

AySA

HACIA UNA COMUNICACIÓN CON PERSPECTIVA DE GÉNERO



GUÍA RÁPIDA
PARA UN USO
NO SEXISTA
DE LA LENGUA



Argentina unida



Ministerio de
Obras Públicas
Argentina

AySA

HACIA UNA COMUNICACIÓN CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

GUÍA RÁPIDA

PARA UN USO NO SEXISTA DE LA LENGUA

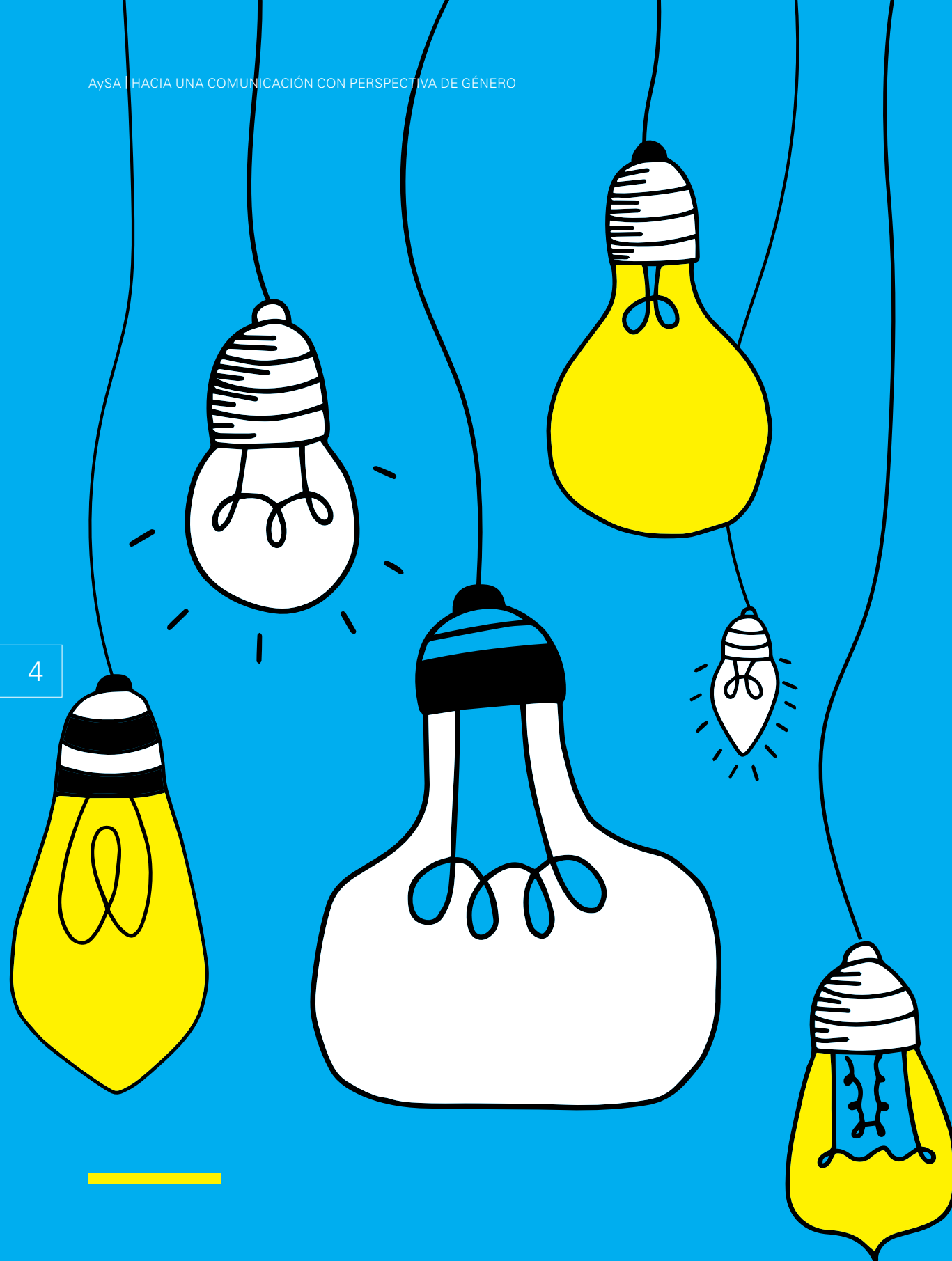


Argentina **unida**



Ministerio de
Obras Públicas
Argentina





4

Recomendaciones

La incorporación del lenguaje igualitario se presenta como un desafío frente al uso androcentrista del lenguaje. Nuestra lengua siempre ha estado marcada por el uso de lo que se llama *falso genérico masculino*, que consiste en la utilización gramatical del masculino cuando queremos hablar, por ejemplo, de toda una población. En este caso, al hablar de **los ciudadanos**, debe entenderse que, dentro de los ciudadanos, hay ciudadanas. Sin embargo, en realidad, no hemos mencionado a las ciudadanas en ningún momento. Por lo cual, sostenemos que este **genérico es falso** porque, detrás del mismo, las mujeres e identidades disidentes quedan excluidas e invisibilizadas. Su presencia se da por supuesta.

Es importante destacar que el uso del masculino como falso genérico forja construcciones mentales erróneas y refuerza la universalidad del varón como centro de la humanidad. Por eso, a través de esta guía, buscamos desmontar el mito del genérico masculino que no hace más que obstaculizar la búsqueda de igualdad.

A continuación, ofrecemos algunas recomendaciones para implementar en todas las acciones de comunicación y tener presentes en el día a día.

5



Buenas prácticas de comunicación



El nuevo Código Civil refiere a **personas** y no a varones y mujeres, por lo que es importante **priorizar esa forma por sobre otras.**



Para detectar el sexismo lingüístico con facilidad y rapidez, se puede emplear la **regla de la inversión**. Esta estrategia consiste en **sustituir la palabra dudosa por su correspondiente género opuesto**. Es decir, poniendo a las mujeres en el lugar de los hombres, y viceversa. Si la frase resulta inadecuada, es que el enunciado es sexista y, por lo tanto, hay que cambiarlo.



Evitar mensajes discriminatorios o que refuercen estereotipos.

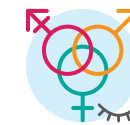


Evitar el uso de términos y expresiones que descalifican las identidades no heterosexuales, aún cuando sea con fines humorísticos (“marica”, “trava”, “torta”). Por más que en la actualidad no se apliquen sólo a las personas gays, lesbianas, trans e intersex, conllevan una **carga valorativa** inseparable de la estigmatización que les dio origen.



Visibilizar el género cuando lo exija la situación a comunicar.

Por ejemplo, **las mujeres conforman el 23% del personal de AySA.**



No visibilizar el género cuando no lo exija la situación a comunicar.

Por ejemplo, **“es necesario tener una cuenta para acceder al portal”** en vez de **“los usuarios deben tener una cuenta”**.



En el caso de elaborar un formulario para que **la persona declare su género incluir:**

FEMENINO / MASCULINO / TRANS / NINGUNO / PREFIERO NO DECIRLO / OTRO



Nombrar a las mujeres en su diversidad.

No existe un **único modo** de “ser mujer”, hablamos de “las mujeres”, no de “la mujer”.



Evitar la redundancia, no destacar la condición de mujer por encima de otros rasgos pertinentes al asunto.

Por ejemplo, **el trabajador y la mujer trabajadora.**



Dar visibilidad a la diversidad familiar.

Incorporar como parte del universo familiar a las familias **comaternales** (con dos madres) o **copaternales** (con dos padres), así como las familias **ensambladas** o **monoparentales** (con una sola persona adulta a cargo).



Usar formas genéricas.

uso de sustantivos genéricos, colectivos y abstractos.
Por ejemplo, **el personal afectado a la obra.**



Suprimir los pronombres (la, las, lo, los) cuando el sustantivo mantiene la misma forma frente a los artículos.

Por ejemplo, **“jóvenes de la ciudad participaron”**



Elegir determinantes y pronombres sin marcas de género (cada, cualquier, cualquiera, sus, quien, quienes, alguien).

Por ejemplo, **“Aquellas o algunas personas interesadas”, “Quienes se interesen en la actividad”.**



Utilizar recursos lingüísticos generales

que permitan sortear el uso de las marcaciones de género.

Por ejemplo, **la infancia, la gerencia, el área directiva.**



Si no se encuentra un recurso para sortear las marcas de género, se puede **utilizar el desdoblamiento de los artículos.**

Por ejemplo, **los y las ingenieras.**

Cuando se utiliza este recurso deberá ser en **alternancia.**

Por ejemplo, **las y los abogados, los y las promotoras.**

Tener en cuenta que la **concordancia** se establece por **proximidad.**



Comunicación digital

Recomendamos evitar el uso de arroba (@), equis (x) y la barra (/) en los textos en formato digital. No son válidas porque no son signos lingüísticos ni por una cuestión de accesibilidad, ya que un lector de textos, utilizado por personas ciegas y con baja visión, reproduce el término de forma literal y no interpreta el desdoblamiento de géneros.



Por ejemplo: el término **“ingenier@”** lo interpretaría como “ingenierarroba” y no como ingeniero e ingeniera.



Contenido no textual

Uso de imágenes y diseño



La selección de imágenes es una oportunidad para desarmar **roles estereotipados** y **sesgos sexistas** y **presentar la diversidad de roles que queremos promover.**

- Para ilustrar un mensaje sobre uso racional del agua **no mostrar únicamente** a una mujer lavando los platos y a un varón lavando el auto.
- Representar a las mujeres en su pluralidad y diversidad, **sin modelos hegemónicos** de belleza ni de características físicas.

CONSEJOS ÚTILES



Buscar el equilibrio numérico entre el uso de imágenes de varones y de mujeres.



Mostrar mujeres activas, que estén haciendo uso de la palabra y ocupando distintos puestos.



Reflejar la diversidad y la heterogeneidad de edad, etnia y cultura.



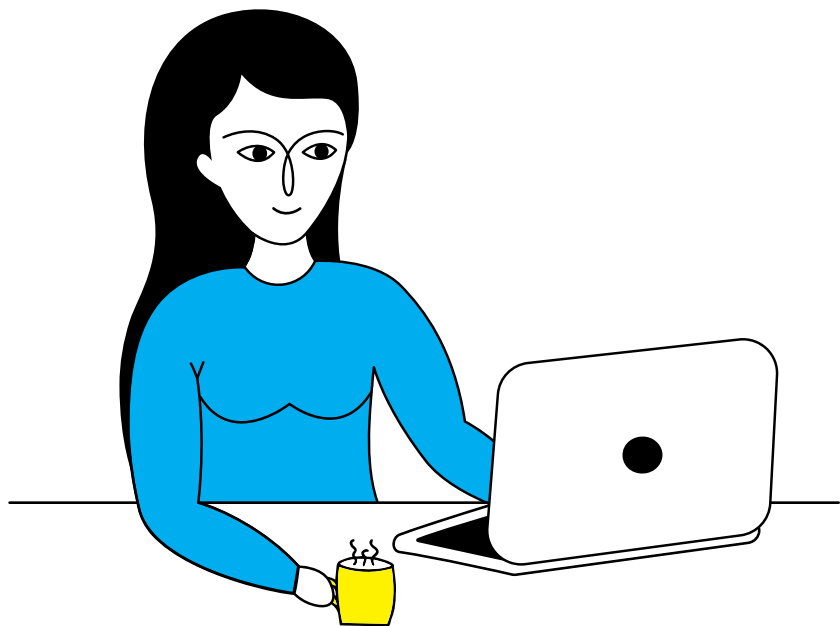
Observar el tamaño de las imágenes de mujeres y varones, buscando equilibrio.



Utilizar paletas de colores sin distinción de género.



Incorporar una concepción amplia e inclusiva del concepto familia.

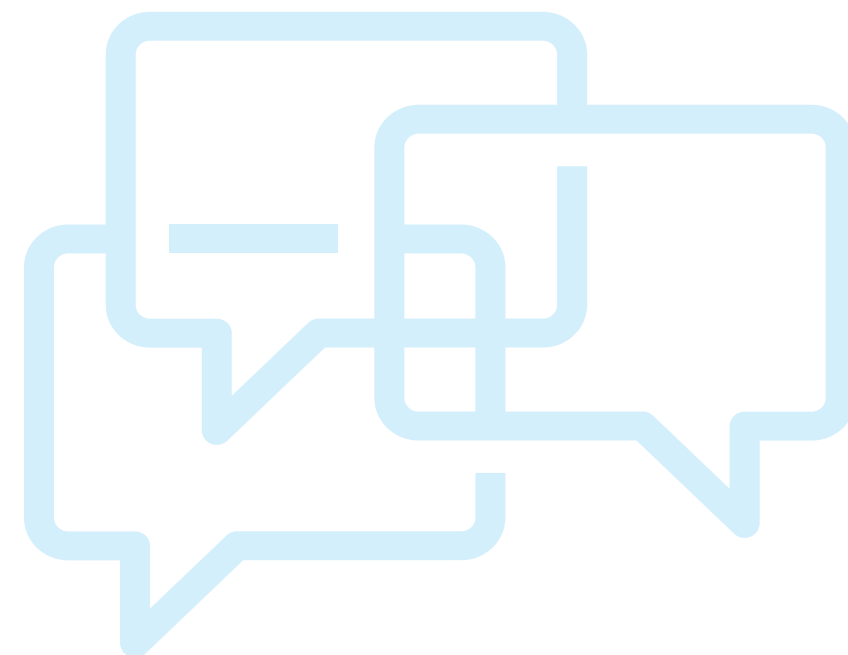


Comunicación Oral

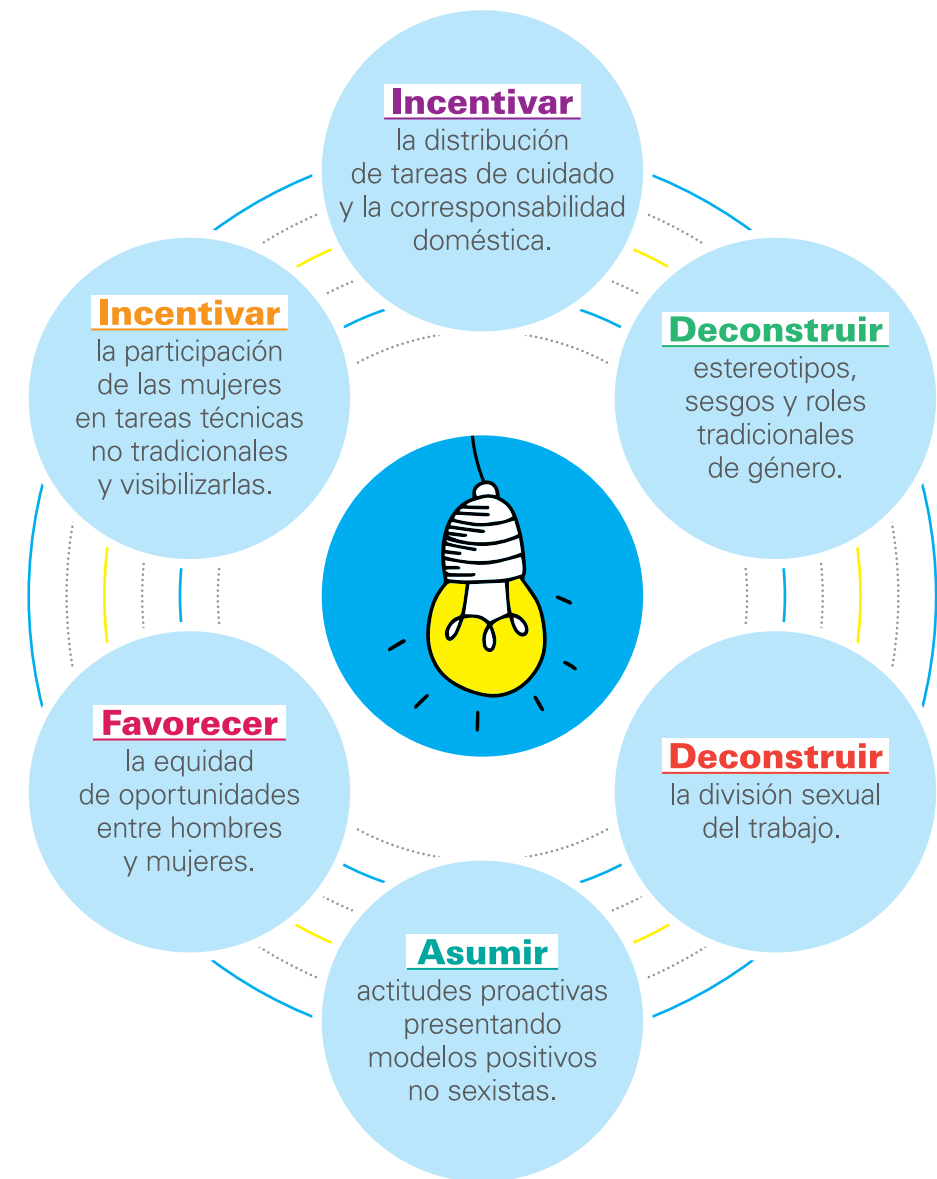
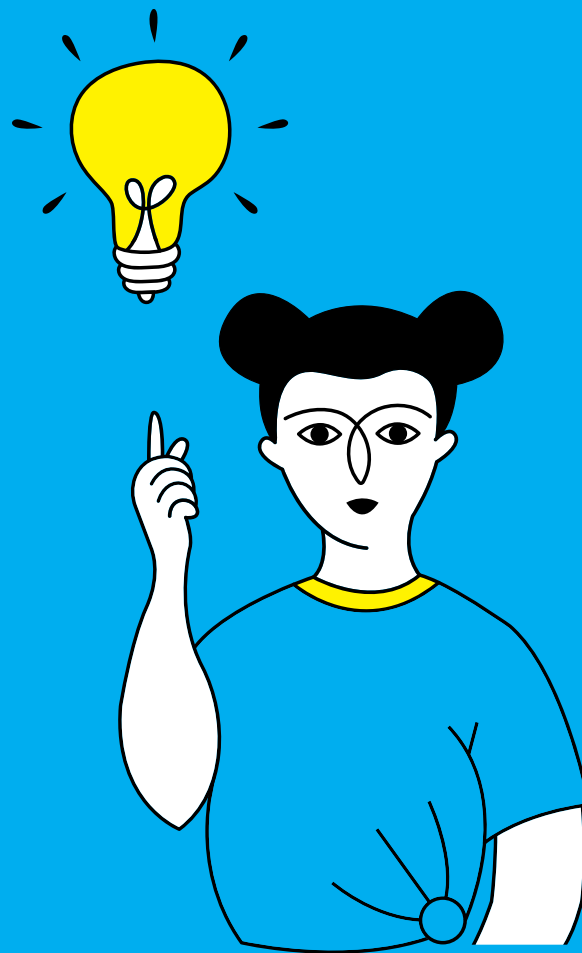
Al momento de dar una charla, participar de una conferencia o dirigirse a un equipo de trabajo, es importante **observar a la audiencia** para ver su composición y preparar el mensaje.



Se puede comenzar con **“Buenos días, gracias por participar...”**, **“Buenos días a todas y todos”** y prestar atención al desarrollo del resto del discurso para no utilizar términos sexistas ni fomentar estereotipos. Cuidar la elección de los ejemplos en caso de utilizarlos.



Ejes de equidad a **incorporar** en la comunicación en AySA:



El uso de un **lenguaje no sexista e inclusivo** es la configuración a través del discurso de una lucha política por la igualdad, y la voluntad de despertar conciencia sobre siglos de desigualdad e injusticia. Es una oportunidad para aprovechar las posibilidades que nos brinda la lengua para comunicar un ideal.

La presentación de esta guía apuesta a comenzar a *construir colectivamente* un lenguaje inclusivo y no sexista en AySA, que dé respuesta a las necesidades de comunicación específicas de la empresa. Asimismo, tiene por objetivo promover cambios no sólo hacia adentro de la institución, sino también impulsar y acompañar cambios sociales profundos en materia de equidad y género.

16



Las recomendaciones aquí propuestas no son estancas ni definitivas, sino que están abiertas a enriquecerse del intercambio de dudas, sugerencias y reflexiones con todas las personas trabajadoras de la empresa.

“En efecto, nombrar las cosas nos acerca a ellas y logra que adquieran vida, redondea su esencia y les proporciona verdadera carta de naturaleza porque, como afirma George Steiner: «lo que no se nombra, no existe»¹.” Por lo tanto, construyamos en conjunto el **Diccionario no sexista de AySA** para que cada necesidad tenga una respuesta y todas las personas estén incluidas, siempre.

Podés enviarnos propuestas, consultas y/o sugerencias a genero@aysa.com.ar

¹ Fundación Carolina (21 de abril de 2014). *El poder de las palabras*. Recuperado de: <https://www.fundacioncarolina.es/el-poder-de-las-palabras/>

El diccionario no sexista de AySA, para tener siempre a mano:

EN LUGAR DE 	PODEMOS DECIR 
abogada/o administrativo/a ingeniero/a técnico/a asesor/a	quien ejerce, profesionales de, personal
a terceros	a terceras personas
adolescente	adolescencia
adultos/as	personas adultas
afiliado/a	con afiliación
alumnos	estudiantes, alumnado
autor/a	autoría
autorizada/o	con autorización
beneficiarios	población beneficiada
bibliotecario	personal bibliotecario, personal de la biblioteca
ciudadano	ciudadanía, población
cualificada/o	con cualificación, especialista

17

EN LUGAR DE  PODEMOS DECIR 

desempleado	persona en situación de desempleo
deudor/a	persona deudora, quien adeuda
director/a	quien dirige, dirección, personal directivo
el representante	quien representa
el sindicalista	representante sindical, parte del sindicato
el titular	persona titular, titularidad
empleados	personal
entre todos	en conjunto
experto/a	con especialización en, especialista
funcionarios/as	el funcionariado
jefe/a	jefatura, persona a cargo
las/los demás	el resto
las/los docentes	personal o equipo docente

EN LUGAR DE  PODEMOS DECIR 

los habitantes	la población
los/las estudiantes	estudiantes
los/las jóvenes	jóvenes, juventud
niña/o	infancia, niñez
organizador/a	organización
política/o	clase política, grupo político
presidente/a	quien preside, presidencia
propietaria/o	persona propietaria
proveedores	quienes presten el servicio, empresas o personas proveedoras
publicitario/a	publicista
queda comprometida/o	se compromete
secretaria/o	personal administrativo, secretaría
será designado/a	recibirá designación
sobre nosotros	sobre la empresa

EN LUGAR DE



PODEMOS DECIR



todos

toda la sociedad,
todas las personas

tutores

tutoría, las y los tutores

trabajador/a

equipo de trabajo, plantilla,
personal

usuario/s

quien/es hace/n uso,
quien/es utiliza/n,
personas usuarias

voluntario/a

voluntariado,
persona voluntaria

A series of horizontal dotted lines for writing, with a faint illustration of an open book at the bottom.





Argentina unida



Ministerio de
Obras Públicas
Argentina