Líneas de comunicación interna para el uso de **lenguaje incluyente** y **no sexista**

Presentación

Los derechos de ningún hombre estarán a salvo mientras los de una mujer estén amenazados.

Nombrar, visibilizar e incluir a las personas dignamente es un tema de justicia.

La **Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres (Conavim)**, en cumplimiento a su mandato de promover los derechos humanos de las mujeres y la cultura de la no violencia, se congratula en presentar estas Líneas de Comunicación Interna para el Uso de Lenguaje Incluyente y No Sexista.

A través de esta herramienta práctica y sencilla, buscamos promover al interior de la Secretaría de Gobernación una comunicación incluyente, no sexista y libre de discriminación, a través del uso de un lenguaje visual, oral y textual que demuestre la participación igualitaria de mujeres y hombres.

Este material permitirá resolver las dudas sobre el uso de una comunicación incluyente, proponiendo diversas formas de expresarse con un lenguaje no discriminatorio, así como con ideas para la creación de imágenes y audios libres de discriminación y sexismo.

Sin duda, es necesario el esfuerzo de todas y todos en la creación de nuevas formas de comunicar en igualdad entre mujeres y hombres, porque con el uso de un lenguaje incluyente mejoramos prácticas y realidades.

¡Acompáñanos en esta transformación institucional por la igualdad!

Alejandra Negrete Morayta.
Comisionada Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres.

Introducción

Eliminar el sexismo en el lenguaje es una obligación.

Lo que no se nombra no existe

Debemos tener presente que el uso de lenguaje incluyente es, precisamente, un medio necesario para alcanzar el fin de la igualdad sustantiva.

El compromiso de alcanzar la **igualdad** sustantiva entre mujeres y hombres se encuentra contenida en diversos convenios internacionales de los cuales México es parte, así como en la Constitución y en ordenamientos como la **Ley General para la Igualdad entre Mujeres y Hombres** (que incorpora obligaciones específicas sobre el uso del lenguaje incluyente) y la **Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia**.

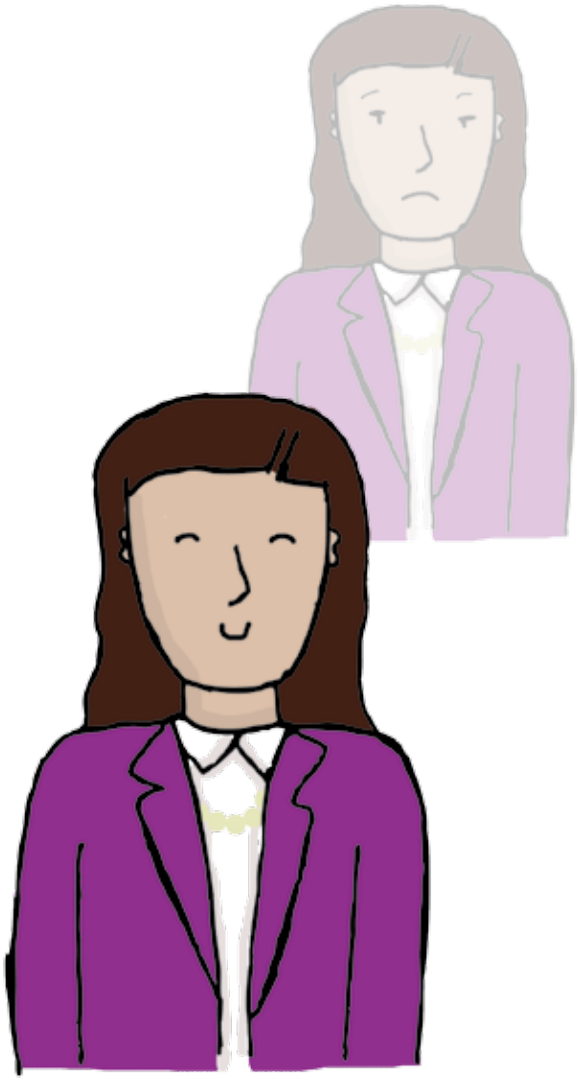
Asimismo, en el **Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018**, en su estrategia transversal sobre perspectiva de género, se prevé la obligación de fomentar un proceso de cambio profundo que comience al interior de las instituciones de gobierno para evitar reproducir roles y estereotipos de género que inciden en la desigualdad, la exclusión y la discriminación.

Un aspecto importante en la lucha por la igualdad entre mujeres y hombres es poner fin al uso sexista y discriminatorio del lenguaje, que no sólo es reflejo de la desigualdad entre mujeres y hombres, sino que además refuerza esta situación.

En México, las mujeres constituyen **52% de la población** y, sin embargo, este grupo social ha sido invisibilizado y violentado a lo largo de la historia. La clave de la discriminación estructural comienza con la exclusión de las mujeres en todos los ámbitos de la vida pública: medios de comunicación, redes sociales, academia, oficinas públicas, cargos de representación popular, y hasta en formularios y trámites administrativos.

Ignorar la presencia de una persona no dirigiéndole la palabra o mirada (invisibilizarla), o dirigirse a ella sin respeto, es una de las formas socialmente aceptadas a través de las cuales se ejerce violencia visual y auditiva.

Visibilizar a las mujeres en el lenguaje es un derecho humano y el comienzo para hacer frente a las desigualdades estructurales.



Muchas veces, cuando se comunica algo sobre las mujeres, como su profesión o su pertenencia a una comunidad, se les considera una parte del grupo masculino, y una de las consecuencias de esto es que nos resulte natural no nombrarlas en **documentos**, **programas**, **campañas** y, en consecuencia, en el lenguaje **escrito**, **verbal**, **visual** y **auditivo**.

La Declaración de Beijing señala que la *"proyección constante de imágenes negativas degradantes de la mujer, la utilización de roles o estereotipos que discriminan, así como los productos violentos y degradantes (...) en los medios de difusión también perjudican a la mujer y su participación en la sociedad"*.

En consecuencia, es importante considerar al lenguaje en sus diferentes dimensiones como un instrumento para representar a las mujeres en experiencias que se alejen de los roles y estereotipos de género, y presentar a la sociedad la posibilidad que tienen las mujeres para desarrollar su vida al margen de esas limitaciones.

En este contexto, la comunicación que emite la **Administración Pública** puede ayudar a construir la igualdad sustantiva, esto es, a que exista igual número de mujeres y hombres que ocupen posiciones de toma de decisiones, representación política y, en general, de relevancia y **visibilidad** en la sociedad.

Resulta evidente que las y los comunicadores de la Administración Pública tienen un papel fundamental en la construcción del lenguaje incluyente y no discriminatorio: cada una y cada uno debe constituirse como agente que propicie el cambio a una cultura a favor de la igualdad de género, para que todas las mujeres ejerzan plenamente todos sus derechos humanos.

1. Comunicación visual incluyente

Consiste en representar visualmente a mujeres y hombres en igualdad, por ejemplo, produciendo o eligiendo videos, ilustraciones o fotos con:

• Igual número de mujeres y de hombres.

• Igual número de mujeres en puestos de poder o toma de decisiones que los hombres (médicas, juezas, arquitectas, ingenieras, líderes, etc.).

• Igual número de mujeres y hombres en puestos de apoyo o servicio.

• Igual talla (misma estatura, no "proporcional").

• Igualdad en cuanto a imágenes: implica romper los estereotipos de género establecidos.

Por otro lado, algunos de los estereotipos de género establecidos tradicionalmente que no deben utilizarse son:

Mujer: en silencio - buen cuerpo – maquillada - la que se equivoca - sirve - es sumisa - choca el coche - hace lo que le dicen - edecán.

Hombre: fuerte - alto - blanco - todo lo sabe - tiene la solución a los problemas - dice lo que debe hacerse - tiene la primera y la última palabra.

Imágenes que rompen con los estereotipos tradicionales:

- Mujeres diversas entre sí: altas, bajas, morenas, negras, blancas, güeras, trigueñas, de pelo corto, largo, chino, lacio, sin y con tacones, campesinas, indígenas, empresarias, deportistas, niñas, adolescentes, adultas mayores, no representadas como esposas-madres-hijas.

- Hombres **diversos** entre sí: altos, bajos, morenos, negros, blancos, güeros, trigueños, sin pelo, de pelo corto, con melena, largo, chino, lacio, jóvenes, adultos, mayores, etc.

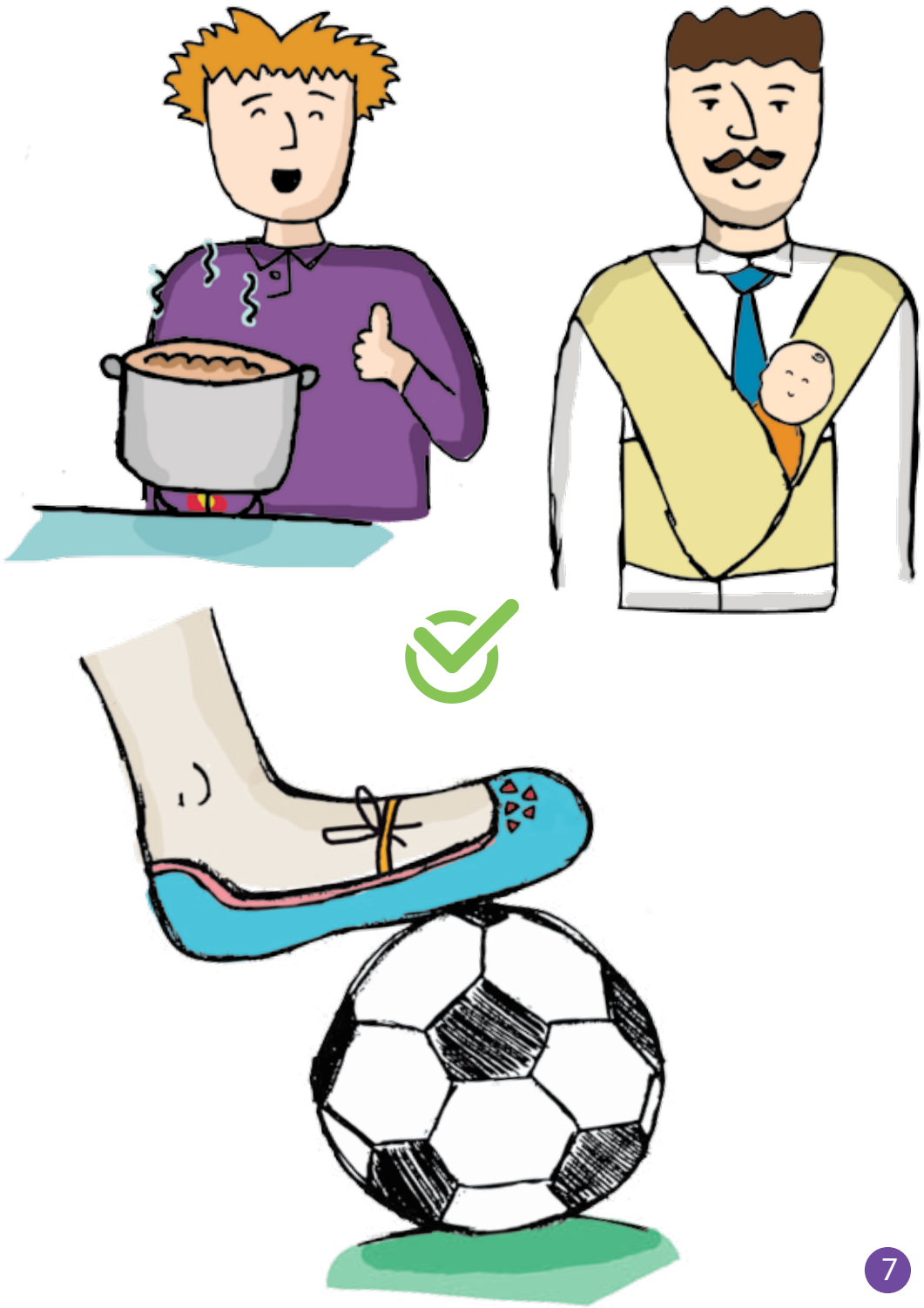
Igualdad en cuanto a roles: implica representar a las mujeres y a los hombres en videos, fotos o ilustraciones, desempeñando roles diversos a los que generalmente se les asigna a cada quien de acuerdo al sexo.

• Roles que **no** hay que usar, tradicionalmente asignados a mujeres: ama de casa, esposa, encargada de la limpieza, encargada del cuidado de hijas e hijos, secretaria, enfermera, etc.

• Roles **innovadores** para usar con mujeres: empresaria, científica, militar, jefa, manejando maquinaria pesada, dirigiendo operativos de protección civil, futbolista, jueza, política, médica, entre otros.

• Roles que **no** hay que usar o usar poco, tradicionalmente asignados a hombres: director, dueño, jefe, ingeniero, médico, político, militar, ajeno a la salud y alimentación de sus hijas e hijos, entre otros.

• Roles **innovadores** para usar con hombres: Atendiendo a las hijas e hijos (en actitud cálida), jugando con las hijas e hijos pequeños en un parque.

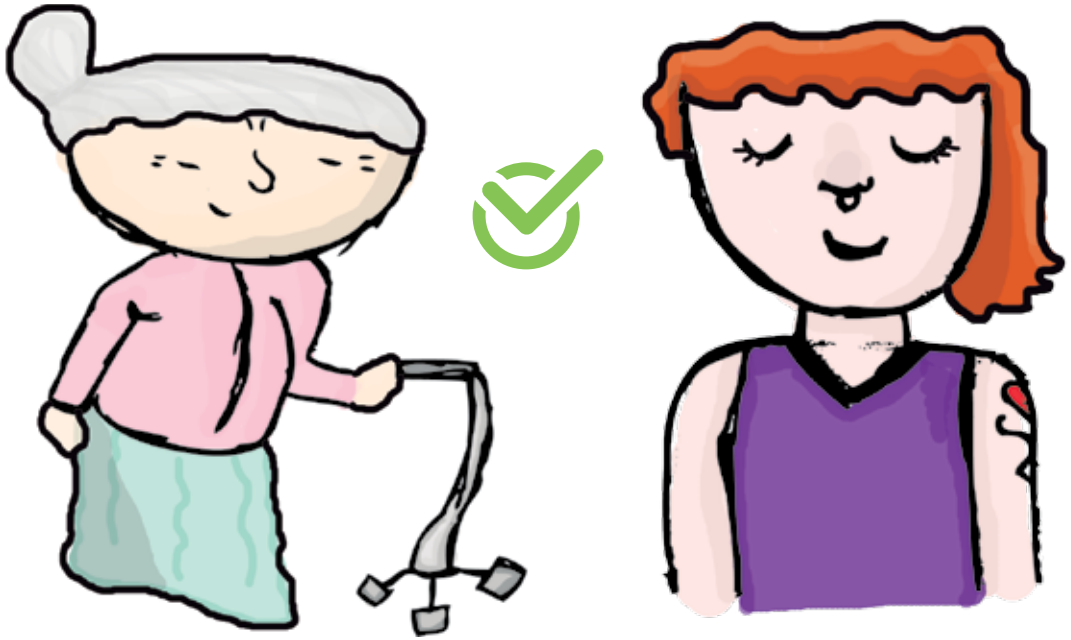


Ayudando a personas de la tercera edad. Hablando de la salud de sus hijas e hijos. Atendiendo a otro hombre con discapacidad. Haciendo tareas domésticas: barrer, trapear, cocinar, limpiar. Cambiando el pañal a la hija o hijo.

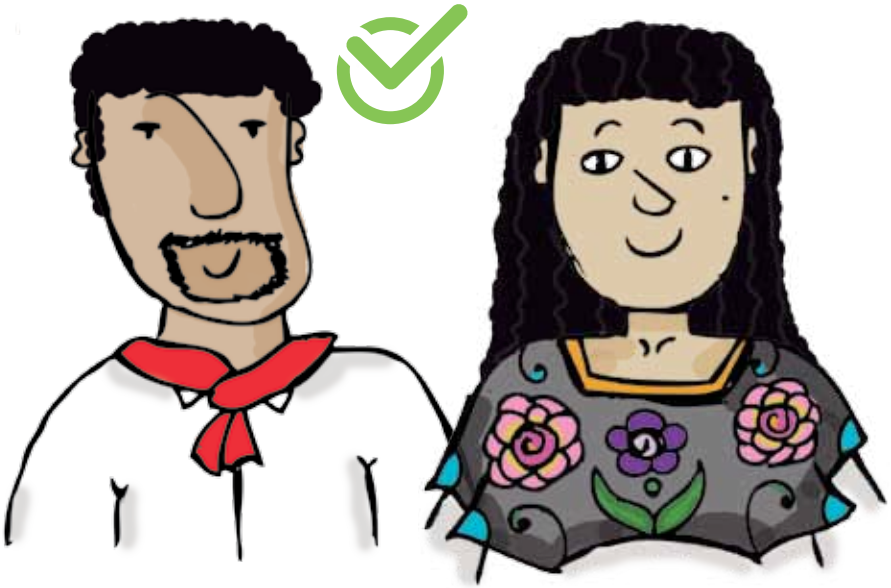
• Igualdad en la representación de mujeres y hombres en **primer** y **segundo planos.**

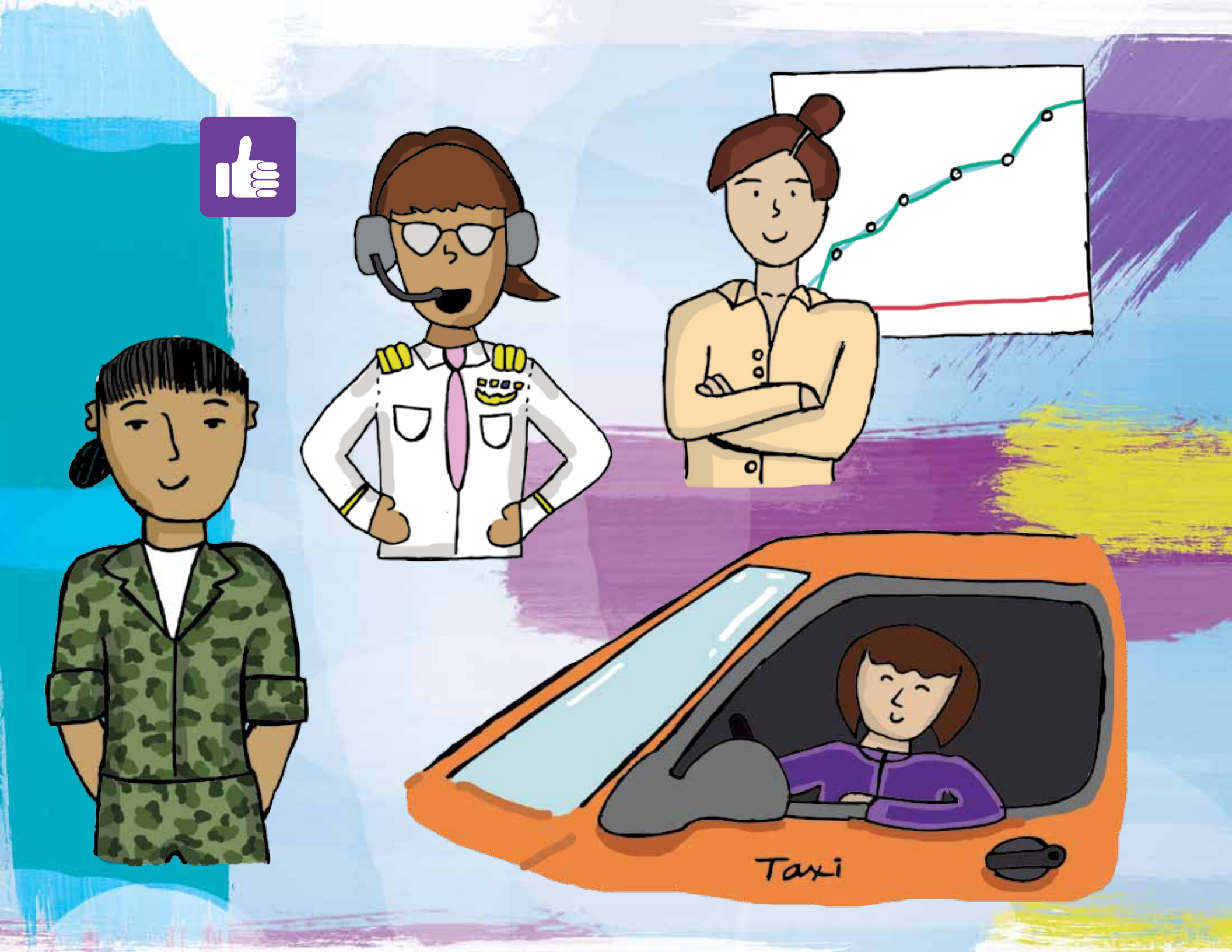
• Igualdad en la representación de mujeres y hombres en cuanto a sus **características físicas** (delgadez, robustez, fortaleza, debilidad, etc.). No se trata de que todas las personas sean iguales: si se tiene que representar en una ilustración, foto u otro medio visual a una mujer y a un hombre, deben tener características iguales, y no hombres más altos que las mujeres, por ejemplo.

La representación visual de mujeres deberá contener una **propuesta que rompa los estereotipos de belleza tradicionalmente impuestos y propuestos para las mujeres** como "modelos deseables para los hombres".



La igualdad admite diferencias y supone diversidad




Taxi

• Igualdad en la representación de nivel **cultural**, **económico** y **profesional**.

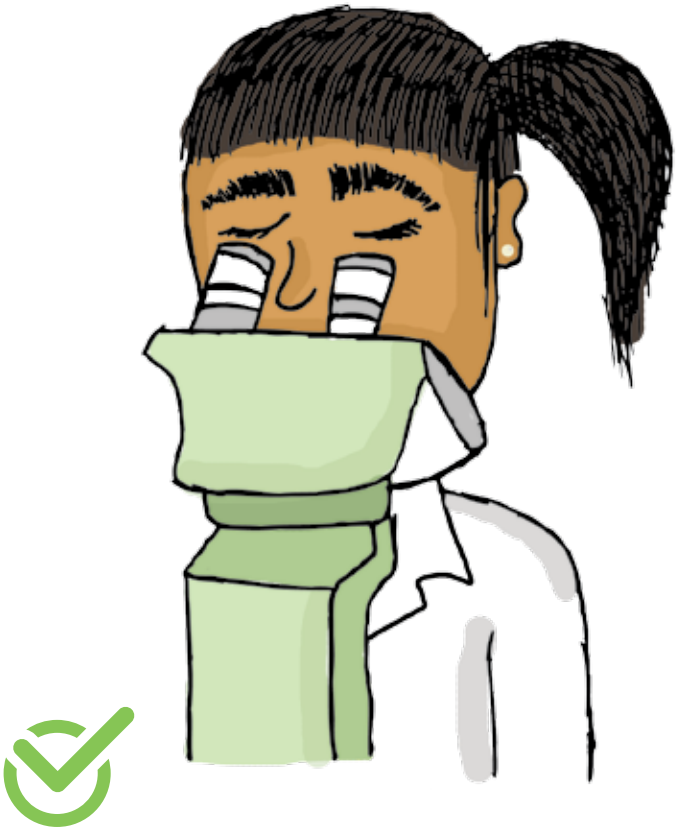
Si no es posible representar en video, ilustrar o usar fotos con el mismo número de mujeres que de hombres por limitaciones de espacio, objetivo de la campaña, etc., se deberá aplicar una acción afirmativa:

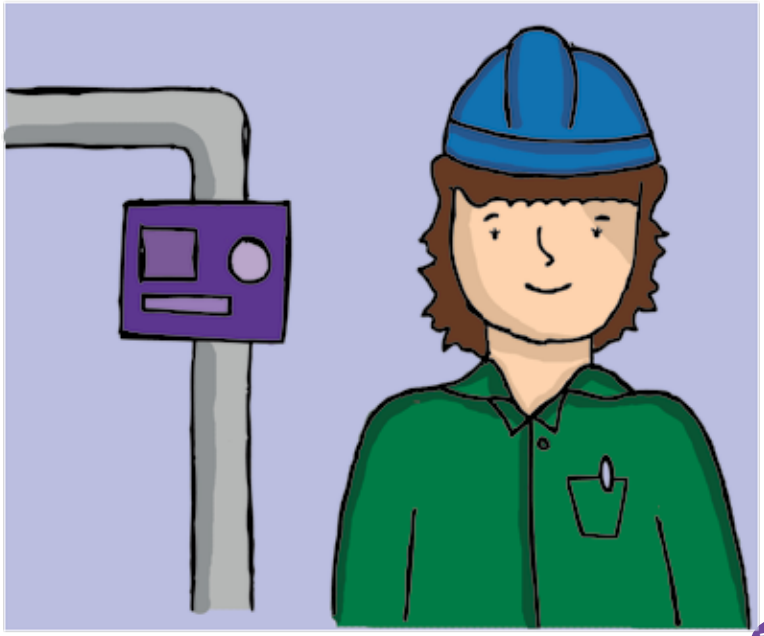
• SI sólo puede aparecer una persona, elegir una mujer, y que sea una mujer en una posición de **toma de decisiones,** de poder o de mando (una mujer empresaria, patrona, campesina, manejando maquinaria, vendiendo ganado, líder agraria o indígena, científica, médica, corredora de autos, etc.).

• **NO** ilustrar o representar en imágenes a las mujeres en las ocupaciones que tradicionalmente se les asignan: como **ama de casa**, **madre**, **esposa**, **limpiando**, **sirviendo**, etc.

• **NO** ilustrar o representar a la mujer como **vedette** o **modelo**, sino diversa: **robusta**, **delgada**, **morena**, **mestiza**, **indígena**, **blanca**, de **pantalones** y no sólo de falda, con **pelo largo**, **corto**, **chino**, **lacio**, **canoso**, eliminando estereotipos o formas tradicionales de representarlas.

• Si por el *target* de la campaña se deben representar sólo hombres, representarlos en actividades que tradicionalmente se les asignan a las mujeres: feliz cambiándole el pañal a un o una bebé en el baño de hombres, y él o la bebé vestida de cualquier color menos rosa o azul.





2. Comunicación incluyente en audio

Para campañas que contengan productos de comunicación con audio:

• Igualdad en cuanto al **número de voces** de mujeres y hombres.

• Igualdad en cuanto al **tiempo** de audio de mujeres y hombres en cada mensaje.

• Igualdad en cuanto a la creación de **rúbricas institucionales** (deben existir rúbricas femeninas y masculinas en todas las instituciones).

• Igualdad en la representación auditiva de mujeres y hombres en cuanto a los **roles** (representar auditivamente a mujeres en posiciones de poder y toma de decisiones, y a hombres en posiciones de servicio y/o apoyo).

Si no es posible contar con voces de mujeres y hombres por limitaciones presupuestales, aplica una acción afirmativa:

• Si sólo puede contarse con una voz, elegir la de una **mujer**, y que sea una mujer en una posición de toma de decisiones, de poder o de mando.

• Si por el *target* de la campaña se debe contar con voz de hombre, deberá ser en actividades que tradicionalmente se les asignan a las mujeres. En este caso, la rúbrica institucional deberá ser con voz femenina.

Nombrar a las mujeres no es "detalle menor"

Por no referirse explícitamente a las mujeres en el lenguaje, se les ha discriminado o se han violentado sus derechos humanos.

Por ejemplo, la Constitución mexicana de 1917 decía: *"Son ciudadanos de la República los que, teniendo una forma honesta de vivir..."*. En materia electoral, esta disposición se interpretó literalmente y, por eso, se excluyeron a las mujeres para votar y ser votadas durante 36 años, argumentando que la ley hablaba de mexicanos.

Por eso, en 1953 se reformó el artículo 34 constitucional para que señalara: *"son ciudadanos de la República los varones y las mujeres que teniendo la calidad de mexicanos reúnan..."*

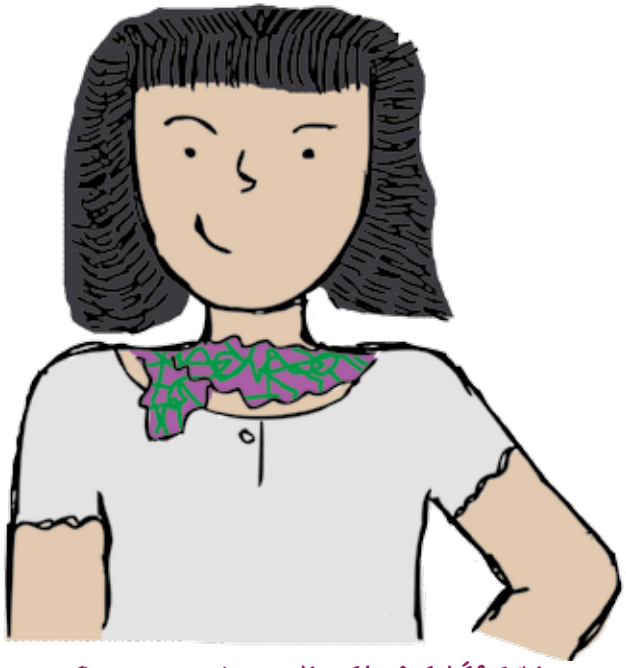
3. Comunicación incluyente en textos

Visibilizar a las mujeres en el lenguaje implica **nombrarlas en todos los textos** de **comunicación interna** y **externa** que se produzcan: para niñas, adultas mayores, usuarias, servidoras públicas, etc.

Incluir a las mujeres en el lenguaje quiere decir evidenciar su **presencia** y actuar en situaciones en las que tradicionalmente no se ha evidenciado, como mexicanas constructoras de cambios, funcionarias públicas, científicas, profesionistas, etc.

Al redactar y enviar oficios se debe **señalar el cargo de las mujeres** en femenino: Secretaria, Jefa de Unidad, Coordinadora, Directora, Subdirectora, Jefa de Departamento. La fórmula de la inversión es clara: si un funcionario no acepta firmar o recibir un

Visibilizar -hacer que se vean- e incluir a las mujeres en el lenguaje, es un derecho.



El masculino NO ES GENÉRICO: invisibiliza a las mujeres

documento con el cargo en femenino, tampoco hay razones para entregarlo así en el caso de una funcionaria.

Hay muchos ejemplos en lo cotidiano en los que se debe atender el mandato legal de visibilizar a las mujeres: las credenciales de la dependencia deben llevar el cargo en femenino para el caso de las mujeres, y en masculino para el de los hombres. También se puede optar por el neutro que consiste en expresar el cargo de manera genérica, por ejemplo: Jefatura de Departamento de Recursos Materiales.

No es correcto utilizar en las credenciales el "falso genérico": **EMPLEADO**. Si se particulariza el nombre de la persona, su cargo y número de empleada o empleado, se debe incluir el género en el catálogo de nombres.

Por otro lado, en ocasiones se elabora señalización en las propias oficinas, como letreros para los baños o puertas. Si se trata de baños de mujeres, los textos deben referirse expresamente a las usuarias. Es incorrecto que la señalización diga: "este lugar es de todos, cuídalo". Debe decir: **"es de todas..."**

Asimismo, la materia jurídica es uno de los espacios en los que hay más resistencia porque se aduce que las leyes o reglamentos así lo

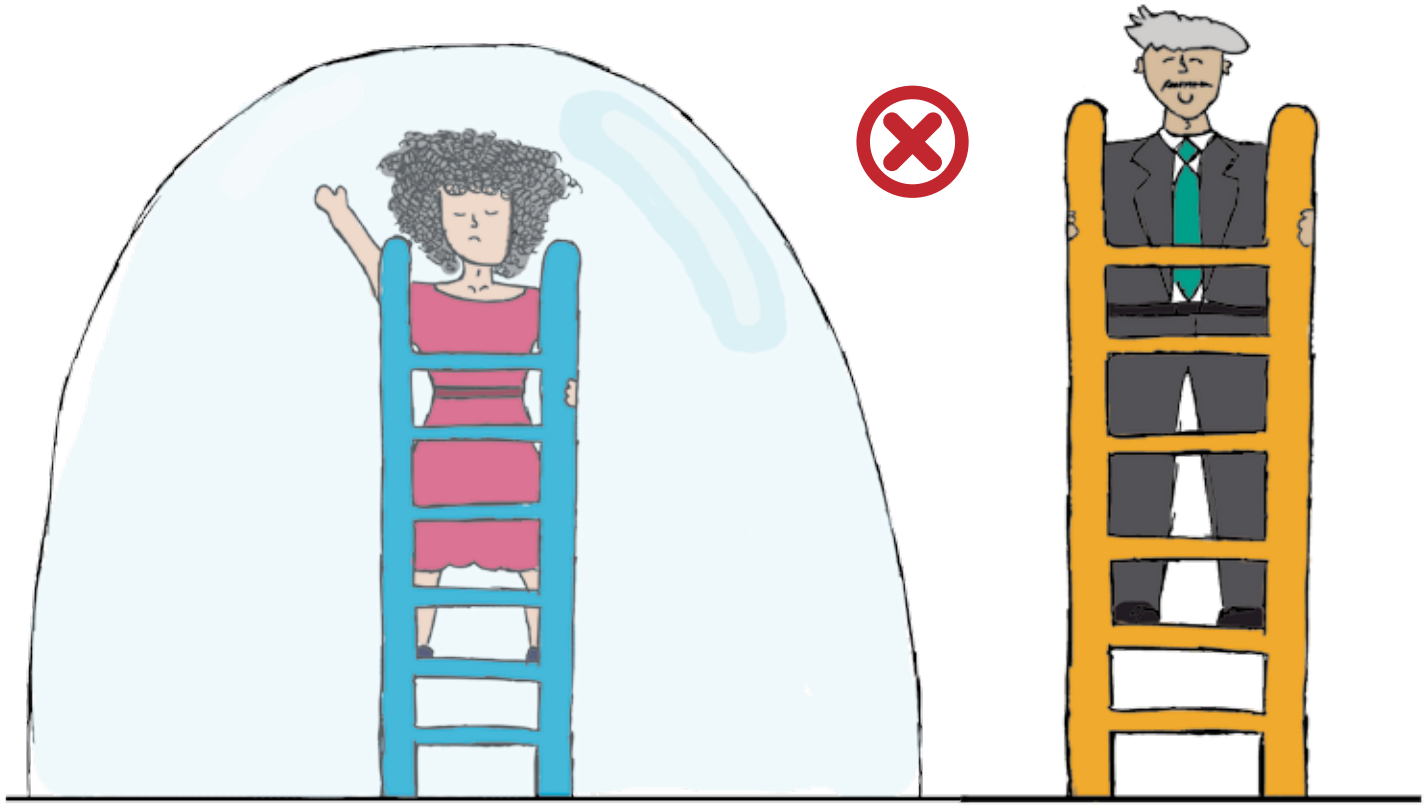
señalan: que es genérico hablar de "El Proveedor", "los funcionarios públicos". Cuando se trata de reglamentos, contratos, convenios, avisos o cualquier otra herramienta jurídica que se utilice con fines de comunicación, se debe utilizar también un lenguaje incluyente.

empleada/o

Por ejemplo, quien provee de servicios al gobierno es siempre una persona física o una persona moral (extranjera o nacional), y **LA** persona se expresa en femenino. En contratos deberá redactarse "a quien en lo sucesivo se le denominará **LA PROVEEDORA**...".

a) Desdoblar sustantivos:

Consiste en presentar pares de palabras que sólo se diferencian por su género. Al referimos a hombres y mujeres

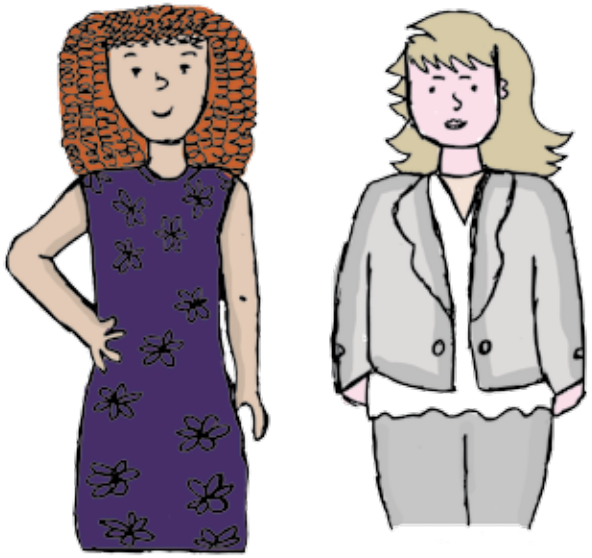


Así evitamos que en las dependencias de la APF se reproduzcan roles y estereotipos de género que inciden en la desigualdad, la exclusión y discriminación.

4. Recursos para incorporar un lenguaje con igualdad

no duplicamos el lenguaje: aludimos a referentes distintos ya que uno es femenino y otro masculino.

- Directoras y directores
- Las madres y los padres
- Ciudadanas y ciudadanos
- La mujer y el hombre
- Funcionarias y funcionarios
- Asesoras y asesores



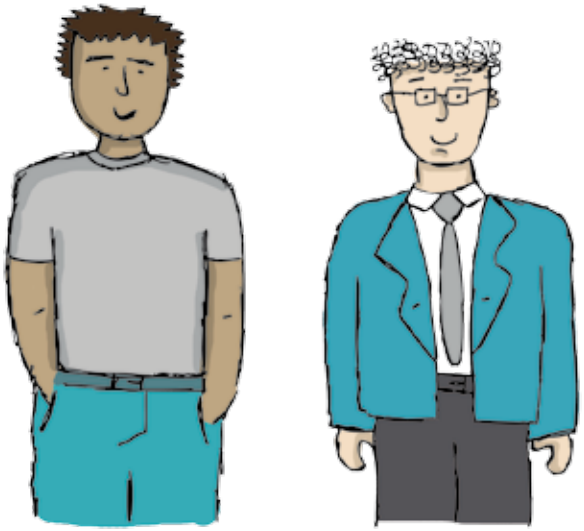
Madres de familia

b) Desdoblar artículos y adjetivos:

Se recomienda usar este recurso en menor medida, con el propósito de evitar repeticiones de sonidos en el párrafo.

- La o el solicitante
- Las y los habitantes
- Las y los integrantes
- Las y los jefes de departamento
- Asesoras especializadas y especializados
- Las y los migrantes

c) Usar sustantivos comunes:



Padres de familia

Usar palabras con las que se puede aludir a mujeres y hombres utilizando el término que se refiere a la colectividad o con los que incluyan a las mujeres y a los hombres.

La ciudadanía, el funcionariado, la sociedad, el profesorado, artistas, estudiantes, las y los estudiantes.

d) Agregar palabras clave:

Sirve para dejar claro que se está hablando de mujeres y de hombres, y no sólo de hombres: Agregar las palabras "Mujeres y Hombres":

Los funcionarios, mujeres y hombres... Los solicitantes, mujeres y hombres... Los usuarios, mujeres y hombres... Los estudiantes, mujeres y hombres...

Agregar la palabra "Persona" o eliminar el artículo masculino:

Incorrecto	Correcto
El licitante	Persona licitante o Licitante
El beneficiario	Persona beneficiaria
El usuario	Persona usuaria
Adultos	Personas adultas

e) Emplear pronombres

Siempre es útil el empleo de pronombres posesivos (nos, nuestro, nuestra, nuestros, nuestras, su, sus), reflejos (se, te, nos,) personales (yo, tú, ustedes), indefinidos (alguien, cualquiera, nadie) y relativos (quien, quienes).

Incorrecto	Correcto
Los que entren	QUIENES entren
Firman los que en ella...	Firman, QUIENES intervinieron
La máxima fiesta de los mexicanos	NUESTRA máxima fiesta
Al servicio de los usuarios	Personal a SU servicio

f) Modificar verbos

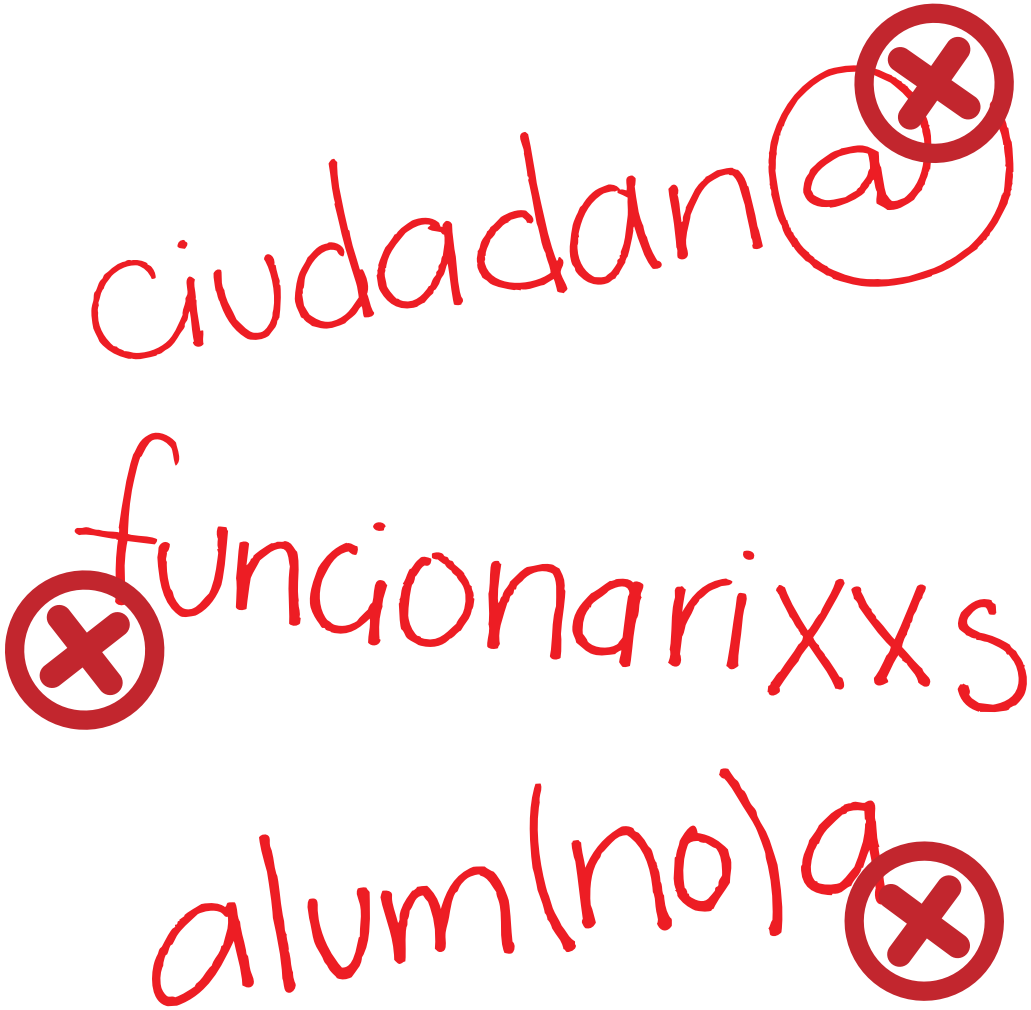
Modificar los verbos ayuda a integrar a las personas, no usando el falso "genérico masculino".

Incorrecto	Correcto
Cuando los usuarios realicen trámites	Cuando SE realicen trámites
Si estás interesado...	Si le interesa, acuda a...
Los participantes discutirán en equipo...	DISCUTE en equipo
Los que escuchen una alarma	Si ESCUCHAS una alarma...

Arroba

5. Formas del Lenguaje que NO construyen igualdad

El uso de la arroba para hacer referencia a grupos mixtos es **incorrecto**. Con este signo no se indica grafía alguna, lo que imposibilita su lectura. A cada grafía corresponde un sonido y ésta es una característica que no cumple la arroba.



Uso de otros caracteres (xx)

Recientemente se ha puesto de moda utilizar dos o una “equis” como un intento de utilizar un neutro (“estimadxs”, “funcionarixs”). Además de tratarse de un uso incorrecto del lenguaje, nada aporta al reconocimiento y visibilización de las mujeres. Lo correcto es utilizar cualquiera de las opciones sugeridas en el presente documento.

Barra y paréntesis

Si agregamos a cada palabra una diagonal o paréntesis que incluye a ambos géneros y además la terminación masculina y femenina, saturamos los escritos y se dificulta la lectura.

Sólo se permite en formatos (ojo, es incorrecto decir “machote”) intercambiando primero el femenino y luego el masculino, y en otros a la inversa: primero el masculino y después el femenino.

Uso de diminutivos

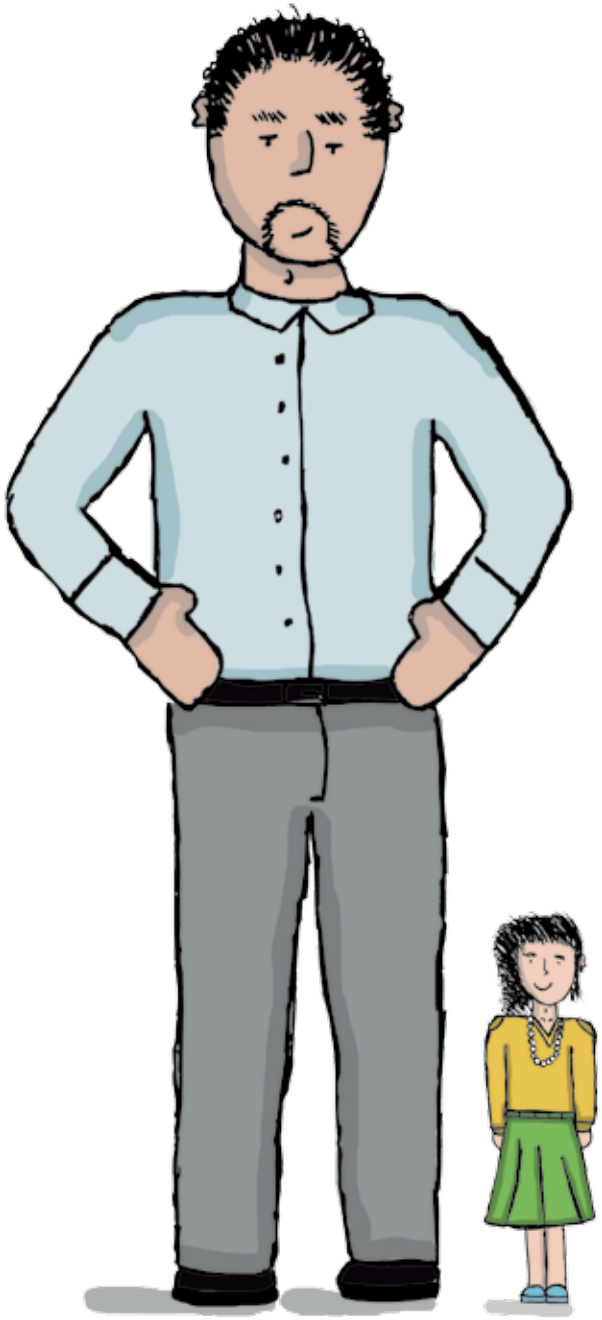
Estos términos disminuyen o minimizan a las personas, sus saberes, su prestigio, su profesionalismo, y les coloca en posición de menor valor. Si se requiere escribir algo en diminutivo, es necesario revisar si no discrimina, realizando la fórmula de la inversión: se puede escribir el diminutivo que se quiere usar, por ejemplo ”damita”, y a continuación su versión en masculino, “caballerito”. Como el término **disminuye** a la persona, ninguno de los dos se deberá usar.

Es frecuente que en las oficinas de gobierno se repita un esquema en que el personal se refiere a las mujeres por su nombre de pila y a los hombres por su apellido; sin embargo, ésta se trata de otra forma socialmente aceptada – naturalizada – de minimizar la acción de las mujeres. Por ejemplo, a una Directora de Área se dirigen como “la licenciada Rosy”, y a un Director de Área como “el licenciado Rocha”.

No es raro que a una mujer que viste bata blanca y estetoscopio le digan “señorita”, “doctorcita” o a una compañera de trabajo “niña”.

Otra forma común de **descalificar** a las mujeres con el lenguaje, es presentarlas o saludarlas en una reunión, resaltando una característica física, subjetiva, en lugar de su grado académico o cargo.

“Ana, hermosa: bienvenida”, “Nos acompaña esta belleza, Sofía...” “Esta preciosa mujer nos presentará el informe”.



Caballero

Damita

Mientras a los hombres se les presenta o saluda así:

"Nos acompaña el licenciado Pérez..." "El maestro Pérez nos presentará el informe" "Doctor Martínez: bienvenido".

Es necesario usar la **fórmula de la inversión** para verificar si es correcto el uso del lenguaje, que consiste en aplicar los términos que se utilizan con unas, con los otros. Por ejemplo, ¿un hombre presentaría a otro hombre en una reunión así:

"Nos acompaña el poderoso y guapo, Carlos"? o ¿"tenemos con nosotros al galán Martín?" Es claro el efecto del lenguaje en unos casos y en otros.

6. Señalización

El lenguaje de señas o la simbología representa una forma de comunicación que transmite **ideas**, por ejemplo, la idea de lo que deberían ser mujeres y hombres.

A través de la simbología también se ha perpetuado la discriminación hacia las mujeres. Por eso deberán seguirse las siguientes indicaciones:

- Para la comunicación de señales deben promoverse figuras de mujeres más plurales y diversas: no con abanicos, en color rosa o cargando bebés.

- Deben promoverse figuras de mujeres para situaciones en las que tradicionalmente se ha representado sólo a hombres y viceversa, por ejemplo en **elevadores**, en la comunicación de **protección civil** o de **seguridad**, y en **baños de hombres** y **mujeres**.

Una conclusión

El mandato consiste en aprender una nueva forma de comunicarse que no devalúe o demerite las aportaciones de las mujeres en ningún ámbito de la sociedad.

Estas formas de comunicación deberá usarse tanto en la **comunicación interna** como **externa**, **oficial** o **informal**, como **oficios**, atentas **notas**, **presentaciones**, **discursos**, **circulares**, **avisos**, **convocatorias**; **textos jurídicos** como **contratos**, **reglamentos**, **campañas de comunicación social, lineamientos**; **formatos de recursos humanos** como **solicitudes de empleo**, **Formato Único de Personal**, **credenciales**; y en **correos internos de avisos**, **noticias**, **comunicados** y **solicitudes**, entre otros, de manera que permee en toda la comunicación de la **Administración Pública Federal**.

Autoría: Alma Alvarez Villalobos, Liz Mora Flores, Angélica Ley Sánchez
Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres
Diseño e Ilustración: Alan Zúñiga
México, D. F.
Primera edición
Enero, 2016.

SEGOB
SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

CONAVIM
COMISIÓN NACIONAL PARA PREVENIR Y ERRADICAR LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES