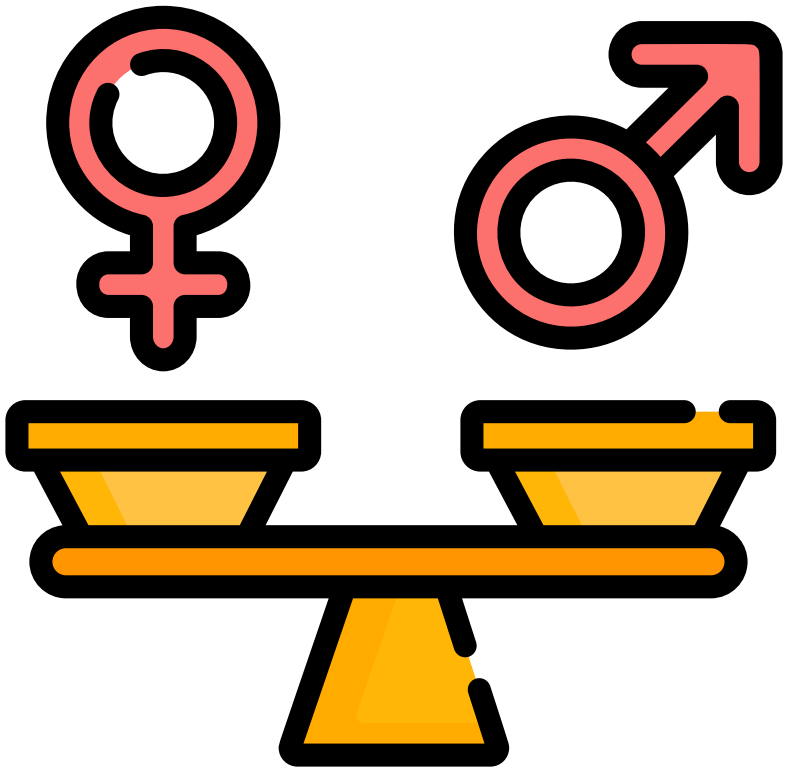
CTIC centro tecnológico

GUÍA BÁSICA

PARA UNA COMUNICACIÓN NO SEXISTA

ELABORADA POR CTIC



GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE LA PRESIDENCIA, RELACIONES CON LAS CORTES E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER Y PARA LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES
35 años Instituto de la MUJER el futuro empieza hoy

GUÍA BÁSICA PARA UNA COMUNICACIÓN NO SEXISTA, ELABORADA POR CTIC

VERSIÓN GUÍA:
Junio 2019

AUTORA:
Luisa María Paz

www.ctic.es
@fundacionctic
CTIC Centro Tecnológico

Derechos reservados

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN 04

01 TEXTO ESCRITOS EN FORMATO DIGITAL 05

02 COMUNICACIÓN ORAL 11

03 CONTENIDOS NO TEXTUALES 13

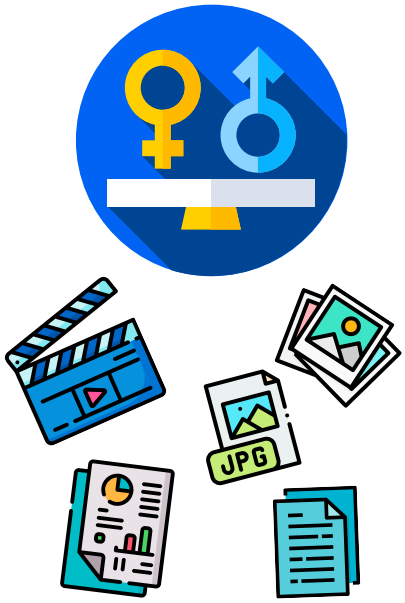
04 RECURSOS WEB SOBRE LENGUAJE NO SEXISTA 20

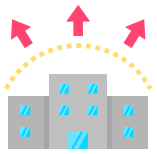
GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE LA PRESIDENCIA, RELACIONES CON LAS CORTES E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER Y PARA LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES
35 años Instituto de la MUJER el futuro empieza hoy

INTRODUCCIÓN

La mayoría de guías y documentos de ayuda para realizar un uso no sexista del lenguaje se centran fundamentalmente en los contenidos textuales. Son muchos los materiales disponibles, algunos de ellos muy exhaustivos, en los que se recopilan recursos y opciones a nivel gramatical, sinónimos y todo tipo de alternativas que la lengua castellana ofrece.

Pero en la sociedad actual, en la que los contenidos visuales y multimedia son cada día más relevantes es necesario tener en cuenta que la comunicación no sexista debe ir más allá del propio texto: iconografías, fotografías, vídeos, infografías… presentes tanto en páginas web, en todas las redes sociales, en todo tipo de medios. Estamos totalmente de acuerdo con la afirmación "una imagen vale más que mil palabras" y partimos de la premisa de que un contenido que incluya un texto inclusivo, correctamente escrito, acompañado de imágenes en las que no haya mujeres o su presencia no sea correcta (reproduzca estereotipos, ofrezca una imagen negativa de la mujer…) podría resultar sexista y tener un impacto más negativo que el propio texto. Si el contenido audiovisual transmite una idea contraria al textual, el mensaje que primará será el del contenido audiovisual.





Esta guía, si bien está dirigida al personal de CTIC Centro Tecnológico, con el fin de servir de ayuda en la realización de una comunicación inclusiva, queremos ponerla a disposición de aquellas personas y entidades que pudieran precisarla.

En ella se incluyen algunas pautas básicas y se muestran algunas buenas prácticas con el fin de proporcionar estrategias que ayuden a la realización de un uso del lenguaje igualitario. Además se incorporan referencias a otros documentos más especializados o concretos.

Esta es la primera versión de la guía, si bien la intención es realizar actualizaciones que resuelvan dudas que se vayan planteando en el día a día del trabajo de comunicación de quienes formamos parte de este Centro Tecnológico.

Si no perteneces a CTIC, nos alegrará saber que la has utilizado y agradeceremos los comentarios que nos ayuden a mejorarla . En cualquiera de los casos, puedes enviar un correo a igualdad@ctic.es.

Recuerda que, si trabajas en CTIC, la agente de igualdad te podrá ayudar si tienes alguna duda de cómo realizar un contenido inclusivo.

1-
TEXTOS ESCRITOS EN FORMATO DIGITAL

Estas recomendaciones podrían resultarte de utilidad si vas a escribir una propuesta/oferta, redactar un proyecto, un correo electrónico, un artículo o documentación diversa de comunicación, entregables para la justificación de proyectos, documentos de estrategia, memorias de actividad, si vas a elaborar una presentación, textos para redes sociales, contenidos para la web, si necesitas crear un formulario, si incluyes textos en un programa o aplicación informática que estás desarrollando… En definitiva, si tienes que escribir palabras que se refieran o aludan a personas.

En cuanto a la redacción de textos, las RECOMENDACIONES básicas son:

- Evita el masculino genérico.

- La arroba (@) no es la solución en los textos en formato digital.
  La barra, tampoco. No son válidas por una cuestión de accesibilidad ya que un lector de textos reproduce el término de forma literal y no interpreta el desdoblamiento de ambos géneros.
  Por ejemplo: El término "investigador@" lo interpretaría como "investigado-rarroba" y no como investigador e investigadora.

- Utiliza el desdoblamiento con moderación, primando la claridad y sencillez del texto. Utiliza el desdoblamiento en aquellos casos en los que sea importante visibilizar a las mujeres (una oferta de empleo, actividad tecnológica dirigida a menores, personas usuarias de una determinada tecnología…).
  En esos casos, incluye, además el femenino en primer lugar.

- Si el contenido te lo permite, promueve la ruptura de estereotipos asociados al género (también a la edad, a las capacidades…).

- Y si tienes la oportunidad, visibiliza a las mujeres en la tecnología.

Fórmulas para evitar el masculino genérico

Utilizar el masculino genérico es usar términos que designan a varones y que también podrían designar a varones y mujeres. Un ejemplo de uso de masculino genérico es "Una parte de los profesionales de CTIC son técnicos, investigadores, tecnólogos y desarrolladores".

Esta frase invisibilizaría a todas las mujeres de la plantilla que son técnicas, investigadoras, tecnólogas y desarrolladoras, por ejemplo. Una posible alternativa al texto anterior sería "Una parte de las y los profesionales de CTIC es personal técnico, investigador, tecnólogo y desarrollador".

En este caso se estaría visibilizando a las mujeres, al duplicar el artículo y se evitaría la duplicidad al incorporar un sustantivo colectivo.

"Una parte de los profesionales de CTIC son técnicos, investigadores, tecnólogos y desarrolladores".

"Una parte de las y los profesionales de CTIC es personal técnico, investigador, tecnólogo y desarrollador".

El castellano es un idioma de gran riqueza. Existen múltiples ALTERNATIVAS para evitar el masculino genérico. Algunas de ellas son:

- Utilizar sustantivo colectivos y abstractos. Son aquellos que hacen referencia a un grupo mixto de mujeres y hombres:

  - Alumnado (el alumnado participante).
  - Ciudadanía (de interés para la ciudadanía).
  - Colectivo (el colectivo usuario).
  - Comisión (se reúne la comisión encargada).
  - Comunidad (comunidad emprendedora).
  - Coordinación (la coordinación del proyecto).
  - Dirección (la Dirección de la empresa).
  - Empresariado (el empresariado asturiano).
  - Equipo (equipo de desarrollo).
  - Familia (actividad dirigida a las familias).
  - Gente (la gente está preparada para esa tecnología).
  - Grupo (para el grupo).
  - Humanidad (para toda la humanidad).
  - Personal (personal investigador / personal docente / personal directivo / personal trabajador / personal técnico).
  - Plantilla (plantilla de la empresa).
  - Profesorado (el profesorado del centro).
  - Público (público asistente).
  - Sociedad (destinado a la sociedad asturiana).
  - Totalidad (la totalidad de jóvenes de la región).
  - Vecindario (el vecindario del territorio rural).

Más ALTERNATIVAS para evitar el masculino genérico:

- Utilizar palabras invariables, sin flexión de género. Son aquellas que no cambian para referirse al género masculino o femenino.

Cuidado porque con el uso de sustantivos invariables podemos hacer un uso sexista con el uso del artículo en su forma masculina o con las concordancias con otras partes de la oración.

Algunos ejemplos de sustantivos invariables son:

- Adolescente.
- Agente.
- Artista.
- Colega.
- Comerciante.
- Conferenciante.
- Criatura.
- Dirigente.
- Docente.
- Especialista.
- Estudiante.
- Figura.
- Líder.
- Mayor (persona mayor).
- Menor.
- Miembro.
- Personaje.
- Profesional.
- Referente.
- Responsable.
- Víctima.
- Vocal.
- Individuo.
- Joven.

- Para no marcar el género masculino con el artículo, las opciones son:

  - Evitar el artículo (Actividad dirigida a estudiantes de ingeniería).
  - Utilizar determinantes sin marca de género: Cada, cualquier, cualquiera (Cada responsable deberá / Cualquier vocal podrá elegir).
  - Duplicar el artículo (Los y las menores podrán descargar la aplicación…).

Más RECOMENDACIONES para evitar el masculino genérico:

- Utilizar pronombres sin marca de género:
  - Quien / Quienes.
  - Cualquier / Cualquiera.

  (Quienes realizan estudios técnicos / Quien accede a la aplicación / Cualquier menor).

- Utilizar el relativo -que, para evitar el participio en masculino:

  Estudiantes inscritos.

  Estudiantes que se han inscrito.

- Evitar formas personalizadas:

  Destinatarios.

  Dirigido a / Colectivo destinatario.

  Bienvenidos.

  Nuestra bienvenida / Bienvenida.

- Utilizar el impersonal como recurso, empleando:
  - Imperativo (Descarga la aplicación).
  - Infinitivo (Descargar la aplicación).
  - Reflexivo -se (Se descarga la aplicación).

- Realizar desdoblamientos, teniendo en cuenta que:
  - El texto deberá ser sencillo y fácil de leer y que no sea excesivamente reiterativo.
  - Haya alternancia entre la forma masculina y femenina y que exista proporcionalidad en quien se muestra primero, con una excepción importante:

Se pondrá primero la forma femenina en aquellos casos que sea importante visibilizar su presencia. (Buscamos doctoras y doctores para CTIC / Tecnotalleres dirigidos a niñas y niños).

- Cuando se nombra a mujeres, se debe realizar un nombramiento simétrico al que se realiza con los hombres:
  - (Sr. Jacinto Pérez / Sra. Elvira Gómez).

  Nombre de Usuario.

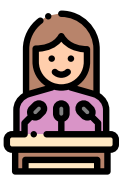
  Identificador / ID / User / DNI.

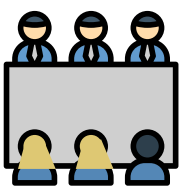
  Contacta con nosotros.

  Contacta / Contacto / Contactar / Contacta con CTIC / Contáctanos / Contáctenos / Buzón.

2- COMUNICACIÓN ORAL

Realizar una comunicación oral con un lenguaje inclusivo tiene una dificultad muy superior a la comunicación escrita. Las pautas a seguir son las mismas, pero impartir una charla o ponencia, si no se tiene el hábito, puede suponer dejar de centrarse en el mensaje que se quiere transmitir.





Algunas RECOMENDACIONES para la comunicación oral:

- En el inicio de la intervención, realizar el desdoblamiento para dirigirse al público asistente:
  - "Muchas gracias a todas y todos por la invitación a participar en este evento".
  - "Bienvenidas y bienvenidos".
  - "Buenos días a todos y todas".
- Cuidar los primeros minutos de la intervención haciendo un uso inclusivo del lenguaje utilizando las estrategias indicadas anteriormente.
- Identificar, en función del público destinatario, los sustantivos invariables, así como las estrategias y giros que podemos utilizar para dirigirnos al grupo.
  Por ejemplo, si se trata de una charla dirigida a escolares, algunas de las opciones serían:

  - Alumnado.
  - Estudiantes.
  - Quienes estudian actualmente.
  - Cada persona que estudia.
- Si en una ponencia o charla, solo hay mujeres utilizar el femenino para dirigirse a ellas.
- Realizar un cierre de la sesión con un desdoblamiento tipo:
  - "Muchas gracias a todos y todas".

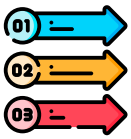
3- CONTENIDOS NO TEXTUALES

En la sociedad actual lo visual cobra día a día más importancia

VÍDEO

IMÁGENES

FOTOGRAFÍAS



INFOGRAFÍAS

ICONOGRAFÍA

Las imágenes y contenidos iconográficos están cargados de mensajes. En muchas ocasiones no se cuidan ni se les da la importancia que tienen y por ello es importante hacer un uso adecuado ya que son mucho más relevantes de lo que se piensa.

"UNA IMAGEN VALE MÁS QUE MIL PALABRAS"

Textos escritos correctamente, utilizando un lenguaje inclusivo, servirán de poco, o de nada, si van acompañadas de imágenes estereotipadas o con las que se transmite un mensaje contrario.

Como Centro Tecnológico de la Información y la Comunicación, creemos que es un aspecto en el que nos debemos detener y proponer algunas pautas que nos ayuden a que la comunicación integral que realicemos sea realmente inclusiva y por ello lo gráfico, audiovisual y multimedia tienen gran relevancia.

Si tienes que elaborar una presentación, añadir una imagen a una aplicación o herramienta, hacer una fotografía para enviar a otras personas, o para incluir en un artículo o redes sociales, si vas a hacer un vídeo o a indicar pautas para que se elabore, si necesitas utilizar imágenes en tu comunicación… estos ejemplos y recomendaciones podrían ayudarte.

Algunas RECOMENDACIONES para contenidos no textuales:

- Visibilizar a las mujeres en CTIC / Promover el acceso de las mujeres a CTIC:

  - Mostrar equipos de trabajo mixtos, en la medida en la que la situación lo permita porque haya mujeres en dicho grupo.

  - Es importante que la distribución por sexos sea lo más equilibrada posible, que sea homogénea, mezclando hombres y mujeres en las diferentes posiciones de la fotografía.

  - Si en una fotografía hay una presencia desequilibrada de mujeres, situar a las presentes en posiciones centrales.
    Si hay una sola mujer en una foto de grupo de varias personas, no situar nunca en posiciones laterales y/o inferiores.

Algunas RECOMENDACIONES para contenidos no textuales:

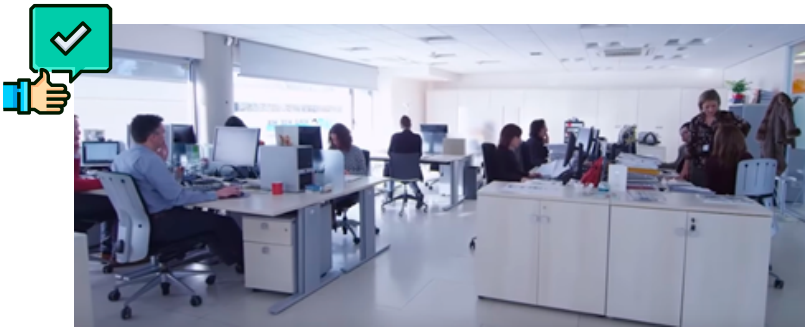
- Promover el acceso a CTIC visibilizando a las mujeres que trabajan en la entidad.

Algunas RECOMENDACIONES para contenidos no textuales:

- En cuanto los vídeos, una buena práctica es el vídeo corporativo realizado es un buen ejemplo es el vídeo realizado en el mes de abril de 2018:

CONOCE CTIC
CENTRO TECNOLÓGICO

- Se muestra una presencia equilibrada de mujeres y hombres de las diferentes áreas. Ambos sexos intervienen explicar en qué consisten las líneas de actividad en las que trabajan.
  El vídeo contribuye al objetivo de hacer CTIC una entidad atractiva para el talento, en general y en particular para las mujeres.



Algunas RECOMENDACIONES para contenidos no textuales:

- Visibiliza las mujeres utilizando tecnología o en equipos de trabajo:
  - Mostrar a una mujer utilizando una tecnología.

  - Si hay hombres y mujeres en la foto, incorpora imágenes que muestren que las actividades de la mujer y del hombre tienen un valor similar.

  - Muestra mujeres que programan código informático.

Algunas RECOMENDACIONES para contenidos no textuales:

- Muestra a niñas y niños haciendo uso de la tecnología.

- Muestra equipos de trabajo mixtos, con presencia equilibrada de hombres y mujeres.

Para facilitar la tarea, en la Intranet de CTIC se habilita una carpeta con acceso a recursos gráficos que siguen estas recomendaciones.

Algunas RECOMENDACIONES para contenidos no textuales:

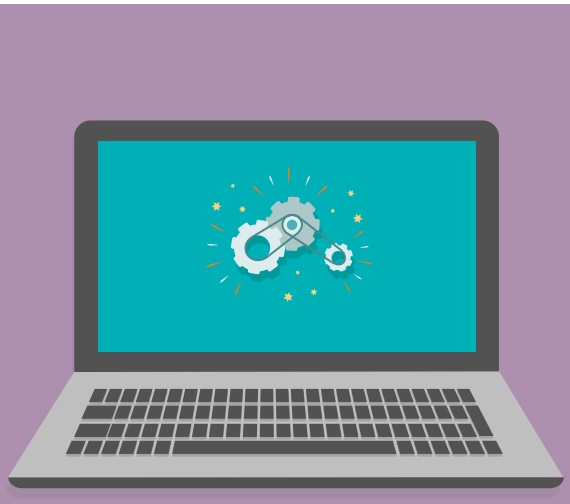
- Rompe estereotipos asociados al género. Existen un gran número de estereotipos de género que están muy arraigados, de algunos de ellos ni tan siquiera somos conscientes de ellos. Se ponen a continuación algunos ejemplos que debemos evitar para modificar los roles de género tradicionales:

  - Asignar el color rosa o morado a las niñas/mujeres y azul a los niños/hombres. Si vas a hacer un gráfico con colores evita estos para señalar a unos y a otras. Evita el rosa si estás desarrollando una aplicación dirigida, fundamentalmente a niñas. Algunos niños, varones, podrían no utilizarla por ser rosa y, además, estarías contribuyendo a perpetuar estereotipos.

  - Las mujeres se dedican a las actividades relacionadas con el cuidado (en el trabajo y en el hogar). Los hombres a las de carácter técnico y tecnológico o de más valor.

    En el ámbito de la salud se suele mostrar al médico (varón) y la enfermera (mujer), quitando valor a las mujeres. Si bien el número de enfermeras es muy superior al de hombres, no es así con el de las y los profesionales de la medicina. Es también mayor el número de mujeres médicas que el de hombres.

4- RECURSOS WEB SOBRE LENGUAJE NO SEXISTA



En 2008 CTIC elaboró el primer Recopilatorio de Recursos Web sobre Lenguaje no Sexista, del proyecto Web con Género (T-incluye) financiado por el Plan Avanza, en la línea de actuaciones que impulsan la igualdad de género en la Sociedad de la Información. En su momento fue el primero, si bien posteriormente se elaboraron muchos más desde otras instituciones.

A continuación se incluyen algunas referencias a otros documentos más especializados que pueden servir de ayuda si se necesita ahondar más en la temática. El primer documento es un recopilatorio muy exhaustivo y clasificado elaborado por el Instituto de la Mujer:

TÍTULO	AUTORÍA / ENTIDAD	AÑO
Guías para el uso no sexista del lenguaje.	Instituto de la Mujer y para la Igualdad de oportunidades.	2017
Guía para un uso no sexista del lenguaje. Incluye una mirada especial al empleo y la discapacidad.	Fundación ONCE.	2018
Guía para un uso no sexista de la lengua en la Universidad Autónoma de Madrid.	UAM – Universidad Autónoma de Madrid.	2019
Lenguaje e imágenes no sexistas.	Unidad de Género Universidad de Oviedo.	-

HERRAMIENTAS

En el marco del proyecto Web con Género también se desarrolló T-incluye, una herramienta web que permitía analizar el lenguaje de las páginas web detectando posibles expresiones sexistas y ofreciendo alternativas inclusivas. El analizador estuvo operativo entre los años 2008 y 2013.

En la actualidad son dos las herramientas disponibles, en lengua castellana, que pueden ayudar en la elaboración de textos inclusivos.

TÍTULO	AUTORÍA / ENTIDAD	AÑO
Themis: Herramienta y Analizador on-line	CISET	2010
Lupa Violeta: Herramienta	Agrupación de Desarrollo los Molinos	2008

Recuerda: si quieres plantear alguna duda, realizar alguna aportación, comentario o quieres informarnos de la utilización de esta guía, puedes enviarnos un correo electrónico a: igualdad@ctic.es

CTIC centro tecnológico

W3C® España