



MANUAL DE COMUNICACIÓN INCLUSIVO

II PLAN DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES
MEDIDA 30

INTRODUCCIÓN

El **II Plan de Igualdad de Oportunidades** de la Asociación para la Gestión de la Integración Social-GINSO, firmado por la Comisión de Igualdad y aprobado en Madrid el 18 de diciembre del 2019, está compuesto por 32 medidas a poner en marcha durante el periodo de vigencia de del mismo, En la medida número 20, GINSO, se compromete a: *“la elaboración de un manual de comunicación no sexista para las comunicaciones internas y externas de la empresa.”*

El objetivo es *“introducir el lenguaje inclusivo en la comunicación interna y externa”* y hacer llegar a todo el personal de la entidad dicho manual para que puedan hacer uso de él y consultarlo siempre que sea necesario.

PROPUESTA

Todo el personal de GINSO, a la hora de establecer comunicaciones ya sean **internas** como **externas** deberán de usar el manual y establecer en sus escritos la inclusión del lenguaje y evitar así el uso sexista de este.

Abordar la Igualdad de Oportunidades desde el ámbito laboral, nos permite sobre todo conseguir la igualdad real entre los hombres y las mujeres y erradicar las situaciones en las que todavía se produce desigualdad y discriminación.

La propuesta que se hace corresponde con la medida **Nº30: Comunicación Inclusiva**; aprobada en el II Plan de Igualdad de la entidad y que lo que pretende es ser un instrumento útil y práctico y que influya en la entidad.

Esta medida nos acerca a la Ley Orgánica de Igualdad Efectiva entre Mujeres y Hombres y que en varios momentos de su articulado le da una gran importancia a la necesidad de usar un lenguaje incluyente y no sexista e incorporarlo en la entidad.

No debemos olvidar que cuando hablamos de comunicación no sólo nos referimos a lo que se escribe, el lenguaje; sino también a lo que se ve, es decir a la imagen; imagen que debe ser coherente con el compromiso que GINSO ha adquirido, la presencia de las mujeres, la sensibilización en la igualdad y la reflexión a la hora de expresarnos de forma verbal y escrita.

Por ello, desde la Comisión de Igualdad, se ha elaborado esta guía que sólo pretende orientar, guiar y establecer algunas propuestas para mejorar nuestro lenguaje y nuestra imagen desde la igualdad y desde la inclusión.

USO DEL LENGUAJE

Los canales de comunicación que se usan en Asociación GINSO son muy diferentes y variados, por ello los ejemplos que se proponen a continuación deben ser adaptados a las diferentes personas con las que nos comuniquemos: Junta Directiva, Comisión Rectora, Dirección Técnica, Coordinación General y Personal laboral.

Para entender un poco más la importancia del lenguaje no sexista, debemos de interiorizar algunas premisas que creemos que son importantes y que además contribuyen a no jerarquizar, a no excluir y a valorar todas las personas sin ridiculizar y sin minusvalorar a las mujeres contribuyendo a mostrar la realidad tal cual es.

El lenguaje, por tanto, permitirá:

- Incluir y visibilizar a dos sexos, hombres y mujeres.
- Valorar por igual a las mujeres y a los hombres.
- Dar palabra y voz a todas las personas.
- No confundir el mensaje ni a quién le llega.

Algunas de las aclaraciones que pueden ayudar a todo el personal para la utilización adecuada de esta guía es la siguiente:



○ Documentos administrativos:

- Pueden ser **documentos abiertos**: cartas, correos electrónicos y circulares en los que no se conoce el sexo de la persona destinataria.
- Pueden ser **documentos cerrados**: cartas, nóminas, actas, contratos o convenios, en los que sí se conoce el sexo de los y las destinatarias. Por tanto, estos documentos deben ser redactados de manera personalizada.

○ Comunicaciones:

- **Internas**: son comunicaciones que pueden aparecer en distintos formatos, como pueden ser: discursos, memorias, informes, intranet, informaciones corporativas, publicaciones internas.
- **Externas**: son comunicaciones que se hacen a través de la página web de la entidad, revistas, redes sociales, campañas, marketing, notas de prensa, celebración de acontecimientos...

A continuación, unos ejemplos para poder consultar y usar y que permiten visualizar ejemplos más claros y que enriquecerán el II Plan de Igualdad de Oportunidades de la entidad:

COMUNICACIÓN CON Y A RESPONSABLES DE LA ENTIDAD

Mujer	Hombre
Directora	Director
Encargada	Encargado
Coordinadora	Coordinador

A los y las responsables de la entidad...

Al personal Directivo de la entidad...

La Dirección de la entidad...

A/a de Gerencia...

COMUNICACIÓN CON Y A PERSONAL LABORAL

Mujer	Hombre
Las trabajadoras	Los trabajadores
La Psiquiatra	El Psiquiatra
Educadoras	Educadores

Al personal laboral de la entidad...

Los trabajadores y trabajadoras de la entidad...

El equipo humano de la entidad...



El uso del lenguaje inclusivo a través de los diferentes medios de comunicación, como por ejemplo las redes sociales, conlleva consigo, por un lado, definir con exactitud el objetivo de la comunicación y saber que hay unas estructuras que ayudarán a que el mensaje escrito, llegue con claridad. Algunos ejemplos serían:



<p>El uso de /</p>	<p>Puede ser un recurso válido, pero puede dificultar la lectura de los textos y se aconseja usarlo sólo cuando no exista otro recurso o cuando sean documentos administrativos (formularios e impresos). Ejemplos: chico/a, psicólogo/a, educador/a,</p>
<p>El uso de X</p>	<p>Son más informales y suele estar dirigido a la gente joven y a textos cortos como los que se usan en campañas, publicidad... Se usa principalmente en redes sociales.</p>
<p>El uso de @</p>	<p>Puede ser adecuado , siempre que sea escrito, pero no es válido si su uso es oral.</p>
<p>Oposiciones de palabras</p>	<p>Padre-Madre, el y la menor, los y las menores, los y las educadores...</p>
<p>Uso de genéricos colectivos</p>	<p>Se refieren a conjuntos de entidades de personas. Ejemplos: familia, población, plantilla, alumnado, profesorado...</p>
<p>Uso de un solo género gramatical</p>	<p>Con independencia de su género gramatical pueden referirse a personas de un sexo u otro. Ejemplos: la persona, la víctima, el cónyuge, la criatura...</p>



USO DE IMÁGENES

Cuando se usan imágenes e ilustraciones en las comunicaciones es importante que no representen sólo a un género, porque esto podría implicar que las mujeres no se sientan identificadas y contribuir a que los estereotipos sexistas sigan existiendo.

Algunos aspectos que podemos tener en cuenta son:

COMUNICACIÓN A TRAVÉS DEL USO DE IMÁGENES E ILUSTRACIONES

Uso de imágenes de mujeres y hombres realizando actividades que no sean estereotipadas

Uso por igual de imágenes de mujeres y hombres.

Evitar la ausencia o invisibilidad de mujeres y hombres en espacios públicos y privados.

Uso de iconos con connotaciones tanto femeninas como masculinas.

Visibilizar adecuadamente

GINSO, como entidad que pone en marcha esta herramienta de uso de lenguaje no sexista, valora que esta guía puede beneficiar a las personas que forman parte de la entidad y que se comuniquen de una manera más inclusiva unas con otras.

Los beneficios de incluir un lenguaje inclusivo, no sexista y que está en pro de la igualdad de hombres y mujeres, son:

- 🌈 Valorar el uso de la guía para todas las situaciones de comunicación y que se convierta en una herramienta necesaria y útil.
- 🌈 Mejorar el conocimiento de la lengua y las posibilidades que esta nos ofrece, así como los recursos lingüísticos que podremos obtener.
- 🌈 Permite visibilizar a la mujer y al hombre, usando correctamente las normas gramaticales y estilísticas del uso no sexista del lenguaje.
- 🌈 Incluir en su trabajo diario la perspectiva del género en todas las formas de comunicación que utilice para establecer contacto con los y las trabajadoras.

PARA SABER MÁS

Algunas de las fuentes de información usadas para la elaboración de esta guía de comunicación, son fuentes fiables, interesantes y que ayudan a reflexionar sobre el uso adecuado de la palabra, pero que también nos ayuda a reflexionar sobre el uso de las imágenes e ilustraciones; por ello si quieres saber más, puedes consultar:

- 🌐 Objetivo de Desarrollo Sostenible nº5: La Igualdad de Género porque es importante.
- 🌐 Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres.
- 🌐 Emakunde-Instituto Vasco de la Mujer (2016), Código Deontológico y de autorregulación para la publicidad y la comunicación no sexistas. [Archivo PDF]
https://www.emakunde.euskadi.eus/contenidos/informacion/temas_medios_intro/es_def/adjuntos/begira.codigo.deontologico.pdf
- 🌐 Instituto Navarro para la Igualdad (2008), Guía sobre estrategias de comunicación incluyente: El género como prioridad. [Archivo PDF]
https://www.igualdadenaempresa.es/asesoramiento/herramientas/apoyo/docs/Kit_03_Comunicacion_Incluyente.pdf

