</i>	Soltero/a
<i>Carne de sócio</i>	Carne de social/o

RECOMENDACIONES GENERALES:

- ✓ Mantener el lenguaje inclusivo a lo largo de **todo el texto**.
- ✓ Proteger en el relato la **visibilización** del femenino.
- ✓ Evitar en la medida de lo posible la duplicidad e Intentar **cambiar la sintaxis** de las frases para no hacerlas repetitivas.
- ✓ Cuidar la **concordancia**.
- ✓ Consultar el diccionario, en muchas ocasiones existe la forma femenina que por ignorancia o inercia social no son usadas
- ✓ Evaluar en el relato, si ¿Lo expresarías de forma similar si se tratara de alguien del sexo contrario? ¿Queda la mujer trivializada, devaluada, ridiculizada, desacreditada, estereotipada o excluida? En tal caso, cámbialas.
- ✓ Recordar: Que existen los neologismos; Que el castellano es una lengua viva; Que lo que no se nombra no existe; Que el lenguaje no es excusa y que cada cual en el nivel que esté, hallará la forma y el recurso lingüístico necesario para nombrar y visibilizar a todas las personas evitando tratos excluyentes y discriminatorios.
- ✓ El lenguaje se transforma porque la realidad lo hace; cada cambio en la realidad y en la sociedad se refleja con más o menos rapidez en el lenguaje. El uso estereotipado del lenguaje es consecuencia de la realidad de desigualdad que se vive.

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Aquí están algunos de los términos más usados en la Administración Pública en sus comunicaciones externas e internas. Junto con las directrices básicas anteriores servirá para facilitar la elaboración de la documentación de la entidad.

A EVITAR	SE SUGIERE
(los) clientes	las y los clientes
(los) dichos	tales
(los) mencionados	Tales infinidad de infinitud de gran cantidad de (un) gran número de una mayoría de (una) gran parte de (un) buen número de
Alcaldes	alcaldías
Algunos	Alguien bastantes

alumnos	alumnado estudiantes(sin artículo) estudiantado
amigos	amistades
ancianos	gente anciana personas ancianas población anciana vejez gente mayor personas de edad
aquél que	la persona que quien quienquiera que
aquéllos	tales quienes quienquiera
aquéllos que	las personas que quienes quienesquiera que
asalariados	el trabajo asalariado
asesor(es)	asesoría
autor(es)	autoría
azafata	personal auxiliar azafatas y azafatos
Buzón del ciudadano	Buzón ciudadano
candidato(s)) candidatura(s)
cierto(s)	alguien
ciudadanos	ciudadanía ciudadano/as
colaborador(es)	colaboración
componente(s)	quien(es) componen componentes (sin artículo)
coordinador(es)	coordinación
del mismo/ de los mismos	su(s)
delegado(s)	delegación delegaciones
demasiados	Bastantes suficientes
derechos del hombre	derechos humanos derecho de las personas
diputado(s)	la Cámara el Parlamento
director(es)	Dirección la clase dirigente
distribuidor(es)	distribución
editor(es)	editoriales edición

el cual	quien que
El denunciante	La persona que denuncia
El infractor	La persona infractora
El interesado	La persona interesada
El portal del ciudadano	El portal ciudadano
El propietario...	Propiedad de...
el que	quien que la persona que quienquiera que
El que subscribe	Quien subscribe
el/los demandado/s	la parte demandada quien(es) demande(n) quien(es) haya(n) demandado la parte demandante
elector(es)	Electorado censo electoral
emigrante(s)	emigración
empleado(s)	personal empleos recursos humanos
empresario(s)	la empresa
enfermo(s)	gente enferma población enferma gente con enfermedades
espectador(es)	público asistente público que asiste
estudiante(s)	Estudiantado Alumnado la clase
funcionario(s)	Funcionariado personal funcionario
gerente(s)	gerencia
hijo(s)	Prole criaturas descendencia hijas e hijos hijos e hijas
hombre(s)	persona(s) ser(es) humano(s) humanidad género humano especie humana gente
jefe(s)	jefatura

joven/es	juventud gente joven personas jóvenes jóvenes (sin artículo)
la cabeza de familia	la persona cabeza de familia la o el cabeza de familia Jefe/a de Hogar
limpiadora(s),	personal de limpieza
Los afectados	Las personas afectadas
Los candidatos	Las personas que presenten su candidatura
Los ciudadanos	La ciudadanía
Los funcionarios	El funcionariado
los habitantes	la población
los políticos	la clase política
Los seleccionados	Las personas seleccionadas
Los solicitantes	Las personas que lo soliciten
Los trabajadores	contratados El personal contratado
Los viejos	Las personas mayores
magistrado(s)	magistratura
Manual del usuario	Manual de uso
marginados	colectivos marginados clases marginadas personas marginadas grupos excluidos
médico(s)	gabinete médico personal médico
nacido en	natural de
ninguno(s)	nadie
niños / adolescentes	adolescencia chiquillería infancia gente joven gente adolescente
Oficina de atención al ciudadano	Oficina de atención a la ciudadanía
padres	madres y padres padres y madres familias
participante(s)	quien(es) participa(n)
pocos	una minoría de
presidente(s)	presidencia
receptor(es)	recepción quien(es) recibe(n)
representante(s)	representación quienes representen

secretaria(s) secretariado secretario(s)	Secretariado secretario(s) la secretaria
señorita	Señora Doña
solicitante(s)	solicitudes quien(es) solicite(n) quien(es) haya(n) solicitado
solo(s)	en solitario sin compañía
Sras. del Aseo	Personal del aseo
trabajador(es)	el personal los recursos humanos el colectivo trabajador la plantilla
traductor(es)	traducción quien traduce personal traductor
turista(s)	el turismo
tutor(es)	tutoría
unos cuantos	bastantes suficientes alguien
usuarios	personal usuario quien use personas usuarias
Vecino de...	Con domicilio en...
vecinos	vecindario
viajeros	viajeras y viajeros quien viaje personas trasladadas
viejos	Vejez, personas ancianas
voluntarios	voluntariado
Web del visitante	Web de visitantes

6. NOMBRE DE CARGOS.

Haga una lista de los nombres de los cargos de su institución revíselos y reanúdelos, en forma más democrática, abra la posibilidad en su mente y en la realidad (si no es así) a que sean desempeñados por mujeres u hombres o si son desempeñado tanto por hombres como por mujeres, visibilice esta realidad.

A EVITAR	SE SUGIERE
<i>Analista informático</i>	Analista de informática
<i>Jefe de planta</i>	Jefatura de planta
<i>Experto de Higiene y Seguridad</i>	Personal Experto de Higiene y Seguridad
<i>Analista –Programador</i>	Personal Analista –Programador
<i>Jefe de Taller Eléctrico-Electrónico</i>	Jefatura de Taller
<i>Jefe de Taller Mecánico-Neumático</i>	Jefatura de...
<i>Jefe de Mantenimiento</i>	Jefatura de., Jefatura Mantenimiento
<i>Secretaria de Dirección</i>	Secretaría de Gerencia (con acento)
<i>Técnico de Compras</i>	Personal Técnico de Compras
<i>Técnico de Organización</i>	Personal Técnico de Organización
<i>Traductor</i>	Personal de Traducción
<i>Gestor de Mano de Obra</i>	Gestión de Mano de Obra
<i>Operador de Seguridad</i>	Personal Operador de...
<i>Secretaria de Departamento</i>	Secretaría de Departamento (con acento)
<i>Conductor (choferes)</i>	Personal de Conducción
<i>Gestor Servicios Generales</i>	Gestión de Servicios Generales
<i>Administrativo. Dirección</i>	Personal Administrativo Dirección
<i>Atención al cliente</i>	Atención a clientes
<i>Limpiador</i>	Personal de Limpieza

III CASOS DE SEXISMO EXPLÍCITO: DISIMETRÍA EN LA MANERA DE TRATAR A HOMBRES Y MUJERES.

En el sexismo implícito el lenguaje sirve a la discriminación cuando se usa el masculino con valor de género neutro, o lo que es lo mismo, a la forma del mensaje lingüístico. El lenguaje, no obstante, como herramienta de comunicación y relación, como espejo de la realidad en la que vivimos y como transmisora del pensamiento humano, también puede llegar a ser un instrumento de discriminación a menudo más peligroso, cuando los usos lingüísticos se ponen al servicio de lo que conocemos como **sexismo explícito**, es decir, cuando las palabras se ponen al servicio del estereotipo social y, en lugar de invisibilizar al femenino lo que hacemos es visibilizarlo mientras lo calificamos injustamente, o bien lo subordinamos al masculino. En este caso no encontramos discriminación en la forma del mensaje, sino en el contenido.

Partimos de la base que no hay palabras discriminatorias, sino usos discriminatorios ya que reflejan cómo la sociedad trata con disimetría a mujeres y hombres, y presuponen la subordinación de un género al otro, o bien contienen cargas ideológicas de connotación sexista que es preciso evitar.

Estos usos discriminatorios afectan aspectos semánticos o de significado de los mensajes: la elección léxica, los criterios de orden gramatical, la entonación de las palabras, etc. A menudo resulta difícil distinguir el sexismo implícito (androcéntrico, morfológico, e inconsciente en muchos casos) del sexismo explícito (semántico, ideológico y, en muchas ocasiones, deliberado e incluso malintencionado). Creemos que es más fácil ver la diferencia entre uno y otro si tenemos en cuenta los ejemplos siguientes:

EJEMPLO 1: a) La evolución de los hombres

Es sexismo **implícito**, el término “hombres” pretende incluir a las mujeres, pero las invisibiliza.

Debería decir: “**La evolución de la humanidad**”

b) La implantación del **sfragio universal** el año 1890 supone la incorporación de las clases proletarias a la política

Es sexismo **explícito**: el término “universal” no pretende incluir a las mujeres, porque no votaban, por lo tanto hay una ocultación, no del femenino, sino de un agravio comparativo histórico para con los derechos de las mujeres en relación con los de los hombres)

Debería decir: “**sfragio universal masculino**” ya que el enunciado universal oculta, deliberadamente o no, la injusticia social histórica que las mujeres no tuvieran derecho a voto, en Chile hasta el año 1949.

EJEMPLO 2: a) La administración se dirige a **todos los ciudadanos**.

Es sexismo **implícito**: el término “ciudadanos” pretende incluir a las mujeres, pero las invisibiliza.

Debería decir: “La administración se dirige a **toda la ciudadanía**”

b) Pedro lloraba **como una niña** / Ana habla **como feriante**, se maneja **como un machote**...

Es *sexismo explícito*: enunciados con connotaciones de estereotipos sexistas sociales (los hombres no lloran, las mujeres no dicen palabrotas, etc.) traducidos a la lengua de uso, y que sencillamente se deberían evitar)

1. SUBORDINACIÓN DEL GÉNERO FEMENINO AL MASCULINO

1.1. Orden de Preferencia entre Femenino y Masculino

Cuando optamos por la duplicación para visibilizar a ambos géneros en el discurso, debemos tener en cuenta que existe la tendencia a poner sistemáticamente el masculino en primer lugar, con el femenino a continuación, de manera que establecemos una relación de jerarquía en la cual priorizamos al masculino.

Así pues, es bastante común leer: “la historia de los hombres y de las mujeres”, “los derechos de los hombres y de las mujeres”, y, también en los impresos o formularios: “nombre del padre: ___; nombre de la madre: ___”; “inmueble propiedad del Sr. ___ y la Sra. ___”; etc.

PROPUESTA DE USO: Criterio de Alternancia

Alternaremos el orden de precedencia de femenino y masculino, de tal manera que durante el discurso en algunos casos aparezca antepuesto el femenino y en otras, el masculino.

O bien optaremos por respetar el orden alfabético en las duplicaciones, anteponiendo en cada caso la forma masculina o femenina que corresponda según este criterio.

Es importante optar por una de las dos propuestas y aplicarla a todo el texto sistemáticamente, a fin de garantizar la coherencia de criterio.

A EVITAR	SE SUGIERE
Mayor participación de chicos y chicas y de ancianos y ancianas en la vida pública	Mayor participación de chicas y chicos y de ancianos y ancianas en la vida pública (<i>criterio de alternancia</i>)
	Mayor participación de chicas y chicos y de ancianas y ancianos en la vida pública (<i>criterio alfabético</i>)
Manifiesto firmado por Joan Puig y Ana Batista	Manifiesto firmado por Ana Batista y Joan Puig (<i>criterio alfabético</i>)
Ciudadanos y ciudadanas asistentes a la comisión defendieron los derechos de santiaguinos y santiaguinas	Ciudadanas y ciudadanos asistentes a la comisión defendieron los derechos de santiaguinos y santiaguinas (<i>criterio de alternancia</i>)

1.2. Otros usos asimétricos en el trato de mujeres y hombres

Tenemos que tratar de forma equivalente el femenino y el masculino en los nombres propios de persona, especialmente cuando masculino y femenino comparten contexto o circunstancia. Así pues, mujeres y hombres con idéntico cargo o nivel profesional tendrán que recibir un trato paralelo en textos y publicaciones.

a) En cuanto a lo que se refiere al nombre de pila y al apellido, se usa muy a menudo sólo el nombre de pila para designar a mujeres en contextos laborales o formales, mientras que en contextos idénticos los hombres son designados mayormente por su nombre y apellido. Con ello el trato que reciben las mujeres al ser designadas es más familiar o informal, incluso en contextos que exigen un registro más formal.

b) En cuanto a los tratos, no hay simetría en el uso de **señorita/señora** y **señorito/señor**. Señor es término de cortesía que se aplica a los hombres, respetables que ya no son jóvenes, o trato que se que se antepone al apellido, va asociado a la posesión, dueño de, en cambio señorita es un término de pretendida cortesía que se aplica a las mujeres solteras, a diferencia de señora que se aplica a las casadas, “dícese, mujer del varón” se aplica al igual que a los hombres a las mujeres respetable que ya no son jóvenes, o como trato que se antepone al apellido de una mujer casada o viuda.

Un trato simétrico pide utilizar **Doña** en todos los casos que se refieren a una mujer, ya que es un tratamiento de respeto que se antepone al nombre propio de una mujer independientemente de su estado civil, y sin dar antecedentes de él, que en la mayoría de ocasiones no viene al caso, de igual forma que para los hombres utilizamos **Don** para referirnos a los hombres jóvenes o mayores solteros, casados, separados, divorciados, viudos o enamorados.

PROPUESTA DE USO: Trato simétrico y criterio único para ambos

A la hora de designar mujeres y hombres, les daremos un trato simétrico y seguiremos un criterio único para ambos:

a) Utilizaremos el apellido, o bien nombre y apellidos (visibilizando el apellido de la madre), para referirnos tanto a hombres como a mujeres en contextos de formalidad media y alta.

b) Evitaremos el uso del nombre de pila en contextos en los que la familiaridad pueda restar relevancia o profesionalidad al personaje de quien se está hablando.

Utilizaremos como única forma de trato para todas las mujeres, “Doña” sin dar mayor información de su estado civil y en definitiva de su vida privada.

Ejem.: Doña Letizcia y Don Felipe

1.3. Uso Asimétrico de Dependencia en las Relaciones de Parentesco por Afinidad.

Aunque se trata de una disimetría lingüística que se da más en el lenguaje periodístico, también en los textos administrativos encontramos casos en los que la identificación de la mujer viene dada por

medio del hombre, y en los que la relación de parentesco connota subordinación, posesión o pertenencia. Algunas expresiones disimétricas son el uso de posesivos de pertenencia (su esposa, su mujer...), el uso de la preposición de (de dependencia) en los apellidos de las mujeres casadas, etc.

PROPUESTA DE USO: Eliminar fórmulas estereotipadas y el posesivo.

a) Evitaremos el uso de fórmulas estereotipadas que connoten la idea que las mujeres dependen o son posesión de los hombres y no utilizaremos en formularios y documentos legales la relación de parentesco de afinidad que subordina a la mujer a su cónyuge.

b) Evitaremos en registros formales, especialmente el legal, el posesivo de pertenencia acompañando el parentesco de afinidad, sobretodo en expresiones como “su esposa”, “su mujer”... Designaremos a la mujer por su propio apellido y no por el del marido, ya que según la ley Chilena la mujer cuando se casa conserva sus apellidos. Así jamás expresaremos “la Sra. De Pérez” por ejem.

Si en algún caso se desea utilizar el apellido del cónyuge, porque se trate de un personaje público, evitaremos utilizarlo con la preposición “de” delante, uso que indica relación de dependencia o de subordinación, por ejem.: “La Sra. de Lagos”.

c) Evitaremos el uso del tratamiento de viuda o viudo, si esta información no es necesaria.

A EVITAR	SE SUGIERE
...propiedad del Sr. Jorge Rojas y su esposa Sra. Eva Valls	...propiedad de Don Jorge Rojas y Doña Eva Valls
...hijo/a de Armando Vásquez y su mujer Ana Alvarez	...hijo/a de Ana Álvarez y Armando Vásquez <i>(siguiendo el orden alfabético)</i>
Joaquina Grez de López	Joaquina Grez
Marie Curie premio Nóbel...	... Marie Skłodowska , premio Nóbel...
Sra. Alicia, viuda de Amadeu Valls	Doña Alicia Lluch, viuda de Valls
Sr. Amadeu , viudo de Alicia Lluch	Don Amadeu Valls viudo de Lluch <i>(trato simétrico)</i>
Asistirán los socios acompañados de sus señoras .	Asistirán los miembros de la asociación: Alberto Rojas Francisca Salgado y Juan Mardones , en compañía de su pareja.
El alcalde de Providencia, Cristián Labbé y Bárbara Coombs de Labbé	El alcalde de Providencia, Cristián Labbé en compañía de su esposa Bárbara Coombs
Ha nacido Victoria, hija del señor Javier Aresti Rodríguez y de la señora Fernanda Troncoso de Rodríguez	Ha nacido Victoria Aresti Troncoso, hija de Doña Fernanda y Don Javier . Ha nacido Victoria, hija de Don Javier Aresti y Doña Fernanda Troncoso .
... un retiro abierto a padres, ex alumnos y alumnos de 4º medio	... un retiro abierto a madres y padres, exalumnado y alumnos

2. TRATO DE CATEGORÍA ASIMÉTRICO DE HOMBRES Y MUJERES

Como ya hemos comentado anteriormente, el lenguaje permite designar todo lo que existe y por lo tanto, lo que no es designado desaparece de los ojos de la mayoría, se invisibiliza y no aparece en nuestra sociedad, no se nombra lo que no existe, sólo existe lo narrado. Por ello, la mayor presencia del masculino en los textos puede contribuir a la invisibilización de lo femenino.

Ahora bien, invisibilizar una realidad puede ser tan grave como designarla o conferirle un trato erróneo, por medio de los usos lingüísticos. En algunos casos, como por ejemplo, en el ámbito médico, puede provocar más malentendidos y tantas o más consecuencias negativas atribuir por error el nombre de una enfermedad a la sintomatología de otra, que omitir el nombre real.

El lenguaje desempeña un papel fundamental en nuestra manera de comprender el mundo y, en consecuencia, en la construcción de identidad de mujeres y hombres como tales, y en la determinación de su rol social.

Por lo tanto, los textos que se dirigen a las personas desde las administraciones públicas y los medios de comunicación masiva, deberán prestar especial atención para garantizar un trato de categoría simétrico, de hombres y mujeres y evitar el sexismo explícito resultante de las conductas lingüísticas sexistas que se indican:

PROPUESTA DE USO: Simétrico uso de escenarios por ambos sexos

Evitaremos la asimetría en la frecuencia de aparición de mujeres y hombres en los textos dirigidos a la colectividad.

- a) Procurando que no predomine la frecuencia del masculino en la exposición de contenidos, y utilizando los recursos expuestos en este manual para evitar la invisibilización de lo femenino (expresiones que incluyan ambos sexos, genéricos reales, duplicaciones, etc.)
- b) Procurando que no predomine la frecuencia del masculino en actividades, casos o ejemplos que la página pueda incluir, así como en los autores y las autoras de textos especializados, artículos de opinión que aparezcan firmados, etc.

Ejemplos y Casos:

- a) El lugar de utilizar sistemáticamente expresiones androcéntricas como: tener hijos, jóvenes, emprendedores, ser padres, el ciudadano opina, etc., procuraremos utilizar expresiones más inclusivas, con formas **genéricas o neutras** como: obligaciones parentales, personas jóvenes, personas emprendedoras, ser madre ser padre, la ciudadanía opina o las personas opinan, etc.
- b) Si en una página tenemos que **ilustrar con testimonios reales** el espíritu de voluntad de la juventud de nuestra ciudad, o la capacidad de reinserción laboral de la ciudadanía mayor de cincuenta años etc., nos cuidaremos que los textos o entrevistas que salgan muestren chicas y chicos, hombres y mujeres de manera simétrica.

- c) Si tenemos que incluir **artículos de opinión** procuraremos que haya presencia de autores y autoras poniendo especial cuidado en áreas con roles estereotipados (carreras femeninas o masculinas)
- d) En todos los casos que sea conveniente procuraremos subrayar en cada ámbito específico la presencia de aquel género que por estereotipo del rol social es **socialmente menos presente**. (enfermero, parvulario, ingeniera, mecánica, por ejem)

Así pues, en un programa de jóvenes y cuidado de personas mayores, o de comedores escolares, etc. procuraremos que los chicos tengan una representación especial; en un programa de informática para personas mayores, procuraremos que las abuelas tengan una representación especial, etc.

RECOMENDACIONES GENERALES:

- ✓ Evitaremos el estereotipo en la participación y calidad de actividades de hombres y mujeres en los textos dirigidos a la colectividad. Cuidando que los textos no atribuyan a las mujeres mayormente, lo privado, lo doméstico (como actividades familiares y domésticas) y a los hombres, mayormente el ámbito público (como actividades laborales de liderazgo político y social, y recreativas o deportivas)
- ✓ Evitaremos el estereotipo en la valoración y caracterización del femenino y del masculino en los textos dirigidos a la colectividad, como emitiendo juicios de valor respecto al masculino y al femenino.
- ✓ Evitando caracterizaciones asociadas a hombres y mujeres y adjetivaciones que puedan contribuir al estereotipo, y que se atribuyan emociones y sentimientos estereotipados a hombres y mujeres.
- ✓ Distribuyendo equitativamente el protagonismo entre hombres y mujeres.

A EVITAR	SE SUGIERE
ayudas a las madres	ayudas a las familias
madres monoparentales	familias monoparentales (o bien distinguiremos entre: familias monoparentales y monoparentales en función de si la tutoría familiar recae en padre o madre)
la demanda de las madres de más salas cuna	la demanda de madres y padres de más salas cunas
“Si estás esperando un hijo ”	“Si pronto serás madre o padre”

Ejemplos y casos:

a) A menudo las mujeres están más presentes en fotos e ilustraciones de webs y prensa, que en el texto, cosa que enfatiza su imagen y aspecto físico, pero no se da a conocer su opinión ni las presenta en el discurso de contenidos.

b) A menudo a las mujeres se les atribuyen calificativos tópicos o ridículos, que hacen referencia a su físico o belleza y que no ayudan a eliminar estereotipos.

Algunos casos reales:

a) “Kourni...fashion” ganó venció a Seles en Winnipeg

(acompañado de comentarios como: no hay flash que se le resista, siempre buscando el lado sensual de la tenista...)

Es simétrico: **Kournikova venció a Seles en Winnipeg**

b) El fenómeno se explica porque la alcaldesa es una mezcla de **belleza, talento, valentía y oportunismo**

Es simétrico: El fenómeno se explica porque la alcaldesa ha demostrado talento valentía y oportunidad

c) La atribución de sentimientos y emociones estereotipadas a mujeres y hombres, así como los juicios de valor, son también usos lingüísticos que conviene combatir. Si bien estas prácticas tienen lugar más en los textos periodísticos y publicitarios que en los administrativos, reproducimos algunos ejemplos que muestran como el lenguaje, en virtud de ciertas licencias estilísticas, puede caer en el estereotipo social.

Juicios de Valor Estereotipados:

“Por el amor de una mujer, un director de caja de ahorros, entre rejas tras desfalcar cinco millones por una pasión.”

(...la vida de este hombre empezó a **torcerse** cuando conoció a la mujer **que le enloquecería**)

La mujer caracterizada como culpable de la perdición masculina

Metáforas Estereotipadas

La Barbie de hierro

La nueva dama de acero: las mujeres deportistas, o son de acero, o son **muñecas de la gimnasia, sirenas de la natación...** pasando del estereotipo de mujer fuerte=masculina al de la mujer bella y grácil que nada, hace gimnasia, baila... (El hierro/el acero, es una metáfora a menudo asociada con las mujeres que hacen trabajos/deportes tradicionalmente masculinos)

Parentescos y Familiaridades Estereotipadas

La viuda alegre

Una abuela en la oficina

Las abuelas voladoras

(Mal)Trato de la Violencia De Género en los Medios de Comunicación

A la hora de tratar este tema, es preciso evitar estereotipos y tópicos que frivolicen o banalicen los casos de violencia de género, y evitar adjetivos que puedan contribuir a una justificación implícita o a un consentimiento de la agresión.

Sufridas Mujeres
Reincidentes del dolor
La vida con un verdugo en casa

IV EL LENGUAJE NO ES EXCUSA

En lo referente al uso no sexista del lenguaje, cada persona hará aquello que quiera hacer y en el código lingüístico hallará los recursos necesarios para visibilizar a las mujeres y evitar tratos excluyentes o discriminatorios.

Es cierto que el lenguaje es un código arbitrario con las limitaciones que la gramaticalidad impone, pero también es un código flexible y dúctil, en evolución constante, y que permite expresar cosas tan diversas como contenidos científicos o poéticos, ya sea creando neologismos para nombrar nuevos descubrimientos, en el caso del lenguaje científico, o transgrediendo la norma para acercarse a la emoción estética, en el caso del lenguaje poético.

A menudo las limitaciones que nos encontramos en el momento de buscar recetas para dar trato igualitario a mujeres y hombres, no son las del lenguaje como código, sino nuestras propias limitaciones como usuarios y usuarias de la lengua. No olvidemos que todo se puede expresar con palabras.

Continuamente, el lenguaje se renueva para dar nombre a nuevas realidades: así nacen palabras como chip, clonación; palabras para nuevas profesiones como enfermera o programador, y seguidamente programadora y enfermera. Nuevas realidades crean lenguaje. Pero, también, un nuevo lenguaje ayudará a crear nuevas realidades.

Para hacer un uso no sexista del lenguaje de manera eficaz es necesario:

- a) **considerar una prioridad y una necesidad** que se haga un uso no sexista del lenguaje en todas las situaciones de comunicación: querer es poder.
- b) **mejorar nuestro conocimiento de la lengua de uso y del abanico de posibilidades que ésta ofrece**, ya que, cuanto más dominemos el código, más recursos tendremos a nuestro alcance (léxicos, morfológicos y gramaticales) para evitar el androcentrismo lingüístico y eludir el masculino como genérico.
- c) **familiarizarse con una serie de recomendaciones de uso**, como las que aparecen en este manual.

V TRATAMIENTO DE LAS IMÁGENES: USO DEMOCRATICO DE LA IMAGEN

Las imágenes que se proyectan en las webs, afiches, memorias, etc., de la administración pública chilena, incluyen pocas ilustraciones con personas, aunque paradójicamente de las cinco áreas temáticas del Programa de Gobierno de la Presidenta Bachelet, tres están dirigidas a las personas, este discurso no parece relacionarse con el relato visual, que muestra en general, muy pocas personas, omitiendo una oportunidad real de acercamiento de la ciudadanía al Estado, desde la imagen con un trato más cordial, más cercano desde la sonrisa de la foto.

Una imagen vale más que mil palabras, se dice, por ello debemos procurar incorporar fotos con personas distintas que reflejen la realidad, lo que no resta seriedad ni neutralidad.

Las fotos deberán acompañar al texto, sumándose a la información neutra textual, como discurso plural. Por ejemplo: el título “Vivir en familia” es neutro (pero el estereotipo nos hace pensar en un tipo de familia determinado, instalado en nuestro imaginario) Si al título acompañan fotos que presenten modelos familiares distintos como:

Padre y madre de etnias distintas, abuela y nieto, madre monoparental, padres gais, etc., el uso de fotos no será meramente decorativo, sino que estará añadiendo una información crucial al discurso textual.

Con el mayor acceso a tecnologías cada vez de mejor calidad, las imágenes se multiplicarán y las posibilidades de aumentar el riesgo de equivocar el uso de las mismas aumentará también, por esto es trascendental que las imágenes representen la pluralidad, que se presenten libres de estereotipos, que muestren a hombres y mujeres tanto en ámbitos públicos como privados; a la mujer, pero no a una mujer determinada, sino la diversidad de las mujeres, y lo mismo ocurrirá 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 representar 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 en las webs públicas tiene que ser fruto de una reflexión y no del azar.

Las imágenes de las webs públicas deberán:

- a)** visibilizar a las mujeres (evitando el uso de la figura masculina como genérico que pretende representar a todas y 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.)

1. CASOS DE SEXISMO IMPLÍCITO: USOS GENÉRICOS DEL MASCULINO Y OCULTACIÓN DEL FEMENINO

Las imágenes que proyectamos de las mujeres, en muchas ocasiones de manera inconsciente, transmiten mensajes androcéntricos que reproducen valores que discriminan a las mujeres y favorecen la permanencia de estereotipos, de igual forma que en el género gramatical, invisibilizando el género femenino. Por ejemplo, la foto de un hombre frente a un computador anunciando un master de arquitectura, ¿debemos entender que el masculino representa al género humano, mujeres y hombres? Seguramente, muchas mujeres no van a verse ahí representadas: ni las jóvenes con vocación de arquitectas, ni las profesionales que ya ejercen esa labor y seguiremos perpetuando estereotipos sexistas de ocultación del femenino con el pretexto que el masculino nos representa a todas y a todos.

Demasiado a menudo la publicidad y los medios utilizan la imagen masculina genérica en ámbitos donde la mujer es todavía excepción (ingeniería, tecnología, ciencia, ámbitos directivos y cargos de decisión, política y liderazgo...), y dichos usos gráficos no ayudarán al cambio social de la cultura estereotipada hacia la cultura de la igualdad.

En este sentido, al igual que en el lenguaje podemos usar la duplicidad (ellas y ellos) para garantizar la igualdad, las fotos también permiten soluciones de este tipo, y de un modo mucho más ágil que en el lenguaje, ya que fotografiar a hombres y mujeres a la vez realizando juntos una determinada actividad, pública o privada, nos mostrará una realidad plural y real, sin añadir ninguna dificultad a la expresión. Otra solución es la alternancia de casos (en una foto un hombre, en otra una mujer...), siempre teniendo en cuenta no caer en la tentación de reflejar usos del espacio y de las actividades estereotipados o sexistas para hombres y mujeres.

Si al insertar imágenes en nuestras comunicaciones lo hacemos con un tratamiento igualitario, podremos evidenciar los nuevos roles que van asumiendo ellas y ellos. De esta forma:

Visibilizaremos a las mujeres y a los hombres en los otros roles que asumen en nuestra sociedad.

Afirmaremos el valor intelectual y social que tienen unos y otras

Visibilizaremos a los hombres en los nuevos entornos en que se están desarrollando: cuidado de bebés, cuidado de personas dependientes, nuevas formas de trabajo, etc...

CÓMO SE MANIFIESTA EL SEXISMO Y ANDROCENTRISMO EN LAS IMÁGENES

- a) Con la **utilización del cuerpo** de la mujer
- b) Con el refuerzo de **estereotipos**
- c) Con la asignación de **roles de género**
- d) Con la utilización de diferentes **técnicas y tratamientos**

a) Con la Utilización Del Cuerpo de la Mujer.

Utilizando el cuerpo de la mujer como “**objeto impactante**” y como “objeto de deseo” en productos y servicios en los que no sería necesario.

- **Fragmentándolo** y destacando algunos de sus atributos físicos: pecho, trasero, muslos, boca y ojos, en este orden.
- Representando **sólo a un modelo** de mujer joven y perfecta

Recomendaciones Generales

Valorar la presencia de personas con **distintas** características físicas, étnicas, socioeconómicas, etarias (de edad) para:

- Representar a todas las mujeres que existen en la sociedad de forma real.
- Construir modelos de referencia que permitan ampliar expectativas y proponer distintas actitudes, comportamientos y valores.

b) Con el Refuerzo de Estereotipos.

Mediante el refuerzo de estereotipos asociados tanto al género masculino como al femenino

Estereotipos de las mujeres: Habladoras, coquetas, complacientes, dócil, emocional, sumisa, frívola.

Estereotipo de los Hombres: Asertivos, manipuladores, emprendedores, estables, fuertes, independientes, realistas

Recomendaciones Generales

- Presentar a mujeres y hombres **sin atribuirles una supuesta personalidad** asociada al concepto tradicional de feminidad y masculinidad
- Los rasgos atribuidos, deberían asociarse como **aspectos deseables en muchos casos a la personalidad femenina**

Mujeres: emprendedoras, asertivas, dignas de confianza....

c) Con la Asignación de Roles de Género

Las imágenes de las mujeres se refieren principalmente a su rol en el **hogar**: las relaciones que establecen con sus esposos e hijas/os, suelen aparecer rodeadas de criaturas, con bolsas de compras, cuidando a personas dependientes, etc.

Ellos suelen aparecer asociados a trabajos del **ámbito público**, practicando deportes concretos, sin tener en cuenta que también cuidan a las personas ancianas, pasean en coche a sus guaguas o las cargan con porta bebés etc.

Recomendaciones Generales

- Presentar a mujeres y hombres en una **gran diversidad de papeles**, evitando las representaciones tradicionales.
- Los oficios que se describan serán atribuidos tanto a ellas como a ellos, y no sugerirán nunca que puedan ser **incompatibles con la feminidad o masculinidad**.

d) Con la Utilización de Diferentes Técnicas y Tratamientos

En muchas ocasiones no somos conscientes de que dependiendo del uso que hacemos de las técnicas de tratamiento de las imágenes, seguimos mostrando a los hombres superiores a las mujeres:

Los hombres suelen aparecer más altos que las mujeres en **cualquier circunstancia** (aunque esta diferencia de altura no sea real) Ocupan gran parte del **espacio** destinado a la imagen. Generalmente en las imágenes aparecen **mayor número** de hombres que de mujeres, y a las mujeres se las representa muchas veces con el **cuerpo** flexionado, curvado, recogido e inerte. En actitud **pasiva**, escuchando, recibiendo órdenes, etc...

Recomendaciones Generales

- Mostrar a las mujeres en **posturas activas, no de forma pasiva** (brazos cruzados, manos en los bolsillos, etc.)
- Mostrar a las mujeres en los **actos públicos, conferencias**, etc.
- Procurar **equilibrar** el número de hombres y mujeres en las imágenes

A MODO DE CONCLUSIÓN

Representar otro tipo de relaciones **más igualitarias** de camaradería, solidaridad, cooperación y atención mutua, de ayuda tanto en momentos de diversión como en situaciones difíciles.

Mostrar a hombres y mujeres en **diversidad de situaciones** y desempeñando funciones no tradicionales, como referente del mundo real en que se desarrollan.

RECOMENDACIONES GENERALES:

- ✓ Garantizar la paridad en la frecuencia de aparición de hombres y mujeres en ilustraciones y fotografías
- ✓ Evitar la ausencia, y por tanto la invisibilidad, de mujeres o de hombres en determinados ámbitos públicos o privados

- ✓ Evitar el uso de iconos de connotación masculina y potenciar el uso de iconos que visibilicen ambos géneros, o bien con sentido neutro simbólico.

2. CASOS DE SEXISMO EXPLÍCITO: TRATO ASIMÉTRICO DE HOMBRES Y MUJERES

El femenino secundario

Todo medio de comunicación que se dirija a la ciudadanía deberá visibilizar a hombres y a mujeres, tanto en sus contenidos textuales como en sus contenidos gráficos.

Pero no sólo de visualizar se trata, sino de hacerlo adecuadamente, pues los estudios demuestran que publicidad y medios reflejan una sociedad sexista o estereotipada, una mirada parcial del mundo real que deberíamos evitar reproducir en nuestras webs.

No sería exacto decir que los anuncios de equipos informáticos invisibilizan a la mujer: sus catálogos publicitarios están llenos de jóvenes modelos que son objeto de reproducciones y fotos de cámaras digitales o de impresoras láser, o aparecen chicas ilustrando salvapantallas... mientras son hombres los que aparecen en las fotos representando a los usuarios de dichos equipos. No se invisibiliza a la mujer, pero ¿se la visibiliza adecuadamente? Siempre la vemos ante la cámara, en rol pasivo, nunca tras el objetivo, activa, tomando la foto.

Otro ejemplo: los anuncios de postgrados y master de dirección de empresas, a menudo presentan a un modelo hombre; pero en anuncios de cursos de secretariado, o de formación a distancia, las modelos ante el ordenador que aparecen en las fotos son mujeres. Si algo se está visibilizando en estos casos no es a la mujer, sino la diferencia, el estereotipo social. Y una vez más estamos dando referentes sexistas a las futuras generaciones.

En las webs municipales no podemos permitirnos ser cómplices de la diferencia o la desigualdad, fijando en imágenes los estereotipos de la cultura actual, sino que debemos hacer un trabajo pionero de ruptura de estereotipos y abrir el objetivo a otros campos de visión social mostrando a otras ciudadanas, otras realidades, la pluralidad de modelos sociales, la sociedad del cambio hacia la democracia real. Por tanto, cuando acompañemos un anuncio de administración online con una fotografía, la usuaria podrá ser mujer y de edad avanzada, y no siempre será ella la joven recepcionista que atiende la solicitud, o la telefonista...

Este ejemplo nos lleva a una nueva reflexión: la mayoría de las mujeres fotografiadas en las webs son jóvenes, atractivas... Visualizamos a la mujer, no a las mujeres. Si las webs locales pretenden comunicarse más y mejor con su ciudadanía, deberán tener en cuenta su pluralidad en todos los sentidos (edad, sexo, estrato social, etnia, cultura, etc.)

RECOMENDACIONES GENERALES:

- *Hacer un trato paritario de la categoría de las participaciones de hombres y mujeres en las imágenes: qué acciones realizan unas y otros, espacios y escenarios que se les atribuyen en razón*

de género, jerarquías en actividades familiares, domésticas y laborales, de liderazgo político y social, recreativas, deportivas, etc. Mujeres con mujeres, hombres con hombres, mujeres y hombres compartiendo protagonismo, etc.

- *Equiparar la distribución del protagonismo gráfico de hombres y mujeres en la Web: tamaño de las imágenes, jerarquía de imágenes en la estructura de la web.*
- *Evitar la caracterización y valoración estereotipada del masculino y el femenino: imágenes resultantes de juicios de valores estereotipados, emociones y sentimientos atribuidos a mujeres o a hombres; patrones de comportamiento propuestos para hombres y mujeres, etc.*

“Si mujeres y hombres tienen el mismo derecho a existir en la sociedad, entonces en el lenguaje, y en toda comunicación, hombres y mujeres tienen el mismo derecho a ser nombrados, a contar con representación verbal, escrita y gráfica en todo acto de comunicación y en todos los medios, derecho a ser igualmente tratados”.

BIBLIOGRAFÍA

“El Segundo Sexo”, Simone de Beauvoir, Cap. I, Año 1949.

“Diferencia de Sexo, Género y Diferencia Sexual”, Marta Lamas Revista Cuicuilco, de la Escuela Nacional de Antropología e Historia de México volumen 7 año 2000.

“Hacia Comunicaciones sin Sexismo” Juanita Barreto Gama, Asesora Política Pública de Mujer y Género, Bogotá, año 2004.

“Manual de Comunicaciones no Sexista” Ajuntament de Terrassa año 2004

“Borrador para la comunicación no sexista en el metro Bilbao” Fátima García año 2005

“Diccionario de la lengua española de la Real Academia Española XXII edición

Diario “El Mercurio” del 1º abril de 2007.

manual
para la comunicación
NO SEXISTA



Comisión Ministerial de Género