



Guía de
**Lenguaje y
Comunicación**
Incluyente



En Surtigas somos personas auténticas, únicas y especiales

En Surtigas, las personas se constituyen en el pilar más fuerte que sostiene a esta organización, por ello todas las personas son tratadas con respeto, equidad e inclusión. Así mismo en la compañía todas las personas son consideradas como auténticas, únicas, y especiales.

En línea con lo anterior, promovemos la diversidad y la Inclusión como una capacidad competitiva y de desarrollo sostenible y a través de nuestra estrategia de comunicación interna y externa, propendemos por la utilización de un lenguaje incluyente como herramienta de cambio social, aprovechando la riqueza del lenguaje para visibilizar a todos las personas que hacen parte de nuestros grupos de interés.

Este lenguaje incluyente contempla las especificidades y autenticidades de todos, de forma que no utiliza la misma norma para todos los casos y elimina el uso de estereotipos que discriminan en alguna medida a las personas.

¿Qué es la Equidad de Género?

Enfoque de género: La equidad es un medio para alcanzar la igualdad entre mujeres y hombres, garantizando un trato idéntico o trato diferenciado según las necesidades respectivas.

El derecho a la igualdad entre mujeres y hombres requiere que cada Estado implemente acciones específicas y concretas para eliminar la discriminación real y la equidad sólo es posible cuando se da un trato

justo y se consideran las necesidades e intereses propios de la diferencia.

En este sentido desde su estrategia de comunicaciones, Surtigas, amplía y promueve de manera intencional la perspectiva de género, censurando todo aquello que reproduzca actitudes y conductas discriminatorias o sexistas.





¿Qué es el **Estereotipo?**

Estéreo (*molde en latín*) – Plancha de acero o plomo que imprime caracteres repetidamente sin ninguna modificación.

Los estereotipos son imágenes o ideas simplificadas y deformadas de la realidad, aceptadas comúnmente por un grupo o sociedad con carácter inmutable, que se vuelven verdades indiscutibles a fuerza de repetirse.

* Tomado del Manual Equipares Vol. 1

¿Qué es el **Lenguaje no Sexista?**



“El llamado lenguaje no sexista es parte de lo que se conoce como lenguaje incluyente, inclusivo o integrador que contempla la no discriminación y la integración de la diversidad en el uso de la lengua.”

Es importante aclarar que el lenguaje en sí mismo no es sexista, lo es, el uso que de él hacemos. Podemos decir que se incurre en uso sexista del lenguaje cuando un hablante emite un mensaje que por forma y contenido (palabras escogidas, estructura...) resulta discriminatorio por razón del sexo.

Con el lenguaje podemos incurrir en discriminación a la hora de elegir los términos, en la manera de expresarnos, de construir las frases, ordenar la información, adjetivar y a menudo, a través de la retórica, con expresiones discriminatorias de manera indirecta.

¿Qué es la **diversidad?**

En Surtigas entendemos la diversidad como las diferencias que distinguen a las personas, las cuales poseen características extraordinarias que las hacen **únicas, auténticas y especiales.**

Y es precisamente la variedad de personas que conforman a esta organización, lo que genera y representa una riqueza invaluable que le ha permitido a la compañía por más de 5 décadas transformar su territorio y convertirse en un referente a nivel regional y nacional.

¿Qué es la **inclusión?**

En Surtigas generamos espacios y mecanismos en donde todas las personas sin excepción pueden disfrutar de un espacio más equitativo y respetuoso frente a las diferencias (**raza, orientación sexual, condición física, religión, política, etc.**)



¿Qué es la **comunicación con enfoque de género?**



No es escribir, informar ni hablar sólo sobre mujeres, de lo que se trata, es de añadir una nueva categoría al análisis de la realidad para la construcción de una comunicación igualitaria e inclusiva. Implica identificar los roles asignados a mujeres y varones en una sociedad y cómo les afectan las distintas realidades cotidianas de manera diferenciada, este tipo de comunicación ayuda a formular mecanismos para superar las inequidades.

Mujeres y hombres perciben de manera distinta la información y se comunican de diferente manera, debido a sus diferencias biológicas y, fundamentalmente, a su socialización diferenciada.

Esto ocasiona que en los procesos comunicativos propendamos por utilizar un lenguaje verbal y no verbal diferente, y fijemos nuestra atención de manera diferenciada en lo que se nos dice (mensaje) y en cómo se nos dice (forma del mensaje).

¿Qué es el lenguaje incluyente?

Es aquel lenguaje que permite construir nuevos imaginarios donde todos caben, sin prejuicios y sesgos inconscientes, sin discriminación, aportando a la construcción de una mejor sociedad.

El lenguaje, en cuanto a la construcción social, refleja cómo nuestra sociedad y cultura asignan distintos sistemas de valores, pautas de comportamiento y roles, con diferente reconocimiento social a mujeres y hombres.

El lenguaje tiene una importancia fundamental porque, además de nombrar la realidad, la interpreta y la crea a través de conceptos y palabras por ello se constituye en un instrumento para el cambio.

El lenguaje incluyente, inclusivo o integrador contempla la no discriminación y la integración de la diversidad en el uso de la lengua.

Teniendo en cuenta todo lo anterior, **en Surtigas hemos diseñado una estrategia de comunicaciones** que tiene en cuenta los siguientes lineamientos que son aplicables tanto para las comunicaciones internas como para las comunicaciones externas.

- Adoptar una **estrategia de comunicación** con enfoque de género desde el inicio en todas las fases del desarrollo de las comunicaciones.
- Incluir mujeres y hombres, de **manera equilibrada**, en el proceso de diseño, planificación y desarrollo de las comunicaciones.
- Tener en cuenta las **condiciones particulares** de mujeres y hombres en las situaciones a comunicar.
- **Proponer contenidos**, mensajes y modelos para que tanto mujeres como hombres, en sus diversas identidades, se sientan identificados.
- Utilizar un lenguaje inclusivo y no sexista. **Seleccionar con cuidado** contenidos e imágenes que permitan visibilizar a hombres y mujeres como personas igualmente activas en la empresa y la sociedad, que reflejen la diversidad de mujeres, hombres y personas con distintas identidades sexuales. (prestando atención de no caer en nuevos estereotipos sociales).
- **Procurar** que haya voces masculinas y femeninas en los contenidos y, en el caso de comunicaciones audiovisuales o radiofónicas, también en las locuciones
- Evitar las **asociaciones estereotipadas** de ciertas voces con determinados temas.
- Prestar **atención** al lenguaje corporal y gestual en las imágenes que integran las comunicaciones: *gestos, signos corporales y expresiones no verbales*.





- Reparar en las **expresiones** que refuerzan estereotipos de género y el sexismo.
- Hacer un **uso no estereotipado** de los colores. Abrir las paletas cromáticas y sus expresiones a los temas y no a los sexos.
- Identificar cuáles son los **canales, formatos y medios de difusión** más adecuados para propiciar que la comunicación llegue por igual a mujeres y hombres.
- **Diversificar** los canales de difusión de la información.
- Emplear la propuesta del uso de la comunicación y el lenguaje inclusivo en los contenidos y en el diseño de los medios digitales: *página web, redes sociales*.

- En las comunicaciones internas, cuando se presentan o hacen notas sobre el personal, identificar si se utilizan **atributos diferentes** y basados en estereotipos de géneros. Identificar si la **presencia y la frecuencia** son equilibradas para ambos géneros/ sexos.

- En las comunicaciones externas y campañas de mercadeo de la empresa, tener **especial cuidado** de utilizar lenguaje e imágenes inclusivas, en los que todas las personas puedan reconocerse y sentirse identificadas.
- Poner **atención al no uso** de imágenes o contenidos sexistas, excluyentes o discriminatorios. No caer en estereotipos ni clichés sexistas.
- Identificar el **impacto** de nuestras comunicaciones en las distintas audiencias y destinatarios/as de las comunicaciones, internas y externas.
- Medir el impacto de las **comunicaciones** desagregando datos por sexo/ género.
- Destacar la **igualdad** en la representación de nivel cultural, económico y profesional y la igualdad en cantidad, posiciones o roles.
- Mostar a mujeres y hombres diversos entre sí: *de diferente estatura, edades, regiones, tallas, razas, condición social, tipos de cabello, formas de vestir, condición de salud, roles sociales y laborales, entre otros*.
- **Visibilizar en la mujer** roles de líder, empresaria, científica, militar, operando maquinaria pesada, líder en campos, deportistas, médicas, etc.
- **Visibilizar en los hombres** roles de padre, en el cuidado, juego y compartiendo con hijas e hijos, ayudando a las personas adultas mayores, haciendo tareas del hogar, etc.
- En caso de usar imágenes de hombres y mujeres simultáneamente, tendrán que verse **proporcionales** en cuanto a estatura y talla.
- No utilizar imágenes que **estereotipen** la belleza o que exalten aspectos físicos, que denoten desbalance entre mujer y hombre, roles tradicionalmente asociados a las mujeres como amas de casa, trabajos de limpieza, enfermería, asistente en oficinas, roles u oficios tradicionalmente asociados a los hombres.



- Es importante mostrar un **equilibrio** en cuanto al número de voces de mujeres y hombres, mostrando igualdad en cuanto a la creación de piezas institucionales como voces para videos, pautas publicitarias o campañas.
- Dejar en **neutro** las posiciones en las áreas es válido: *Gerencia, Coordinación, Jefatura, Vicepresidencia, etc.*
- **Adaptar mensajes** de acuerdo con el género y el sitio donde se publicarán. Si es un baño para hombres es viable usar un mensaje como *“este lugar es de todos, cuídalo”*. Si es un baño para mujeres cabe *“este lugar es de todas, cuídalo”*.
- **Orientar** la redacción de documentos legales o jurídicos de acuerdo con el género. Si es un contrato mencionar a los hombres como trabajador/proveedor y a las mujeres como trabajadora/proveedora. Se recomienda para: *reglamentos, convenios, documentos oficiales, etc.*
- Promover figuras de **mujeres** plurales y diversas.
- Promover figuras de personas con **discapacidad**, mujeres y hombres en señales usadas en ascensores, en señales de emergencia, en baños, etc.

Criterios orientadores en el uso no discriminatorio del material visual y gráfico:

- Presentar a mujeres y hombres sin estereotipos de género, **participando** en espacios profesionales, familiares, sociales, económicos en igualdad de condiciones.
- Utilizar imágenes con la presencia de mujeres y hombres de manera **equitativa**, en forma, tamaño y frecuencia, o alternar imágenes de mujeres y hombres en materiales (anuncios, folletos, publicaciones).
- **Mostrar** diversidad de mujeres y de hombres.
- Mostrar **diversidad** en general: *de género, de edades, de familias, de personas con discapacidades físicas, diversos grupos culturales y étnicos, con distintas prácticas culturales, lenguas, costumbres.* (No victimizando).
- Considerar la **representación social** de las personas con discapacidad o personas adultas en todas las dimensiones de sus identidades, como integrantes de la vida social, aportando al desarrollo social y no como personas que viven de la asistencia del Estado.
- Prestar especial **atención** a cómo se muestran a mujeres niñas y jóvenes. Por ejemplo, el modelo de delgadez propuesto en la mayoría de las imágenes afecta a las mujeres en general pero especialmente a niñas y adolescentes.
- **Evitar** reforzar nuevos estereotipos sociales.
- Tener **en cuenta** los planos, la luz, la ubicación en el espacio.



La Guía de Lenguaje incluyente de Surtigas, ha sido creada para eliminar los estereotipos, los comportamientos excluyentes, de discriminación o agresión, acercar a la diferencia, generar cambios sociales y para visibilizar a todos las personas que hacen parte de nuestros grupos de interés.

A continuación, detallamos algunas recomendaciones a la hora de comunicarse de manera oral y escrita.

- **Utilice palabras**, términos o conceptos neutros o imparciales que no invisibilicen a las mujeres, ciudadanía, sociedad, niñez.
- **Reemplace palabras universales** masculinas por genéricos neutros en nombres y convocatorias.
- **Utilice el femenino en oficios**, profesiones y cargos cuando aplique.
- **Acuda a la creatividad** al redactar para evitar el masculino si se va a incluir también lo femenino.

<i>Ejemplos de cómo se dice habitualmente</i>	Ejemplos de cómo deberíamos decirlo
Los niños de la costa caribe recibieron kits escolares.	La niñez de la costa caribe recibió kits escolares.
<ul style="list-style-type: none"> • Trabaja en la Oficina de atención al ciudadano. • Se buscan ingenieros civiles. 	<ul style="list-style-type: none"> • Trabaja en la Oficina de atención a la ciudadanía. • Se buscan profesionales en ingeniería civil.
<ul style="list-style-type: none"> • El diagnóstico que dio el médico. • El ingeniero revisó la información. 	<ul style="list-style-type: none"> • El diagnóstico que dio la médica. • La ingeniera revisó la información
El evento contó con la participación de muchos ciudadanos, cerca de 4 mil personas.	El evento contó con la participación de más de 4 mil personas.

Qué dice la Real Academia de la Lengua sobre el lenguaje inclusivo:

La Real Academia de la Lengua Española, que regula el uso de nuestro idioma, recomienda lo siguiente:

- Este tipo de usos son innecesarios desde el punto de vista lingüístico. En los sustantivos que designan seres animados existe la posibilidad del **uso genérico del masculino** para designar la clase, es decir, a todos los individuos de la especie, sin distinción de sexo o género: Todos los ciudadanos mayores de edad tienen derecho a voto. Aunque la RAE lo acepta, la invitación es a usar una expresión como Toda la ciudadanía mayor de edad tiene derecho al voto.

- La mención explícita del femenino **solo se justifica** cuando la oposición de sexos es relevante en el contexto: *El desarrollo evolutivo es similar en los niños y las niñas de esa edad.*
- Para el caso de los **cargos o posiciones** se aceptan los adjetivos presidenta, jefa, coordinadora, médica, abogada, ingeniera, etc. Usarlos aporta en el cambio cultural.

A continuación, se detallan ejemplos específicos por arista.

Expresión incorrecta	Se propone
La secretaria / El Secretario	Administrativo / administrativa para designar los Secretarios / Secretarias (para designar altos cargos)
El jefe	El jefe / La jefa - La Jefatura

Uso del Masculino Genérico

La utilización del masculino genérico, aunque éste sea correcto desde el punto de vista estrictamente gramatical, confunde lo masculino con lo universal (*androcentrismo*).

El español es una lengua con marca de género, existen dos géneros gramaticales:

- El **género masculino** tiene dos valores: específico (referido a varones) y genérico referido a varones y a mujeres).
- El **género femenino** tiene un único valor, específico, que únicamente designa a las mujeres.

Existen diferentes opciones para referirse a grupos o colectivos formados por mujeres y hombres. Lo mejor es **utilizar la más apropiada** a cada contexto con el objetivo de hacer los textos más legibles y estéticos.

Algunas opciones:

1. Utilización de sustantivos genéricos o colectivos
2. Omisión de las referencias directas al sexo de la persona
3. Omisión o sustitución de pronombres y artículos
4. Uso de abstractos o construcciones metonímicas
5. Utilización de perífrasis



> 1. Utilización de sustantivos genéricos o colectivos

- Los sustantivos genéricos son términos que, independientemente de su género gramatical (*masculino o femenino*), se refieren a hombres y a mujeres.
- Los sustantivos colectivos permiten eliminar la ambigüedad sin afectar a la legibilidad o estética del texto.

> 2. Omisión de referencias directas al sexo de la persona

En ocasiones, la redacción de las frases permite eliminar la referencia al sexo de la persona sin que ello afecte al mensaje o provoque ambigüedad.

Utilización de la forma impersonal:

NO ES INCLUSIVO	ES INCLUSIVO
Los beneficiarios de las becas	Se beneficiarán con las becas
A los visitantes les recomendamos utilizar la tarjeta correctamente	Recomendamos que se utilice la tarjeta correctamente Se recomienda el uso correcto de la tarjeta

Utilización infinitivos:

NO ES INCLUSIVO	ES INCLUSIVO
Los empleados tienen que concurrir el día del examen de salud con...	Concurrir el día del examen de salud con...

> 3. Omisión o sustitución de pronombres y artículos

Omisión o sustitución de artículos:

NO ES INCLUSIVO	ES INCLUSIVO
Los titulares de las cuentas	Titulares de las cuentas
Los participantes en las pruebas	Quienes participan en las pruebas
Los jefes de Servicio	Las Jefaturas de servicio
Los trabajadores deben permanecer en su sitio de trabajo...	Los y las trabajadoras deben permanecer en su sitio de trabajo...

Uso de pronombres:

Podemos sustituir el genérico masculino por los pronombres “nos”, “nuestro”, “nuestra”, “nuestros” o “nuestras”.

NO ES INCLUSIVO	ES INCLUSIVO
Es bueno para el bienestar del hombre...	Es bueno para nuestro bienestar...

> 4. Uso de abstractos o construcciones metonímicas

A través de términos abstractos se alude al cargo, profesión, oficio, titulación, etc., y no a la persona que lo ostenta.

Términos abstractos: *Secretaría, Presidencia, Dirección, Jefatura de Servicio*

NO ES INCLUSIVO	ES INCLUSIVO
Enviar los documentos al presidente	Enviar los documentos a la presidencia
Es responsabilidad de cada jefe de área...	Es responsabilidad de las jefaturas de área...
Se van a reunir todos los directores...	Se van a reunir todas las direcciones...

Si no se conoce el sexo de la persona a quien se hace referencia, evite el uso de los pronombres masculinos y utilizar las palabras “quien” o “quienes”:

NO ES INCLUSIVO	ES INCLUSIVO
El supervisor emitirá su opinión...	Quien supervise emitirá su opinión...
Tras la etapa de planeamiento, los administradores iniciarán el proceso...	Tras la planeación, quienes administren iniciarán el proceso...

> 5. Utilización de perífrasis

Las perífrasis son construcciones lingüísticas que expresan una idea “dando un rodeo”.

NO ES INCLUSIVO	ES INCLUSIVO
Los panameños	La población panameña
Los interesados	Las personas interesadas
Los discapacitados	Las personas con discapacidad
Los profesores y alumnos	La comunidad escolar
Los políticos	La clase política

Uso de Dobles Formas. Duplicaciones, barras, paréntesis

Cuando se desconozca si el mensaje será recibido por un hombre o una mujer, o en formularios y fichas a completar, se pueden usar las diagonales o los paréntesis:

NO ES INCLUSIVO	ES INCLUSIVO
Estimado: Interesado:	Estimada/o: Interesado(a):

Uso de la arroba

Hay consenso en la No utilización de la arroba (@) para designar de manera indistinta a hombres y/o mujeres. No es un signo lingüístico y no es posible de leer.

NO ES INCLUSIVO	ES INCLUSIVO
Administrativ@s Emplead@s	El personal administrativo Las empleadas y empleados

Uso de cargos, títulos académicos y ocupaciones

Un error generalizado es mencionar los títulos académicos y las ocupaciones en masculino.

A menudo se mencionan cargos y profesiones en masculino cuando ya están admitidos por la Real Academia Española (RAE) y generalizado su uso femenino.

Válidos: juez / jueza; presidente / presidenta; concejal / concejala; jefe / jefa; dragón / dragona; líder / lideresa.

NO ES INCLUSIVO	ES INCLUSIVO
La médico Teresa Peralta...	La médica Teresa Peralta...
Teresa Peralta, asesor del caso	Teresa Peralta, asesora del caso

También hay que evitar el uso exclusivo del género gramatical femenino para las profesiones tradicionalmente asociadas con las mujeres.

NO ES INCLUSIVO	ES INCLUSIVO
Las secretarías...	La jueza Mayra Hernández
Las enfermeras...	La jefa de sección Mayra Hernández

Evitar el uso exclusivo del masculino, para nombres que tienen su correspondiente género femenino, y usar los artículos y concordancias correspondientes:

NO ES INCLUSIVO	ES INCLUSIVO
La juez Mayra Hernández	La jueza Mayra Hernández
La jefe de sección Mayra Hernández	La jefa de sección Mayra Hernández

Uso de las formas de cortesía

Para evitar las desigualdades y asimetrías entre mujeres y hombres en las formas de cortesía, se sugiere emplear el término *“señora”* sin distinción de edad o estado civil. Asimismo, al referirse a una mujer casada, no debe utilizarse el apellido de su cónyuge ni usarse la preposición *“de”*.

NO ES INCLUSIVO	ES INCLUSIVO
Señora de Pérez o Señora Pérez Señora Erika Gómez de Pérez	Erika Gómez o Señora Gómez

Adjetivaciones

Poner atención en las adjetivaciones y las descripciones que reproducen estereotipos en cuanto a roles de género: lo estético relacionado con lo femenino y lo intelectual con lo masculino.





Bibliografía

- Recomendaciones para ser incluyentes desde el lenguaje. - Vicepresidencia de la República - Equidad de la mujer. Colombia.
- Recomendaciones del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo
- Recomendaciones del Ministerio de Trabajo de Colombia.
- Estrategias de información, educación y comunicación en salud, incluyente y accesible. Oficina de Promoción Social. Oficina de Promoción Social - Grupo de Gestión en Discapacidad. Ministerio de Salud de Colombia

