SUGERENCIAS PARA EVITAR EL SEXISMO EN EL ÁMBITO LABORAL

GOBIERNO de CANTABRIA
VICEPRESIDENCIA
DIRECCIÓN GENERAL DE IGUALDAD Y MUJER

Cantabria
Camino Lebaniego

Edita: Consejería de Universidades,
Igualdad, Cultura y Deporte
Dirección General de Igualdad y Mujer
Autora: Mercedes Bengoechea Bartolomé
Depósito Legal: SA-228-2019
IMPRE 8/440

SALUDA

El Gobierno de Cantabria ha manifestado su preocupación por la igualdad entre las mujeres y hombres o igualdad de género de forma clara y decisiva y ha desarrollado distintos instrumentos normativos y políticos en aras de conseguir la igualdad real. A partir de la aprobación de la Ley de Cantabria 2/2019, de 7 de marzo, para la igualdad efectiva entre mujeres y hombres, el marco normativo regional supuso un importante avance en diferentes ámbitos en aras del progreso hacia la consecución de la igualdad real y efectiva y la eliminación de cualquier tipo de discriminación por razón de sexo.

En Cantabria, como en el resto del país, el papel que tradicionalmente han desempeñado mujeres y hombres ha ido experimentando una importante transformación. Cada vez son más las mujeres que asumen altas responsabilidades a nivel empresarial y laboral y acceden al ámbito de la vida pública y a la toma de decisiones. Esto ha contribuido a generar unos cambios sociales y personales que favorecen, sin duda, el avance en el camino hacia la igualdad entre mujeres y hombres. Es por ello, que la comunicación debe utilizar un lenguaje inclusivo que sirva de motor hacia la igualdad y visibilice a las mujeres en todos los ámbitos.

Pretendemos con esta guía que la utilización de nuestra lengua se adecue a los cambios que demanda la sociedad actual, y es por ello, que uno de los aspectos que se deberá tener en cuenta es el uso no discriminatorio del lenguaje por razón de sexo, de forma que tanto hombres como mujeres se encuentren representados de manera igualitaria. La lengua española dispone de recursos suficientes para que, sin apartarse de las normas lingüísticas, pueda no solo reflejar la igualdad, sino contribuir a ella.

Desde la Consejería de Universidades, Igualdad, Cultura y Deporte, a través de la Dirección General de Igualdad y Mujer editamos esta guía dedicada al ámbito del trabajo "Guía de lenguaje no sexista en el ámbito laboral", como herramienta práctica y sencilla, para resolver dudas y proponer soluciones a los problemas que se puedan presentar en el lenguaje utilizado en cada sector o ámbito determinado. Quiero felicitar a la autora de esta guía, Mercedes Bengoechea Bartolomé, y espero que este trabajo sirva para seguir avanzando hacia una sociedad más justa y más igualitaria.

Pablo Zuloaga Martínez
Vicepresidente del Gobierno de Cantabria

GOBIERNO de CANTABRIA

SUMARIO

Introducción. Las mujeres, el lenguaje y la igualdad en el mundo laboral 6
¿En qué consiste el lenguaje sexista? 7
Beneficios de adoptar lenguaje no sexista en el ámbito laboral 7

El papel del lenguaje en el cuidado de trabajadoras y directivas 9
Los comentarios sexistas dentro de la organización 10
La necesidad de lenguaje no sexista en las empresas 11
Los efectos del masculino genérico (por ejemplo, los empleados, refiriéndose a mujeres y hombres) 11

La identidad femenina y los apelativos profesionales: visibilidad y respeto hacia directivas y trabajadoras 14
Para ellas debe utilizarse el femenino en puestos, actividades y profesiones 15
Formas actualizadas del femenino de profesiones y oficios (DRAE, 2015) 16
Reglas de formación de sustantivos de profesiones en masculino y femenino 19

Las ofertas de empleo y la selección del personal 21
Para la denominación del empleo en las ofertas de trabajo se debe emplear lenguaje inclusivo 21
Cambiar el discurso como interruptor de la desigualdad 23

La negociación colectiva 25
Recomendaciones para la redacción de convenios colectivos 26

La responsabilidad social corporativa como marca de la empresa 27
La comunicación Web y las redes sociales: imágenes y representaciones icónicas como marca corporativa 28

Las clientas, consumidoras y usuarias 31

El lenguaje no sexista: evitar el masculino genérico 34

Técnicas de redacción con lenguaje inclusivo

1. UTILIZAR LENGUAJE NO SEXISTA DESDE LAS PRIMERAS FASES DE REDACCIÓN 36
2. EMPLEO DE LAS FORMAS FEMENINA Y MASCULINA O MASCULINA Y FEMENINA..... 36
3. EMPLEO DE APOSICIONES (mujeres y hombres, hombre o mujer, etc.) DESPUÉS DEL MASCULINO GENÉRICO 39
4. UTILIZACIÓN DE SUSTANTIVOS NO SEXUADOS (p.ej.: persona) O COLECTIVOS (p.ej.: alumnado, funcionariado) 39
5. UTILIZACIÓN DE CONSTRUCCIONES METONÍMICAS O ABSTRACTAS 40
6. UTILIZACIÓN DE PERÍFRASIS 41
7. UTILIZACIÓN DE ESTRUCTURAS CON «SE» 42
8. UTILIZACIÓN DEL IMPERATIVO O DE FORMAS DE TRATAMIENTO EN SEGUNDA PERSONA (deberás realizar...; usted deberá realizar...), EN LUGAR DE TERCERA PERSONA (los candidatos deberán realizar…) 42
9. UTILIZACIÓN DE DETERMINANTES SIN MARCA DE GÉNERO (su(s), tu(s), cada, cualquier, la totalidad de..., la mayoría de..., una parte de…, el resto de…) 43
10. UTILIZACIÓN DE LOS RELATIVOS quien o quienes, EN LUGAR DE: el que, los que, el cual, los cuales, aquel que, aquellos que 44
11. SUSTITUCIÓN DEL ADJETIVO O PARTICIPIO POR UN SUSTANTIVO (y las modificaciones que procedan) 44
12. SUSTITUCIÓN DEL SUSTANTIVO, ADJETIVO O PARTICIPIO POR UN VERBO ACTIVO..... 45
13. ELIMINACIÓN DE LOS MASCULINOS (ARTÍCULOS, SUSTANTIVOS, PRONOMBRES…) DE LOS QUE SE PUEDA PRESCINDIR 46

Bibliografía 47

Glosario 49

01

Introducción.
Las mujeres, el lenguaje y la igualdad en el mundo laboral

En un mundo cada vez más preocupado por conseguir la igualdad, existen abundantes elementos que atestiguan que esta no se ha producido en el ámbito laboral: la brecha salarial, la persistencia de estereotipos hacia las cualidades y capacidades de mujeres y hombres, la pobre valoración de las opiniones femeninas, el techo de cristal, un menor número de directivas, la escasa presencia femenina en ciertas profesiones, la falta de conciliación de la vida laboral y familiar, el acoso sexual… Ante obstáculos de tanto calado, en apariencia infranqueables, podríamos preguntarnos qué sentido tiene detenernos en el lenguaje.

La respuesta a esta pregunta viene dada por la función que cumple el lenguaje en la desigualdad. Mediante el lenguaje reproducimos la cultura, interpretamos la realidad y transmitimos ideología y valores; además, el lenguaje nos sitúa en el mundo, nos proporciona identidad y conciencia de quiénes somos y cómo se nos considera. Juega, por tanto, un papel muy relevante en la visión que tenemos de los seres humanos, mujeres u hombres: es fundamental a la hora de conceptualizar a unas y otros, contribuye a mantener los estereotipos sobre la idoneidad de hombres y mujeres en ciertas tareas y sirve para asentar las viejas creencias de que ellas son «el segundo sueldo del hogar» o no están capacitadas para ciertos puestos. El lenguaje sexista está, por ello, íntimamente unido a la falta de equiparación de las actividades, salarios y valoraciones de hombres y mujeres.

¿En qué consiste el lenguaje sexista

Llamamos lenguaje sexista a aquellas expresiones que degradan o discriminan a personas de uno de los sexos. Normalmente se produce con las mujeres:

- Bien porque las invisibilizan: *Los empleados tendrán jornada reducida durante el verano* [¿y las empleadas también?].
- Bien porque las subordinan: *Los trabajadores y trabajadoras, junto a sus hijos e hijas* [¿ellos deben mencionarse siempre en primer lugar?]; *los trabajadores podrán incluir a sus esposas en sus cartillas* [todas las mujeres de esta frase son esposas de alguien, ¿no se ha pensado en las trabajadoras?].
- Bien porque se utiliza con ellas un trato más coloquial y carente de formalidad y respeto: *Luis Pérez, el asistente de María, nuestra directora de sección.*
- Bien porque deja ver que se atribuyen cualidades y valores diferentes a hombres y mujeres: *Me atendió una taxista, PERO me llevó muy rápido; Es muy buena oradora PARA ser mujer.*
- Bien porque se asigna uno u otro sexo a las categorías profesionales: *En nuestras tiendas, los reponedores y las cajeras cobran el mismo sueldo* [¿no hay reponedoras ni cajeros?].
- Bien porque se confunde a una de las categorías con un objeto sexual de consumo: *En el sur de Europa, los fondos se han gastado en viajes y mujeres.*

Forma parte de la herencia recibida tras siglos de patriarcado. Para que se consolide la incipiente transformación de nuestra sociedad se hace fundamental un cambio en el lenguaje.

Beneficios de adoptar lenguaje no sexista en el ámbito laboral

El cambio en los usos verbales utilizados hasta ahora no asegura la igualdad, pero un lenguaje no discriminatorio e inclusivo (es decir, un lenguaje no sexista) en el ámbito laboral sirve:

- A la sociedad,
  - para cambiar los estereotipos sobre lo que hacen o pueden hacer las mujeres y los hombres;
  - para alentar la participación femenina en el mundo laboral;
  - para reforzar las identidades laborales femeninas y otorgar visibilidad a las profesionales.
- A las trabajadoras y trabajadores,
  - para verse en todo tipo de puestos, actividades y profesiones de manera simétrica y, como consecuencia, luchar por la igualdad de oportunidades;

01

- A las empresas,
  - para presentarse ante el mundo como firmas que se han tomado en serio la igualdad en su plantilla y que han aceptado su responsabilidad social.

Cuidar el lenguaje en el ámbito laboral es una muestra de que se tiene en cuenta y se respeta a las mujeres como trabajadoras y como directivas; con ello se colabora a superar la brecha de género que hace que las mujeres tengan menor acceso al empleo, o que lo hagan en peores condiciones, y que no alcancen los puestos más altos de la empresa. Es también una señal de que se ha dejado de minusvalorar su potencial y su significado como consumidoras.

Velar por la utilización de un lenguaje no sexista no excluye la adopción de otras medidas para alcanzar la igualdad. El lenguaje no sexista no sustituye tales medidas, sino que es un requisito que las debe acompañar inexorablemente.

El papel del lenguaje en el cuidado de trabajadoras y directivas

02

Indudablemente muchas mujeres se ven obligadas a dejar ciertas empresas por los horarios (sabemos que, a mayor flexibilidad con el tiempo –que no tiempo real dedicado al trabajo– más mujeres en la organización). Desean despedirse así mismo cuando se ven inmersas en una cultura empresarial que no reconoce su contribución y las **ignora** –y por tanto no las promociona– y otras veces directamente las expulsa por su **sexismo desmoralizador.**

La revista *Gender Issues* publicó en 2015 un artículo sobre una investigación de la actitud de las nuevas generaciones en Suecia hacia el trabajo. El estudio constituye una prueba del cambio que se está produciendo en los roles de género. La investigación se pregunta sobre lo que constituye «un buen trabajo». Las conclusiones son que, sobre todo entre personas con mentalidad menos conservadora y tradicional, los chicos y hombres jóvenes valoran menos el sueldo y más poder conciliar, disfrutar de su pareja y de su familia; sin embargo, a las mujeres no se les convence tanto por un buen horario, como por las posibilidades de promocionar, estar orgullosas de su labor y **ser respetadas.**

Si consideramos representativo este estudio, podemos sacar varias conclusiones. Una de ellas es que, para que las mujeres desarrollen todo su potencial, las empresas tienen que tomarse en serio dos aspectos claves: además de alentar la promoción femenina interna y la conciliación, deben demostrar reconocimiento y consideración hacia sus trabajadoras, para lo cual se deben adoptar políticas de toleran-

02

cia cero ante los comentarios sexistas y un lenguaje no sexista que las respete y visibilice a ellas y a sus logros.

Los comentarios sexistas dentro de la organización

Alguna gente cree que comentarios sexistas supuestamente jocosos son «naturales», pura libertad de expresión, productos del sentido del humor; pero con frecuencia no son sino rancios, anticuados y miserables. De ahí que empresas en países como los Estados Unidos o Australia observen rígidamente una política de tolerancia cero hacia los comentarios racistas, homófobos y sexistas. En el caso de los comentarios sexistas, deben evitarse:

A. Porque entrañan sutil hostilidad encubierta, pese a que el ambiente laboral debería ser un ambiente libre de hostilidad. Cualquier mujer se siente amenazada por quienes realizan comentarios sexistas, incluso cuando no van dirigidos a ella.

B. Porque tienen un efecto desmoralizador. Por una parte, cuando los comentarios sexistas se utilizan para atacar o mostrarse condescendiente con una integrante del grupo, el resto de las mujeres del equipo se sienten también devaluadas y relegadas, por lo que su compromiso con el trabajo disminuirá. Por otra parte, las investigaciones han demostrado que los comentarios sexistas crean un ambiente en el que las mujeres temen confirmar el estereotipo que trasluce el comentario. Este miedo, conocido como «la amenaza del estereotipo» tiene como consecuencia que las mujeres rindan menos y no promocionen.

C. Porque van en detrimento de la propia organización. Genera un mal ambiente de trabajo que se ha comparado en diversos estudios con una forma sutil de *mobbing*. Falla la dirección por impedirlo, decrece la confianza de las empleadas, molesta a los hombres con sensibilidad y se acaba perdiendo personal valioso. Además, puede acabar en denuncia y, si salta a la calle, se produce una pérdida de imagen de la empresa.

La dirección tiene la obligación de crear un ambiente seguro para las mujeres, un ambiente en el que las mujeres no se sientan incómodas

ni menos valoradas que sus compañeros. Las grandes organizaciones y las mejores universidades en todo el planeta han establecido protocolos para lograrlo: sus departamentos de recursos humanos hacen referencia explícita a la falta de tolerancia ante los comentarios sexistas y, si se producen, la dirección los ataja de inmediato abordando el asunto como algo relevante.

La necesidad de lenguaje no sexista en las empresas

Para mantener a las mujeres en las organizaciones hay que cuidarlas… también a nivel verbal. Y, de hecho, en los planes de igualdad de muchas empresas se hace hincapié en el uso de lenguaje no sexista. Existen razones para esta medida.

Las mujeres han ido dando los pasos necesarios para abrirse camino en el mercado laboral y en los ámbitos de dirección y lo han hecho formándose, preparándose, trabajando duramente, pero mientras tanto el mundo simbólico ha variado muy poquito. A menudo, el mundo del lenguaje visual y verbal de la empresa las excluye. No aparecen trabajadoras ni directivas en las imágenes de las compañías en Internet, por ejemplo, y en todo el texto del sitio Web se usa el masculino genérico (esto es, decir *cántabros* para incluir a cántabras y cántabros). Además, con frecuencia se recurre a estereotipos, atribuyéndose capacidades y cualidades diferentes a mujeres y a hombres, y se menciona a mujeres y a hombres de forma asimétrica.

Los efectos del masculino genérico

(por ejemplo, *los empleados,* refiriéndose a mujeres y hombres)

En castellano los sustantivos tienen género gramatical: son masculinos o femeninos. En castellano y en casi todas las lenguas del planeta, en los casos de términos que representen a seres humanos con forma masculina y femenina (por ejemplo, *empleado-empleada*), la forma masculina tiene la facultad de representar a los varones y también al grupo compuesto por varones y mujeres: a este segundo uso se denomina «masculino genérico». Sin embargo la forma femenina carece de tal facultad y se usa de forma restrictiva únicamente para referirse a mujeres. Por esa razón el masculino produce ambigüedad (no se sabe si se refiere a los hombres solo o a mujeres y hombres) y frecuentemente esconde la presencia femenina

No conocemos a ciencia cierta los procesos mentales que tienen lugar en la adquisición del masculino genérico por parte de las mujeres, pero las investigaciones realizadas en todo el mundo apuntan a que tiene por resultado que se autoexcluyan de ciertos procesos de la realidad. También desconocemos exactamente cómo han aprendido a sentirse incluidas en el masculino a lo largo de su socialización, que es también el proceso de aprendizaje de la lengua y de construcción de su identidad. Algunas investigaciones han apuntado la posibilidad de que pudiera repercutir en la formación de una subidentidad femenina frente a la sobreidentidad masculina. De otros estudios se

infiere que el masculino genérico tiene un efecto negativo en la autoestima de las chicas jóvenes.

Si son correctas todas estas investigaciones, las mujeres acaban teniendo una cierta incertidumbre sobre su presencia y valor. El lenguaje a menudo refuerza la ambigüedad de su presencia y acentúa la tendencia a excluirse. Es aquí donde entraría en juego el poder invisible, el simbólico. Los estudios sobre el poder señalan que el poder que se ejerce con más eficacia es el invisible, el que se arraiga en estereotipos y símbolos, aquel del que no somos conscientes, ni de su funcionamiento, ni de que se despliega a nuestro alrededor subrepticiamente.

Y es que el lenguaje o los comentarios sexistas no tienen que ver con el sexo sino con el poder (como la violación, la violencia de género o la prostitución). El lenguaje sexista no tiene por objetivo producir violencia física, sino convertir a las mujeres en «audiencia cautiva» (no pueden escapar sin hacerse notar) o desmoralizarlas y deprimirlas porque, consciente o inconscientemente, refuerza la idea de su intrascendencia. El lenguaje sexista las excluye y las hace autoexcluirse. La exclusión y la autoexclusión conducen a una menor autoestima y a una carencia de la confianza necesaria para el liderazgo.

No es que la igualdad se logre meramente por el reconocimiento de la presencia femenina en el lenguaje o por decir *trabajadores y trabajadoras* cada dos líneas. Pero sí que es necesario visibilizar mejor las oportunidades profesionales de las mujeres y dejarles ver las posibles trayectorias de su carrera en la empresa. Para ello deben ser nombradas y tenidas en cuenta, algo que no solo queda establecido en las normativas y disposiciones internas, sino que debe mostrarse de forma palpable en toda forma de comunicación institucional.

Cuando se usa el masculino, la imagen inmediata que viene a nuestra mente es la de un varón. Frases como: *Se recuerda a los trabajadores... Los empleados que deseen...* evocan en nuestras mentes imágenes de hombres. Contrariamente, la idea que late tras el lenguaje inclusivo es permitir que las mujeres pueblen los escritos y documentos de la empresa, del mismo modo que pueblan los centros de trabajo. Al principio puede no ser una tarea fácil, sin embargo se trata de un objetivo importante, sin coste, que muestra buena voluntad y genera buen ambiente en la empresa. De ahí que el último apartado de esta Guía contenga sugerencias para redactar con lenguaje inclusivo, evitando el masculino genérico.

SE DEBERÍA INCLUIR EL CUIDADO DEL LENGUAJE EN TODOS LOS PLANES DE IGUALDAD Y SER CONSECUENTE CON LO APROBADO.

MEDIDAS DE RESPETO Y RECONOCIMIENTO EN EL LENGUAJE VERBAL Y VISUAL HACIA TRABAJADORAS Y DIRECTIVAS

EN LA WEB DE LA EMPRESA, EN LAS REDES SOCIALES, EN LA COMUNICACIÓN EXTERNA E INTERNA

- VISIBILIZAR A LAS MUJERES DE LA PLANTILLA EN LAS IMÁGENES Y EN EL LENGUAJE CORPORATIVOS
- MOSTRAR VISUAL Y VERBALMENTE LA ACTIVIDAD DE EMPLEADOS Y EMPLEADAS ROMPIENDO ESTEREOTIPOS SOCIALES O PROFESIONALES Y ROLES DE GÉNERO (POR EJEMPLO, ELLA ESCUCHA ENCANDILADA LO QUE DICE ÉL, QUIEN SE SITÚA EN UNA POSICIÓN SUPERIOR DE AUTORIDAD)
- EQUILIBRAR LA PRESENCIA VERBAL Y VISUAL DE MUJERES Y HOMBRES
- UTILIZAR FÓRMULAS DE TRATAMIENTO SIMÉTRICO PARA HOMBRES Y MUJERES, EVITANDO:
  - REFERIRSE POR EL NOMBRE DE PILA A ELLA Y POR EL APELLIDO A ÉL
  - EL TÍTULO DE "SEÑORITA"
  - UN TRATAMIENTO MÁS CERCANO E INFORMAL PARA ELLAS Y MÁS FORMAL Y RESPETUOSO HACIA ELLOS
- NOMBRAR A LAS MUJERES POR SU APELATIVO PROFESIONAL EN FEMENINO
- TOLERANCIA CERO ANTE COMENTARIOS SEXISTAS
- EVITAR EL USO DEL MASCULINO GENÉRICO

03

La identidad femenina y los apelativos profesionales: visibilidad y respeto hacia directivas y trabajadoras

Durante siglos las mujeres no han podido ejercer muchas profesiones u oficios. Eso ha podido contribuir a que nos cueste imaginar a mujeres en ciertas actividades o a que a algunas mujeres les sea difícil asumir verbalmente las nuevas identidades profesionales que adoptan con toda normalidad en su día a día; probablemente cuando se autoidentifican en masculino probablemente aceptan de forma inconsciente la concepción sexista de que el prestigio y lo femenino no pueden caminar de la mano. Precisamente por esa razón se hace hoy más imprescindible reconocer la presencia de las mujeres en el mundo laboral y normalizar en el lenguaje la realidad social, denominándolas con los mecanismos que la lengua española nos permite.

Nombrar a las mujeres con las formas masculinas de puestos, cargos, oficios y profesiones suscita en la mente de quien reci-

be el mensaje una imagen de varones que no está ajustada a la situación real.

> Utilizar el masculino para las mujeres indica: falta de respeto por la persona de referencia, falta de cuidado por su identidad social, falta de atención a la propia lengua y una resistencia a reconocer la presencia femenina en el mundo laboral.

Para ellas debe utilizarse el femenino en puestos, actividades y profesiones

Cuando nos refiramos a una persona concreta, el nombre del puesto, cargo o el título profesional debe utilizarse en su forma femenina si se trata de una mujer y en su forma masculina si se trata de un hombre.

Hace años la RAE se resistía a reconocer el femenino de algunas actividades y profesiones *(alfarera, bedela, obispa…)* y el masculino de otras *(amo de casa, azafato…)*. Pero afortunadamente la Academia ha dado un enorme paso en los últimos lustros y ahora incluye en su diccionario la mayoría de las formas femeninas que la sociedad necesita en su habla diaria. Se puede consultar la última edición del diccionario de la RAE si se duda de la forma femenina de una profesión, puesto o cargo en http://dle.rae.es/?w=diccionario. Quizá sorprenda descubrir que *la notario, la médico* o *la cartero* son términos incorrectos: se debe usar *la notaria, la médica* o *la cartera.*

Sin embargo, es preciso señalar que, puesto que precisamente en el ámbito laboral la lengua cambia aceleradamente normalizando formas que no eran corrientes previamente, quizá en unas décadas la forma hoy admitida de algunos sustantivos varíe: nada impide, por ejemplo, que digamos *la pilota, la buza* o *la sargenta* con el consentimiento de la Academia, que ya ha reconocido y normalizado formas femeninas como *concejala, jueza, médica* o *técnica*, y masculinas como *matrón* o *azafato,* todas ellas impensables hace tiempo.

Cuando el nombre de una profesión, actividad o puesto está formado por un sustantivo y un adjetivo, ambos elementos deben ir en masculino o femenino dependiendo del sexo del referente; por tanto, debe decirse la segunda árbitra, una intérprete jurada, la jueza interina, la delegada médica, etc.

> *Ella trabaja de jardinera, técnica, cartera, ingeniera, arquitecta, médica, informática...*
>
> *La comisaria técnica / una notaria pública / las traductoras juradas /*
>
> *la consejera delegada / la comentarista deportiva / aquellas músicas /*

Entre las **excepciones** a la necesidad de atender a la presencia femenina en profesiones, cargos o actividades figuran:

- Los nombres propios mientras estos no cambien (por ejemplo, *Unión General de Trabajadores*), aunque aparezcan como siglas *(UGT)*. Nombres propios representativos del ámbito laboral son las asociaciones profesionales *(Sindicato de Técnicos del Ministerio de Hacienda, Asociación de Ingenieros Municipales y Provinciales de España)* o los colegios profesionales *(Colegio de Procuradores)*. La mayoría de estos casos mantienen el masculino genérico en su denominación, que debe respetarse al tratarse de un nombre propio, si bien algunos colegios profesionales y algunas asociaciones han decidido optar por términos no sexistas, por ejemplo, *Ilustre Colegio de la Abogacía de Barcelona, Juezas y Jueces para la Democracia, Asociación Profesional de la Magistratura, Colegio Notarial de Cantabria,* etc. Otros nombres propios están en pleno proceso de cambio, como *Consejo de Ministras y Ministros.*

- Las denominaciones profesionales masculinas que forman parte de un título o una ley: *Ley del Estatuto de los Trabajadores; Ley del Estatuto Básico del Empleado Público; etc.*

- Las citas literales de una ley, un reglamento o una normativa. El recurso mejor para tales ocasiones es entrecomillar siempre que se acuda a las palabras exactas utilizadas por la legislación. Ejemplo: El artículo 1 del Real Decreto-ley 1/2011 establece que: «Para el cálculo del incremento neto de la plantilla de la empresa, se tomará como referencia el promedio diario de **trabajadores** con contratos indefinidos o temporales». El resto del documento ya puede ser redactado conforme a criterios no sexistas.

Si se desea cambiar la redacción literal del artículo y utilizar lenguaje incluyente, se puede parafrasear. En ese caso, nunca se debe entrecomillar: *Según establece el artículo 1 del Real Decreto-ley 1/2011, para calcular el incremento neto de la plantilla de la empresa, se tomará como referencia el promedio diario de trabajadores y trabajadoras con contratos indefinidos o temporales.*

Formas actualizadas del femenino de profesiones y oficios (DRAE, 2015)[1]

- **El femenino de los masculinos acabados en -o se forma en -a:** *carnicero-carnicera,abogado-abogada, médico-médica, arquitecto-arquitecta, ingeniero-ingeniera, perito-perita, payaso-payasa, niñero-niñera*.

  Y esto es así aunque en algunos casos la forma femenina esté ya "ocupada" por artes, técnicas, ciencias o saberes: *el músi-*

[1] *Véase una tabla resumen de las reglas en las páginas siguientes.*

co-la música, el técnico-la técnica, el informático-la informática, el mecánico-la mecánica, el físico-la física, el químico-la química. Esta polisemia no confunde, de la misma manera que no se presta a equívocos el hecho de que existan sustantivos para nombrar a hombres en una profesión u oficio que significan también objetos: *joyero, frutero, monedero* y un largo etcétera.

(Excepciones: *la/el piloto, soldado, cabo, modelo, buzo, canguro*)

- **El femenino de los masculinos que acaban en -or y en -n normalmente acaba en -ora y -na:** *revisor-revisora, patrón-patrona, peón-peona.*

- **Suelen ser comunes** (es decir, con la misma forma en femenino y en masculino) **los sustantivos acabados en -i o -u, en -ar, -er, -ir, -ur o en -l, -so -z:** *la/el maniquí, la/el gurú, la/el militar,la/el auxiliar, la/el sumiller, la/el ujier, la/el cónsul,la/el albañil, la/el botones, la/el mecenas, etc.*

  Sin embargo, a veces la palabra ha desarrollado además una forma femenina, por lo que contamos con dos formas posibles para mujeres: *la edil(a), la juez(a), la concejal(a), la fiscal(a), la capataz(a),* etc. En otros casos, existen forma masculina y femenina diferenciadas: *bedel-bedela, aprendiz-aprendiza,* y van apareciendo en nuestro país algunas formas femeninas que gozan ya de larga vida en Hispanoamérica: *lideresa, consulesa.*

- **Los sustantivos acabados en -e suelen ser comunes:** *la/elconserje, la/el pinche, la/el orfebre, la/el agente, la/el intérprete;* aunque también contamos con algunos con formas diferenciadas: *alcalde-alcaldesa, monje-monja,* y otros que han desarrollado otra forma femenina manteniendo también la común: *la jefa/jefe, la cliente/clienta, la gerente/gerenta.*

  Suelen ser también comunes un subgrupo de los terminados en *-e,* los procedentes de los participios de presente latinos que terminan en *-ante* o *–ente: la/elcantante, la/el dibujante, la/el estudiante.* Esto no ha impedido que algunos sustantivos derivados de verbos latinos se hayan feminizado a lo largo de la historia del español: *sirvienta, regenta, dependienta, asistenta, presidenta* o, por supuesto, *parturienta o infanta.* Las voces que se alzan contra esta feminización suelen estar más en contra de la feminización de los títulos destinados a las élites *(presidenta, gerenta…)* que con los femeninos aplicados a las clases sociales más desfavorecidas *(sirvienta, dependienta):* esta resistencia a la feminización de profesiones prestigiosas es un fenómeno social común de casi todas las lenguas de nuestro entorno que está sin embargo en retroceso.

- **Los sustantivos terminados en -tra, -ista, -ta son comunes:** *la/el psiquiatra, la/el atleta, la/el recepcionista, la/el homeópata.* **También lo son muchos términos cuyo masculino termina en -a:** *guardia, policía, guarda, guía.*

- **Las palabras compuestas son comunes para el género:** *la/el aparcacoches, la/el guardaespaldas, la/el sobrecargo.*
- **Debe huirse especialmente de recurrir a construcciones del tipo:** *el abogado-~~la mujer abogado~~, el médico-~~la mujer médico~~, el obispo-~~la mujer obispo~~.*

En esos pares ambos sexos realizan la misma actividad, pero el varón asume la competencia profesional general al identificarse con el ser humano "universal" que la realiza. La exclusión de la mujer de la universalidad viene dada por la subcategorización *(mujer abogado)*, mientras la identidad social del grupo de "abogados" viene dada por su esencialidad masculina, las mujeres quedan fuera, en una categoría subordinada. Además, en «mujer abogado», el núcleo de la expresión es el género, *mujer,* y la profesión queda en un segundo plano al tratarse de un complemento del núcleo *mujer.*

REGLAS DE FORMACIÓN DE SUSTANTIVOS DE PROFESIONES EN MASCULINO Y FEMENINO

FORMA MASCULINA ACABA EN -O			FORMA FEMENINA ACABA EN -A		
CARNICERO	MÚSICO	QUÍMICO	CARNICERA	MÚSICA	QUÍMICA
MÉDICO	INFORMÁTICO	MECÁNICO	MÉDICA	INFORMÁTICA	MECÁNICA
ARQUITECTO	TÉCNICO	NIÑERO	ARQUITECTA	TÉCNICA	NIÑERA
INGENIERO	NOTARIO		INGENIERA	NOTARIA	

ACABA EN -OR, -N		ACABA EN -ORA, -NA	
REVISOR	PEÓN	REVISORA	PEONA
MATRÓN		MATRONA	

SUELEN SER COMUNES LOS ACABADOS EN -Í, -Ú, -AR, -ER, -IR, -L, -S, -Z

MANIQUÍ	SUMILLER	BOTONES
GURÚ	ALBAÑIL	

PERO:

EDIL	EDIL, EDILA
CONCEJAL	CONCEJAL, CONCEJALA
JUEZ	JUEZ, JUEZA
CAPATAZ	CAPATAZ, CAPATAZA
APRENDIZ	APRENDIZ, APRENDIZA
BEDEL	BEDELA

03

REGLAS DE FORMACIÓN DE SUSTANTIVOS DE PROFESIONES EN MASCULINO Y FEMENINO

SUELEN SER COMUNES LOS ACABADOS EN -E (INCLUIDOS LOS ACABADOS EN -ENTE, ANTE)

CONSERJE	ORFEBRE	INTÉRPRETE	DIBUJANTE
PINCHE	AGENTE	CANTANTE	

PERO:

ALCALDE	ALCALDESA
MONJE	MONJA
PRESIDENTE	PRESIDENTA
SIRVIENTE	SIRVIENTA
JEFE	JEFE, JEFA
CLIENTE	CLIENTE, CLIENTA
GERENTE	GERENTE, GERENTA

SON COMUNES LOS ACABADOSEN -TRA, -ISTA, -TA Y LOS ACABADOS EN -A EN MASCULINO

PSIQUIATRA	RECEPCIONISTA	GUARDA	POLICÍA
ATLETA	HOMEÓPATA	GUARDIA	GUÍA

SON COMUNES LAS PALABRAS COMPUESTAS

SOBRECARGO	GUARDAESPALDAS

Las ofertas de empleo y la selección del personal

El lenguaje empleado en ofertas laborales, pruebas de selección, tests psicotécnicos o entrevistas de trabajo puede reforzar y perpetuar la desigualdad. Para evitarlo, debe atenderse a la denominación y requisitos del puesto ofertado y al discurso empleado al describirlo.

Para la denominación del puesto o empleo en las ofertas de trabajo se debe emplear lenguaje inclusivo

Desde los años 80 la normativa europea, estatal y autonómica lleva recomendando el uso del lenguaje no sexista. Lo que eran recomendaciones se transforma en una obligación en la Ley 3/2007, la que se conoce como Ley de Igualdad, cuyo objetivo es «hacer efectivo el derecho de igualdad de trato y oportunidades entre mujeres y hombres, en particular mediante la eliminación de la discriminación de la mujer [...] singularmente en las esferas política, civil, **laboral,** económica, social y cultural». Por su parte, el artículo 35 del Real Decreto 3/2015, de 23 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Empleo, establece que «Los servicios públicos de empleo, sus entidades colaboradoras y las agencias de colocación en la gestión de la intermediación laboral deberán velar específicamente por evitar la **discriminación tanto directa como indirecta en el acceso al empleo»,** y en particular «se considerarán discriminatorias **las ofertas referidas a uno de los sexos».**

A partir de estas dos leyes, los planes de igualdad han entendido que el lenguaje sexista forma parte de los mecanismos de discriminación y han incluido el uso de lenguaje no sexista entre las medidas que garantizan la igualdad en el acceso al empleo o la contratación y en la clasificación profesional. Pese a que la RAE insiste en que no hay discriminación alguna en el uso de formas

masculinas para anunciar puestos de trabajo, las investigaciones contradicen esta doctrina[2].

Existen estudios que han puesto al descubierto que en general se solicita trabajo en mayor medida cuando los anuncios de empleo están redactados usando las formas femenina y masculina, mientras que cada uno de los sexos tiende a inhibirse más cuando están redactados de forma que tan solo el otro sexo figura expresamente. Muy especialmente, diversas investigaciones han revelado que las mujeres se sienten relegadas, sienten menor motivación, menor sentido de pertenencia y menor identificación con el puesto cuando en entrevistas de trabajo se menciona el puesto y sus categorías solo en masculino. Otros estudios demuestran que las ofertas de trabajo anunciadas en masculino exclusivamente *(Se necesita un ingeniero industrial)* despiertan en la mente de quienes las leen fundamentalmente imágenes de varón en el puesto. Las propias mujeres a veces se autoexcluyen de la oferta y está probado que hay menos solicitudes de mujeres a los puestos anunciados solo en masculino que a los puestos anunciados para ambos sexos de forma patente.

POR TANTO, POR IMPERATIVO LEGAL Y PARA NO CONTRIBUIR A MANTENER LA BRECHA DE GÉNERO, LAS OFERTAS DE EMPLEO O LAS PLAZAS DE PROMOCIÓN DEBEN IR REDACTADAS Y DIFUNDIDAS SIEMPRE ESPECIFICANDO QUE LA OFERTA ESTÁ DIRIGIDA A AMBOS SEXOS O MEDIANTE LENGUAJE INCLUSIVO:

NO	SÍ
SE NECESITAN DOS **INGENIEROS** INDUSTRIALES PARA **DIRECTORES TÉCNICOS** DEL DEPARTAMENTO DE EXPLOTACIÓN EMPRESA LOCALIZADA EN VALENCIA BUSCA **JEFE** DE RECURSOS HUMANOS. SE NECESITA **UN TITULADO** SUPERIOR CON MÁSTER Y MÁS DE 10 AÑOS DE EXPERIENCIA.	SE NECESITAN DOS **INGENIEROS/AS** INDUSTRIALES PARA LA DIRECCIÓN TÉCNICA DEL DEPARTAMENTO DE EXPLOTACIÓN EMPRESA LOCALIZADA EN VALENCIA BUSCA **JEFE O JEFA** DE RECURSOS HUMANOS. SE NECESITA **UNA PERSONA** CON TÍTULO SUPERIOR, MÁSTER Y MÁS DE 10 AÑOS DE EXPERIENCIA.

POR OTRA PARTE, EL COMPROMISO CON LA IGUALDAD Y CON EL USO DE LENGUAJE NO SEXISTA EXIGE TOMAR MEDIDAS NO DISCRIMINATORIAS EN MATERIA DE CLASIFICACIÓN PROFESIONAL, LO QUE INCLUYE LA REVISIÓN DE TODOS LOS NOMBRES DE PUESTOS Y/O CATEGORÍAS PROFESIONALES PARA ADOPTAR DENOMINACIONES NO SEXISTAS.

[2] *En todo caso, el alcance y valor normativo de una ley orgánica y de la legislación que a partir de ella se desarrolla siempre deben ser superiores al criterio de una institución cultural, por muy prestigiosa que esta sea, como es el caso de la RAE.*

Cambiar el discurso como interruptor de la desigualdad

No solo la denominación profesional, también la forma en la que se describe un cierto puesto o un trabajo puede ser uno de los mecanismos ocultos de construcción de la desigualdad laboral.

Se ha demostrado que los anuncios de ofertas de trabajo en áreas dominadas por los hombres emplean más términos asociados con los estereotipos masculinos (tales como *líder, competitivo, dominante, agresivo…*) que los anuncios en áreas donde predominan las mujeres. También se ha demostrado que esos términos hacen imaginar una mayor presencia de hombres en los trabajos y –lo que igualmente relevante – muchas mujeres tienden a considerar que los trabajos ofertados con esos términos resultan poco atractivos. No es que ellas se crean con menores capacidades para desarrollarlos, sino que sienten que tales puestos no les llaman la atención, que no van con ellas. Es fundamental evitar, pues, tales expresiones; al hacerlo, se logra aplicar un «interruptor de desigualdad».

Concebir un interruptor de desigualdad consiste en comprobar que en el proceso de oferta y contratación no existen sesgos que puedan disminuir las posibilidades de que las mujeres ingresen en la organización —interpretando el proceso desde la cultura femenina— y transformar el punto en el que se produzcan. Es relativamente sencillo y barato. Un interruptor de desigualdad puede ser tan simple como anunciar un empleo con una nueva redacción, de forma que acudan mujeres a las que el redactado masculinista tradicional alejaba: en lugar de un puesto que requiere «ambición, competitividad, agresividad», se puede colgar un anuncio que requiera «creatividad, satisfacción por el trabajo bien hecho» o «empatía y trabajo en equipo».

Sabemos que generalmente es a los hombres a quienes no les importa negociar las condiciones laborales; además los hombres piden más dinero que las mujeres cuando solicitan un trabajo. Para disminuir la brecha salarial de género, puede incluirse en la oferta de empleo las palabras «salario negociable». Una investigación demuestra que esas meras dos palabras pueden reducir la brecha salarial hasta un 45%. Sin ellas, las mujeres tienden a creer que el sueldo es inapelable y no procuran mejorarlo.

Se ha probado también que, en entrevistas de trabajo, ante una pregunta tan supuestamente neutral como «narre un logro personal que demuestre sus propias fortalezas», los hombres tienden a dar una respuesta orientada hacia el campo laboral, con lo que obtienen muchos puntos, mientras que las mujeres, por ejemplo, hablan de lo bien que han educado a sus hijos, inculcándoles ciertos valores. Ante ambas respuestas, se contrata a hombres antes que a mujeres. El interruptor de la desigualdad sería la eliminación de la palabra «logro personal» y sustituirlo por «un logro profesional».

04

SE DEBE REVISAR LA REDACCIÓN DE LAS DESCRIPCIONES Y PREGUNTAS DE LOS PROCESOS DE OFERTA DE TRABAJO Y CONTRATACIÓN PARA ELIMINAR SESGOS DE GÉNERO EN EL TEXTO.

POR EJEMPLO, ¿ES VERDADERAMENTE NECESARIO CONTAR CON UNA PERSONA *AGRESIVA*?

¿NO SE NECESITARÁ MÁS BIEN UNA PERSONA *EFICAZ, CAPAZ DE TOMAR DECISIONES DIFÍCILES* EN CUALQUIER CIRCUNSTANCIA?

NO	SÍ
SE NECESITA **DIRECTOR** COMERCIAL PERSONAL, **COMBATIVO, DISPUESTO** A TRABAJAR EN EQUIPO Y **DESEOSO** DE ENTREGARSE A SU TRABAJO.	SE NECESITA **DIRECTOR O DIRECTORA** COMERCIAL, **QUE NO SE RINDA ANTE LOS OBSTÁCULOS, CON DESEO DE ENTREGA A SU TRABAJO** Y **CAPACIDAD** DE TRABAJAR EN EQUIPO

La negociación colectiva

La negociación colectiva es la vía reguladora de las relaciones laborales y afecta directamente, por tanto, a las condiciones de trabajo de mujeres y hombres. Es en los convenios colectivos donde se pactan las condiciones que rigen la vida laboral y se incorporan medidas de mejora. En ellos se debe prestar especial cuidado a la redacción, dado que la incorporación de una palabra o una frase puede cambiar las condiciones laborales del personal afectado. Sabemos que la utilización de lenguaje sexista en los convenios colectivos llega a repercutir negativamente en las trabajadoras: como ya ha ocurrido, una empresa puede considerar que el masculino *(trabajadores, empleados…)* no incluye a las mujeres y a ellas no les afectan, por tanto, las mejoras salariales.

Las trabajadoras tienen derecho a que la redacción de los convenios colectivos reconozca su presencia y su contribución, sin discriminaciones. En consecuencia, debería exigirse que todo convenio colectivo utilizase un lenguaje no sexista que atendiera expresamente a la existencia femenina y emplease denominaciones profesionales no sexistas, tanto en las categorías y funciones profesionales como en la relación de puestos, tareas y salarios. De hecho, desde 2003[3], en los Acuerdos Interconfederales de Negociación Colectiva se recomienda la eliminación de denominaciones sexistas en la clasificación profesional (categorías, funciones y tareas).

Debe evitarse especialmente:

- La denominación de las categorías profesionales en masculino exclusivamente, porque ocultan la presencia femenina.
- Las fórmulas que evidencian la existencia de la segregación vertical y ayudan a mantenerla, como son:
  - La denominación de la mayoría de las categorías profesionales en masculino, pero en femenino las categorías o profesiones con mayor presencia de mujeres: *Encargado de fabricación, maestro cortador, guarnicero, oficiala, limpiadora.*
  - La denominación de la mayoría de las categorías profesionales en masculino, pero solo formas no sexistas para las categorías o

[2] *Véase, por ejemplo, BOE núm. 48, de 24 de febrero de 2007, página8071.*

profesiones con mayor presencia de mujeres: *Técnico de mantenimiento, Inspector, Controlador, Gruísta, Peón, Mozo, Enganchador, Limpiador/a.*

– La denominación de las categorías profesionales mediante formas asimétricas, utilizando el masculino para los puestos de más prestigio y el femenino (o el masculino y el femenino) para los jerárquicamente inferiores: director, secretaria de dirección --- *técnico superior, técnico medios, técnico/ca inferior --- Nivel 1: Ingenieros y licenciados. Nivel 2: Diplomatura y personal técnico de grado medio.*

- El uso del femenino en temas que, por los estereotipos tradicionales de género, parecen afectar a las mujeres (medidas sobre conciliación, por ejemplo), cuando en realidad afectan por igual a mujeres y hombres.

En todo caso, no resulta adecuada una nota al principio, final o a pie de página del convenio afirmando que el masculino representa a mujeres y a hombres. La nota no solo contraviene la legislación vigente sobre igualdad, sino que olvida que las investigaciones y la experiencia demuestran que el uso del masculino no siempre se presta a interpretaciones que incluyan a las mujeres.

Recomendaciones para la redacción de convenios colectivos

Es recomendable que:

- Todas las denominaciones de puestos, categorías y funciones profesionales aparezcan en masculino y femenino, como muestra de la igualdad de sus derechos.

- Todo el convenio esté redactado en lenguaje no sexista, soslayando el llamado masculino genérico. Pueden utilizarse nombres colectivos *(la plantilla, el personal)*, nombres abstractos *(la coordinación, la jefatura)*, formas femeninas y masculinas conjuntamente *(los empleados y empleadas, las trabajadoras y trabajadores)* o barras del tipo *empleados/as.*

  – Las denominaciones exclusivamente en masculino deberían dejarse para medidas destinadas por imperativo legal únicamente a hombres, como el permiso de paternidad.

  – Las denominaciones exclusivamente en femenino deberían dejarse para medidas destinadas por imperativo legal únicamente a mujeres, como la situación de víctima de violencia de género o embarazo o los permisos de maternidad.

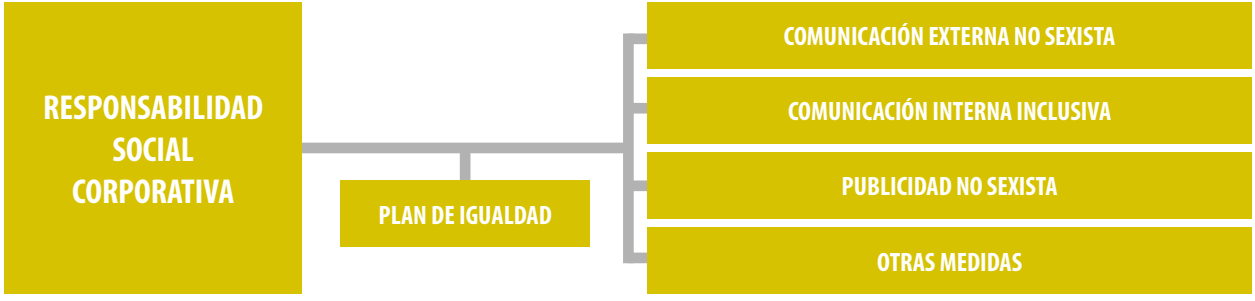
- El convenio contenga una cláusula que manifieste el compromiso de uso de lenguaje no sexista en las ofertas de empleo y en los puestos de promoción interna para señalar que ambos sexos están incluidos, con lo que deja patente su rechazo a la discriminación.

- El convenio contenga una cláusula en la que se manifieste explícitamente el uso del lenguaje no sexista como reflejo del compromiso con la igualdad.

La responsabilidad social corporativa como marca de la empresa

En el momento actual la igualdad es un elemento imprescindible para la gestión avanzada de una organización. A las compañías les conviene impulsar una cultura empresarial cuyas políticas, prácticas y procesos fomenten la igualdad como parte de la construcción de su propia marca corporativa.

Cuando las personas consumidoras de hoy en día tienen que elegir entre dos productos o servicios que compiten entre sí, no sólo atienden a su calidad, sino a la información que tienen sobre esas dos compañías. Se fijan en la letra pequeña del paquete y en los componentes de fabricación. Se preguntan por el origen de las materias primas que se utilizan y hasta por el país o localidad de origen de cada componente. También se interesan por la propiedad de la empresa y por sus políticas internas frente al personal, aspectos, todos, que agregan confianza al producto, y que influyen en la voluntad de consumir, o no, el producto o servicio. De ahí que en muchos países haya aumentado la preocupación por el impacto de las empresas en la sociedad (medio ambiente, igualdad, discriminación, etc.) y se persiga que tanto las empresas como cada trabajador o trabajadora a nivel personal se preocupen por su responsabilidad corporativa, de forma que se genere valor no solo para el accionariado sino para los grupos de interés y para la sociedad en general. Una manera de asumir la responsabilidad social corporativa es a través de planes de igualdad, ese conjunto de medidas que adopta una empresa tras un diagnóstico de su situación con los objetivos de eliminar la discriminación y alcanzar la igualdad



de trato y oportunidades entre mujeres y hombres. Entre tales medidas se encuentran el uso de lenguaje inclusivo en la comunicación externa e interna y la emisión de publicidad no sexista.

> Una buena práctica para lograr una marca corporativa responsable consiste en el reconocimiento explícito en el convenio colectivo y en el plan de igualdad del compromiso de utilizar lenguaje no sexista y no discriminar lingüísticamente a las mujeres. Algunas empresas incluso elaboran su propia guía de uso no sexista del lenguaje y lo cuelgan en su Web.

La comunicación Web y las redes sociales: imágenes y representaciones icónicas como marca corporativa

Una buena parte del diseño de marca corporativa se produce a través de imágenes y representaciones icónicas como fotografías, dibujos, siluetas, figuras o animaciones que utiliza una organización en sus campañas, su plataforma Web, redes sociales y en otras formas de promoción. Una marca corporativa socialmente responsable queda fijada, no solo gracias al texto redactado con criterios no sexistas, sino también gracias a los elementos visuales que se transmiten mediante las TIC. En consecuencia, para que una compañía genere una marca res-

ponsable necesita imágenes consistentes con tal responsabilidad social, dado que las imágenes pueden ser transmisoras de estereotipos y discriminación o convertirse en el medio idóneo para difundir nuevos modelos de conducta.

Para no caer en el sexismo, las imágenes de la publicidad y de las TIC deberían:

- Estar en consonancia con el mensaje no sexista correspondiente.
- Incluir un número equilibrado de hombres y mujeres, con trato simétrico en tamaño y jerarquía visual.
- Evitar imágenes de grupos humanos sin mujeres, incluso en ámbitos tradicionalmente monopolizados por los hombres.
- Evitar imágenes que representen oficios y profesiones sin mujeres, incluso en ámbitos masculinizados.
- Visibilizar la presencia y la diversidad de funciones, roles, aportaciones y logros de mujeres y hombres en el ámbito laboral, de forma que unas y otros realicen las mismas acciones, pueblen los mismos escenarios y manifiesten el mismo liderazgo.
- Evitar imágenes que reproduzcan los papeles y los estereotipos tradicionales (ellos: competitivos, activos, expertos, torpes con las labores domésticas y asociados al espacio público –ellas: en profesiones de baja consideración social, ineptas con las máquinas, poco informadas, pasivas y asociadas al espacio doméstico).
- Evitar imágenes de mujeres subordinadas a los hombres.
- Evitar especialmente la utilización de las mujeres como objetos sexuales o víctimas pasivas de la violencia.
- Evitar voces en *off* (que son voces de "autoridad") solo masculinas.

Además, las TIC deben facilitar el acceso a los contenidos que muestran el compromiso de la organización con la igualdad, minimizando el número de clics necesarios para llegar a ellos. Un ejemplo de buena práctica en ese sentido se puede encontrar en la Web de algunas organizaciones con iconos o enlaces visibles a la RSC (Responsabilidad Social Corporativa) o a sus políticas de personal que nos dirigen a su Plan de Igualdad y a su Guía de lenguaje no sexista.

Otro ejemplo de buena práctica es la alternancia de fotos o dibujos de mujeres y hombres, sin estereotipos ni subordinación, o la presentación de fotos o animaciones de mujeres y hombres de la plantilla realizando conjuntamente actividades laborales.

06

SE DEBE TAMBIÉN PRESTAR ESPECIAL ATENCIÓN AL LENGUAJE SEXISTA EN:		
	NO	SÍ
• EL SALUDO	BIENVENIDO A NUESTRO PORTAL	TE DAMOS LA BIENVENIDA A NUESTRO PORTAL ES UN PLACER DARTE LA BIENVENIDA A NUESTRO PORTAL
• LAS FÓRMULAS DE INTERPELACIÓN A LAS PERSONAS QUE VISITAN LA WEB CORPORATIVA	¿CANSADO DE BUSCAR Y NO ENCONTRAR?	¿NOTAS CIERTO CANSANCIO DE BUSCAR Y NO ENCONTRAR?
• LAS FÓRMULAS DE INTERPELACIÓN A LAS PERSONAS USUARIAS	IDENTIFÍCATE COMO USUARIO	IDENTIFÍCATE COMO PERSONA USUARIA IDENTIFÍCATE COMO USUARIA O USUARIO IDENTIFÍCATE COMO USUARIO/A
• LAS FÓRMULAS DE CONTACTO	CONTACTA CON NOSOTROS	CONTÁCTANOS /CONTACTO / BUZÓN DE CONTACTO
• LA AUTODENOMINACIÓN DE LA EMPRESA Y DE LAS PERSONAS QUE LA CONSTITUYEN	NOSOTROS ESTAMOS ORGULLOSOS DE LA CALIDAD DE NUESTRO TRABAJO	NOS ORGULLECEMOS DE LA CALIDAD DE NUESTRO TRABAJO ESTA EMPRESA SE ENORGULLECE DE LA CALIDAD DE SU TRABAJO

Las clientas, consumidoras y usuarias

Las mujeres constituyen el mercado emergente más grande del mundo, ya que controlan 30 trillones de dólares del consumo anual global. El impacto combinado de una igualdad cada vez mayor, una clase media femenina independiente y unas prioridades femeninas de gasto está llevando a un cambio fenomenal en los patrones de gasto en sectores que van desde la comida, el cuidado, la educación y el gasto infantil, a los servicios financieros o las contribuciones a las ONG. Tanto es así que la revista *The Economist* afirmó en 2010 que «El cambio en el poder adquisitivo de las mujeres es probablemente el mayor cambio social de nuestro tiempo»

Gracias a los estudios sobre el consumo femenino sabemos que mujeres y hombres no compran lo mismo, no votan al mismo partido, no compran a través de los mismos canales, no usan las mismas palabras de búsqueda en Google. Ellas tampoco desean ser servidas del mismo modo que ellos desean ser servidos. Si una empresa no tiene en cuenta estos elementos, no va a poder rentabilizar su negocio con ambos sexos. Cualquier empresa debe ser consciente de que la mitad de su clientela pueden ser mujeres, y ellas serán quizá quienes decidan la compra de un objeto o servicio.

Por tanto, es necesario (porque es más efectivo) tener siempre en mente a las potenciales clientas en la comunicación externa. Eso implica en primer lugar una publicidad no sexista: diseñar un marketing pensando en mujeres sin estereotipos y sin sexismo, partiendo de ellas y de sus necesidades, en lugar de adaptar productos diseñados para hombres. Ciertas empresas han reducido parte de su potencial clientela por sus anuncios sexistas. Frente al impacto negativo de la publicidad sexista, no tenemos más que ver el éxito de productos que han optado por la vía contraria. A las empresas les merece la pena el esfuerzo.

En segundo lugar, también significa utilizar lenguaje inclusivo. El lenguaje sexista ofende no solo a directivas y empleadas, sino a las clientas. Es inteligente implementar lenguaje no sexista teniendo en cuenta los cambios tecnológicos: pocas veces se tienen en cuenta los blogs, portales y páginas que visitan las niñas, chicas y mujeres; tampoco se recuerda la existencia femenina en las cartas y mensajes comerciales. Las ONG internacionales sí han hecho notar en sus cartas que las mujeres son las principales donantes; así mismo ha cambiado la correspondencia publicitaria dirigida a la compra de productos financieros (probablemente para no perder potenciales inversoras). Si la publicidad ignora a las mujeres, puede perder con ello clientas presentes o futuras.

EN LOS DOCUMENTOS CERRADOS, DIRIGIDOS A MUJERES U HOMBRES CONCRETOS, SE DEBE ADAPTAR EL DOCUMENTO A LA PERSONA RECEPTORA, PUESTO QUE SABEMOS SU SEXO.	
NO	**SÍ**
GRACIAS, RAQUEL. TE ESCRIBO EN NOMBRE DE TODO EL EQUIPO PARA AGRADECERTE QUE TE HAYAS CONVERTIDO EN **SOCIO** DEL PROYECTO Y QUE ESTÉS **DISPUESTO** A DEFENDER LOS DERECHOS HUMANOS Y EL MEDIO AMBIENTE.	GRACIAS, RAQUEL. TE ESCRIBO EN NOMBRE DE TODO EL EQUIPO PARA AGRADECERTE QUE TE HAYAS CONVERTIDO EN **SOCIA** DEL PROYECTO Y QUE ESTÉS **DISPUESTA** A DEFENDER LOS DERECHOS HUMANOS Y EL MEDIO AMBIENTE.

EN LOS DOCUMENTOS ABIERTOS, DIRIGIDOS A CUALQUIER PERSONA, ES CONVENIENTE UTILIZAR FÓRMULAS INCLUSIVAS QUE NO ESCONDAN LA PRESENCIA FEMENINA:

NO	SÍ
GRACIAS A **TODOS LOS QUE** OS HABÉIS CONVERTIDO EN **SOCIOS** DEL PROYECTO Y ESTÁIS **DISPUESTOS** A DEFENDER LOS DERECHOS HUMANOS Y EL MEDIO AMBIENTE.	GRACIAS A **QUIENES** OS HABÉIS **UNIDO** AL PROYECTO Y HABÉIS MOSTRADO VUESTRA **DISPOSICIÓN** A DEFENDER LOS DERECHOS HUMANOS Y EL MEDIO AMBIENTE. GRACIAS A **TODAS LAS PERSONAS** QUE OS HABÉIS CONVERTIDO EN **SOCIAS** DEL PROYECTO Y ESTÁIS **DISPUESTAS** A DEFENDER LOS DERECHOS HUMANOS Y EL MEDIO AMBIENTE.

EL LENGUAJE Y LAS IMÁGENES SEXISTAS EN LA WEB, LA PUBLICIDAD SEXISTA Y EL OLVIDO DE LA EXISTENCIA FEMENINA EN LA PROPAGANDA Y EN LA COMUNICACIÓN EXTERIOR PUEDEN ALEJAR A POTENCIALES CLIENTAS

SE DEBE RECORDAR ALGO TAN BÁSICO COMO QUE EL ENCABEZAMIENTO DE LA PROPAGANDA COMERCIAL Y DE TODOS LOS MENSAJES A PERSONAS USUARIAS O A POSIBLE CLIENTELA DEBERÍA SER NO SEXISTA:

ESTIMADA SEÑORA, ESTIMADO SEÑOR

ESTIMAD@ CLIENTE

El lenguaje no sexista: evitar el masculino genérico

En páginas anteriores se ha argumentado que la normativa y la búsqueda de la igualdad en el ámbito laboral aconsejan el uso no sexista del lenguaje. La definición política y legal de lo que la normativa entiende por lenguaje no sexista incluye (pero no de manera exclusiva) «el uso normativo del masculino genérico omnicomprensivo, que relega al femenino a una posición de subidentificación o inexistencia»[4]. Asimismo, la magistrado del Tribunal Constitucional María Luisa Balaguer o juristas como Ana María de la Encarnación Valcárcel y Fernando Centenera Sánchez-Seco han señalado que por «lenguaje sexista» en el ámbito del Derecho se debe entender fundamentalmente la utilización del masculino genérico para hacer referencia a mujeres y hombres.

A continuación, figuran unas propuestas para redactar textos sin expresiones sexuadas en masculino genérico, que no invisibilizan ni a hombres ni a mujeres y que recurren a los mecanismos que la lengua española pone a nuestra disposición. Debe entenderse que no siempre son aplicables (p.ej.: el sustantivo colectivo *plantilla* no puede sustituir a *trabajadores* en la frase «Cada año promocionarán los dos **trabajadores** de mayor edad»). El sentido común seguramente será una buena ayuda para decidir en qué circunstancia lo son.

¿En qué tipo de documentos pueden las empresas aplicar estas recomendaciones?

- En documentos internos (informes anuales, memorias, planes, informes de gestión, memorándums, revistas y boletines, intranet, comunicados internos, circulares, anuncios, convocatorias, actas de reuniones, manuales técnicos, protocolos, nóminas, contratos, etc.);
- en comunicaciones externas (Internet, notas de prensa, medios propios, folletos publicitarios, identidad corporativa y sus documentos, publicidad y marketing);
- en el reclutamiento y la selección de personal (convocatorias para promoción interna, anuncios de ofertas de trabajo, contratos de trabajo, convenios, reglamentos...);
- en documentos para clientes (contratos, facturas, documentos de cobro, correspondencia en papel y virtual).

[4] *Ley 1/2010, de 26 de febrero, canaria de igualdad entre mujeres y hombres.*

Técnicas de redacción con lenguaje inclusivo

1. UTILIZAR LENGUAJE NO SEXISTA DESDE LAS PRIMERAS FASES DE REDACCIÓN

La primera y más importante propuesta consiste en utilizar lenguaje no sexista desde las primeras fases de redacción, y no dejarlo para la fase de corrección final. Por los principios de cohesión y coherencia textual y para que el resultado sea un texto elegante y eficaz, las elecciones no sexistas deben estar presentes desde el comienzo de la redacción.

Si se utiliza un texto redactado previamente o una plantilla, nunca hay que limitarse a cambiar frases sueltas: se debe leer antes íntegramente, corregirlo, trabajarlo en pasajes extensos y volver a leer el texto en su totalidad una vez aplicado el lenguaje inclusivo, puesto que probablemente se necesitarán enmiendas adicionales a la redacción

2. EMPLEO DE LAS FORMAS FEMENINA Y MASCULINA O MASCULINA Y FEMENINA

La utilización expresa de la forma femenina es requisito indispensable cuando se desea hacer visible la presencia femenina, por ejemplo, en ofertas de empleo, o cuando una organización busca atraer a mayor número de mujeres, resaltar sus políticas de igualdad, hacer constar los logros de sus trabajadoras o publicitar la diversidad en sus filas.

La mención conjunta de la forma masculina y la forma femenina de los sustantivos, si es abusiva, se hace muy tediosa, por lo que es recomendable alternarla con otras técnicas y revisar los textos para hacerlos más ligeros. En el caso de que se decida utilizar la doble forma, se recomienda alternar el orden de precedencia del masculino o del femenino a lo largo del texto Ejemplos:

El trabajador o trabajadora dispondrá de un plazo de treinta días

Para reducir el tiempo que trabajadoras y trabajadores pasan en situación de desempleo

Barras

Como norma general, no es aconsejable utilizar la barra *(trabajador/a),* puesto que supone un obstáculo para la lectura fluida. Pero las barras son un recurso admisible en impresos, en listas de puestos de trabajo o de integrantes de comisiones, en la descripción de cargos unipersonales y sus funciones, o en textos en los que exista escasez de espacio y no estén destinados a ser leídos en voz alta. Ejemplos:

Se exigirá estar en posesión de título universitario para los puestos que se indican a continuación: Director/a, coordinador/a, coordinador/a de formación, jefe/a de estudios y profesor/a de compensatoria.

La agencia tendrá un/a secretario/a general no consejero/a, que deberá ostentar la condición de funcionario/a de carrera y estar en posesión de la licenciatura o el grado de Derecho. Además de las funciones que le correspondan, asistirá como secretario/a a los plenos y actuará con voz pero sin voto.

Arroba

La arroba debe limitarse a textos informales en la comunicación interna, pero también puede recurrirse a ella en la publicidad y en algunas ofertas de empleo, puesto que su aceptación en la generación alfabetizada informáticamente es notable.

La concordancia de adjetivos y artículos con las formas femenina-masculina o masculina-femenina

Cuando se utilicen las formas masculina y femenina, se evitará la doble concordancia de género en artículos, sustantivos y adjetivos. Así, frente a «*Los veterinarios colegiados y las veterinarias colegiadas serán los o las que determinen...*», resulta más fluido un único adjetivo concordado con el sustantivo más próximo: «Serán veterinarias y veterinarios colegiados quienes determinen...».Resulta muy eficaz anteponer el femenino (con o sin su determinante) y concordar los adjetivos o participios que siguen en masculino:

En algunos casos, las formas femenina y masculina no necesitan determinante, por lo que se puede prescindir de él.

NO	SÍ
RECIBIRÁN INFORMACIÓN O ASESORAMIENTO, BIEN EN SU IDIOMA O POR MEDIO DE **UN TRADUCTOR PROPORCIONADO** POR EL SERVICIO CÁNTABRO DE EMPLEO.	RECIBIRÁN INFORMACIÓN O ASESORAMIENTO, BIEN EN SU IDIOMA O POR MEDIO DE **TRADUCTORA O TRADUCTOR PROPORCIONADO** POR EL SERVICIO CÁNTABRO DE EMPLEO.
SE DEBERÁ TENER SUSCRITO UN ACUERDO PERSONAL DE EMPLEO CON **UN TUTOR ASIGNADO O UNA TUTORA ASIGNADA**	SE DEBERÁ TENER SUSCRITO UN ACUERDO PERSONAL DE EMPLEO CON **UNA TUTORA O TUTOR ASIGNADO**
LOS ALUMNOS SELECCIONADOS DEBERÁN MANTENER LOS REQUISITOS DE SELECCIÓN A LA FECHA DE SU INCORPORACIÓN.	**LAS ALUMNAS Y ALUMNOS SELECCIONADOS** DEBERÁN MANTENER LOS REQUISITOS DE SELECCIÓN A LA FECHA DE SU INCORPORACIÓN.
HOY HACEN HUELGA **LOS TRABAJADORES** DE RENFE	HOY HACEN HUELGA **TRABAJADORES Y TRABAJADORAS** DE RENFE
LA AGENCIA TENDRÁ **UN SECRETARIO GENERAL NO CONSEJERO,** QUE DEBERÁ OSTENTAR LA CONDICIÓN DE **FUNCIONARIO** DE CARRERA Y ESTAR EN POSESIÓN DE LA LICENCIATURA O EL GRADO DE DERECHO. ADEMÁS DE LAS FUNCIONES QUE LE CORRESPONDAN, ASISTIRÁ COMO **SECRETARIO** A LOS PLENOS Y ACTUARÁ CON VOZ PERO SIN VOTO.	LA AGENCIA TENDRÁ **UNA SECRETARIA O SECRETARIO GENERAL NO CONSEJERO,** QUE DEBERÁ OSTENTAR LA CONDICIÓN DE **FUNCIONARIO** DE CARRERA Y ESTAR EN POSESIÓN DE LA LICENCIATURA O EL GRADO DE DERECHO. ADEMÁS DE LAS FUNCIONES QUE LE CORRESPONDAN, ASISTIRÁ COMO **SECRETARIO O SECRETARIA** A LOS PLENOS Y ACTUARÁ CON VOZ PERO SIN VOTO.

3. EMPLEO DE APOSIONES *(mujeres y hombres, hombre o mujer, etc.)* DESPUÉS DEL MASCULINO GENÉRICO.

Ejemplos: «Se recomienda que cada empleado, hombre o mujer, sea consciente»

«Lo ideal es que los técnicos de mantenimiento, mujeres u hombres, tengan flexibilidad de horario»

«Pueden solicitar la ayuda todos los trabajadores, de uno u otro sexo»

4. UTILIZACIÓN DE SUSTANTIVOS NO SEXUADOS *(p.ej.: persona)* O COLECTIVOS *(p.ej.: alumnado, funcionariado)*

Ejemplo: *«el interesado»*, *«los andaluces»*, *«los profesores»*

Propuesta de cambio: «la persona interesada», «el pueblo andaluz», «el profesorado»

NO	SÍ
LOS FUNCIONARIOS DE CANTABRIA SE REUNIRÁN EN ASAMBLEA	**EL FUNCIONARIADO** DE CANTABRIA SE REUNIRÁ EN ASAMBLEA
LA MODIFICACIÓN DE LA JORNADA DE TRABAJO Y HORARIO TIENE QUE SER NOTIFICADA POR LA EMPRESA **A LOS TRABAJADORES AFECTADOS** CON UNA ANTELACIÓN MÍNIMA DE TREINTA DÍAS.	LA MODIFICACIÓN DE LA JORNADA DE TRABAJO Y HORARIO TIENE QUE SER NOTIFICADA POR LA EMPRESA **AL PERSONAL AFECTADO** CON UNA ANTELACIÓN MÍNIMA DE TREINTA DÍAS.
SE PODRÁ APORTAR CUALQUIER TIPO DE DOCUMENTACIÓN QUE, A JUICIO **DEL PETICIONARIO,** PUEDA JUSTIFICAR LA SOLICITUD	SE PODRÁ APORTAR CUALQUIER TIPO DE DOCUMENTACIÓN QUE, A JUICIO **DE LA PERSONA PETICIONARIA,** PUEDA JUSTIFICAR LA SOLICITUD
EL 20% DEL TOTAL DE **LOS TRABAJADORES** PODRÁN CONVOCAR LA REALIZACIÓN DE ASAMBLEAS	EL 20% DEL TOTAL DE **LA PLANTILLA** PODRÁ CONVOCAR LA REALIZACIÓN DE ASAMBLEAS
SE PRETENDE MEJORAR LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES DE **LOS TRABAJADORES ACTIVOS**	SE PRETENDE MEJORAR LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES DE **LA POBLACIÓN ACTIVA**

5. UTILIZACIÓN DE CONSTRUCCIONES METONÍMICAS O ABSTRACTAS:

Ejemplo: *«los directores», «el presidente de la Comisión», «los abogados»*

Propuesta: «la dirección», «la presidencia de la Comisión», «la abogacía»

NO	SÍ
ESTÁN REUNIDOS **TODOS LOS TRABAJADORES DE CONTABILIDAD.**	ESTÁ REUNIDO **TODO EL DEPARTAMENTO DE CONTABILIDAD.**
TENDRÁN QUE TOMAR MEDIDAS **LOS CONSEJEROS** DEL GOBIERNO DE CANTABRIA AFECTADOS.	TENDRÁN QUE TOMAR MEDIDAS **LAS CONSERJERÍAS** DEL GOBIERNO DE CANTABRIA AFECTADAS.
PUEDE SOLICITAR **ABOGADO** DEL TURNO DE OFICIO GRATUITO ANTE LOS SERVICIOS DE ORIENTACIÓN JURÍDICA	PUEDE SOLICITAR **ASISTENCIA JURÍDICA** DEL TURNO DE OFICIO GRATUITO ANTE LOS SERVICIOS DE ORIENTACIÓN JURÍDICA
SE DELEGA EN **LOS JEFES** DE ÁREA COMPETENTES LA RESOLUCIÓN DE LAS INCIDENCIAS.	SE DELEGA EN **LAS JEFATURAS** DE ÁREA COMPETENTES LA RESOLUCIÓN DE LAS INCIDENCIAS.
SE ENTIENDE POR EMPRESA SOCIAL AQUELLA EMPRESA QUE TIENE COMO OBJETIVO PRIMORDIAL LA CONSECUCIÓN DE IMPACTOS SOCIALES MENSURABLES Y POSITIVOS, EN LUGAR DE GENERAR BENEFICIOS PARA SUS **PROPIETARIOS, SOCIOS Y ACCIONISTAS**	SE ENTIENDE POR EMPRESA SOCIAL AQUELLA EMPRESA QUE TIENE COMO OBJETIVO PRIMORDIAL LA CONSECUCIÓN DE IMPACTOS SOCIALES MENSURABLES Y POSITIVOS, EN LUGAR DE GENERAR BENEFICIOS PARA **LA PROPIEDAD, LA SOCIEDAD Y SU ACCIONARIADO.**
LOS TRADUCTORES DEL DOCUMENTO HAN SIDO…	**LA TRADUCCIÓN** DEL DOCUMENTO HA ESTADO A CARGO DE…

6. UTILIZACIÓN DE PERÍFRASIS

Ejemplo: *«los médicos»*

Propuesta: «las personas que ejercen la medicina», «quienes ejercen la medicina»

NO	SÍ
LOS SOLICITANTES DE ESTA AYUDA DEBERÁN TENER UNA EDAD COMPRENDIDA ENTRE LOS 25 Y 45 AÑOS.	**QUIENES SOLICITEN** ESTA AYUDA DEBERÁN TENER UNA EDAD COMPRENDIDA ENTRE LOS 25 Y 45 AÑOS.
LAS CITACIONES A **LOS CANDIDATOS PRESELECCIONADOS** PARA ACUDIR A LA OFICINA DE EMPLEO SE EFECTUARÁN A TRAVÉS DE CORREO ELECTRÓNICO O POSTAL.	SE CITARÁ A LA OFICINA DE EMPLEO A **QUIENES SE HAYA PRESELECCIONADO** MEDIANTE CORREO ELECTRÓNICO O POSTAL.
LOS COLEGIOS PROFESIONALES EXIGIRÁN A SUS **COLEGIADOS** LA ACREDITACIÓN DE EXPERIENCIA SUFICIENTE O LA SUPERACIÓN DE LOS CURSOS FORMATIVOS ESPECÍFICOS.	LOS COLEGIOS PROFESIONALES EXIGIRÁN A **LAS PERSONAS QUE SE HAYAN COLEGIADO** LA ACREDITACIÓN DE EXPERIENCIA SUFICIENTE O LA SUPERACIÓN DE LOS CURSOS FORMATIVOS ESPECÍFICOS.
LOS TRABAJADORES **AFECTADOS** DE MANERA INDIVIDUAL POR LA MODIFICACIÓN SUSTANCIAL DE LAS CONDICIONES DE TRABAJO PUEDEN…	LOS TRABAJADORES O TRABAJADORAS **A QUIENES AFECTE** DE MANERA INDIVIDUAL LA MODIFICACIÓN SUSTANCIAL DE LAS CONDICIONES DE TRABAJO PUEDEN…

7. UTILIZACIÓN DE ESTRUCTURAS CON «SE»

Ejemplo: «Para poder solicitar esta ayuda de estudios, el trabajador deberá demostrar…»

Propuesta: «Para poder solicitar la ayuda de estudios, se deberá demostrar…»

NO	SÍ
LOS SOLICITANTES PODRÁN RECIBIR COMO MÁXIMO LAS SIGUIENTES CANTIDADES	**SE PODRÁ RECIBIR** COMO MÁXIMO LAS SIGUIENTES CANTIDADES
PODRÁN SER INCORPORADOS AL PROGRAMA LOS ASPIRANTES QUE REÚNAN LOS REQUISITOS EXIGIDOS.	SE PODRÁ INCORPORAR AL PROGRAMA CUALQUIER ASPIRANTE QUE REÚNA LOS REQUISITOS EXIGIDOS.
EXCEPCIONALMENTE SERÁN **ADMITIDOS** QUIENES SE ENCUENTREN EN ESTAS SITUACIONES.	EXCEPCIONALMENTE **SE ADMITIRÁ** A QUIENES SE ENCUENTREN EN ESTAS SITUACIONES.
PARA SER **BENEFICIARIOS** DEL PROGRAMA, SE DEBERÁ SOLICITARLO Y SUSCRIBIR EL COMPROMISO DE ACTIVIDAD.	PARA **PODER BENEFICIARSE** DEL PROGRAMA, SE DEBERÁ SOLICITARLO Y SUSCRIBIR EL COMPROMISO DE ACTIVIDAD.

8. UTILIZACIÓN DEL IMPERATIVO O DE FORMAS DE TRATAMIENTO EN SEGUNDA PERSONA (deberás realizar...; usted deberá realizar...), EN LUGAR DE TERCERA PERSONA (los candidatos deberán realizar…)

Ejemplo: «INSTRUCCIONES: *El candidato* debe enviar su currículum a la dirección indicada»

Propuesta: «*INSTRUCCIONES:* Envíe su currículum a la dirección indicada»

NO	SÍ
PARA PODER EXPLOTAR CORRECTAMENTE LOS RESULTADOS DE LE ENCUESTA ES NECESARIO QUE SE RESPONDAN A LAS SIGUIENTES PREGUNTAS, QUE CONFIGURAN **EL PERFIL DE USUARIO**	PARA PODER EXPLOTAR CORRECTAMENTE LOS RESULTADOS DE LE ENCUESTA ES NECESARIO QUE **RESPONDAS** A LAS SIGUIENTES PREGUNTAS, QUE CONFIGURARÁN **TU PERFIL**
LOS INTERESADOS DEBERÁN PRESENTAR SU CV EN LAS OFICINAS DE EMPLEO.	**SI TE INTERESA, PRESENTA** TU CV EN LAS OFICINAS DE EMPLEO.

9. UTILIZACIÓN DE DETERMINANTES SIN MARCA DE GÉNERO [su(s), tu(s), cada, cualquier, la totalidad de..., la mayoría de..., una parte de…, el resto de…]

Ejemplo: «*Todos los* miembros del comité recibirán la información por escrito»

Propuesta: «Cada miembro del comité recibirá la información por escrito»

NO	SÍ
LOS COLEGIOS, Y **LOS PROFESIONALES** QUE LOS INTEGRAN, CONSTITUYEN EL EJE FUNDAMENTAL SOBRE EL QUE SE ARTICULA EL SERVICIO DE ASISTENCIA JURÍDICA GRATUITA.	LOS COLEGIOS, Y **SUS** PROFESIONALES, CONSTITUYEN EL EJE FUNDAMENTAL SOBRE EL QUE SE ARTICULA EL SERVICIO DE ASISTENCIA JURÍDICA GRATUITA.
SE ADQUIERE EL COMPROMISO DE PROCURAR QUE EL PAGO POR LOS SERVICIOS DE ASISTENCIA JURÍDICA GRATUITA SEA ABONADO **A LOS PROFESIONALES** QUE LO HAYAN PRESTADO.	SE ADQUIERE EL COMPROMISO DE PROCURAR QUE EL PAGO POR LOS SERVICIOS DE ASISTENCIA JURÍDICA GRATUITA SEA ABONADO A L**A TOTALIDAD DE PROFESIONALES** QUE LO HAYAN PRESTADO.
LA MODIFICACIÓN DE LA JORNADA DE TRABAJO Y HORARIO TIENE QUE SER NOTIFICADA POR LA EMPRESA AL PERSONAL AFECTADO Y A L**OS REPRESENTANTES LEGALESDE LOS TRABAJADORES** CON UNA ANTELACIÓN MÍNIMA DE TREINTA DÍAS.	LA MODIFICACIÓN DE LA JORNADA DE TRABAJO Y HORARIO TIENE QUE SER NOTIFICADA POR LA EMPRESA AL PERSONAL AFECTADO Y A **SUS REPRESENTANTES LEGALES** CON UNA ANTELACIÓN MÍNIMA DE TREINTA DÍAS.
LA PUNTUACIÓN OTORGADA POR LA COMISIÓN DE VALORACIÓN EN LA ENTREVISTA SE SUMARÁ A LA PUNTUACIÓN OBTENIDA POR **LOS CANDIDATOS** EN EL APARTADO DE EVALUACIÓN, A FIN DE OBTENER, COMO RESULTADO, LA PUNTUACIÓN FINAL DEL PROCESO DE SELECCIÓN.	LA PUNTUACIÓN OTORGADA POR LA COMISIÓN DE VALORACIÓN EN LA ENTREVISTA SE SUMARÁ A LA PUNTUACIÓN OBTENIDA POR **CADA ASPIRANTE** EN EL APARTADO DE EVALUACIÓN, A FIN DE OBTENER, COMO RESULTADO, LA PUNTUACIÓN FINAL DEL PROCESO DE SELECCIÓN.
LA EMPRESA SE COMPROMETE A NO UTILIZAR EL CURRÍCULUM VITAE **DE LOS CANDIDATOS,** O CUALQUIER OTRA INFORMACIÓN FACILITADA POR **LOS MISMOS** PARA FINES DISTINTOS A LA COBERTURA DE LOS PUESTOS DE TRABAJO OFERTADOS.	LA EMPRESA SE COMPROMETE A NO UTILIZAR NINGUNA INFORMACIÓN FACILITADA POR CANDIDATAS Y CANDIDATOS, NI **SU** CURRÍCULUM VITAE PARA FINES DISTINTOS A LA COBERTURA DE LOS PUESTOS DE TRABAJO OFERTADOS.
SEGÚN HAN DENUNCIADO **MUCHOS DELEGADOS**	SEGÚN HA DENUNCIADO **UNA MAYORÍA DE REPRESENTANTES**

10. UTILIZACIÓN DE LOS RELATIVOS quien o quienes, EN LUGAR DE: *el que, los que, el cual, los cuales, aquel que, aquellos que*

Ejemplo: «Obtienen mejor puntuación *los que* preparan la entrevista»

Propuesta: «Obtienen mejor puntuación quienes preparan la entrevista»

NO	SÍ
LA AYUDA SERÁ PARA **LOS QUE** PERCIBAN HASTA 22.000 EUROS DE RETRIBUCIONES ÍNTEGRA.	LA AYUDA SERÁ PARA **QUIENES** PERCIBAN HASTA 22.000 EUROS DE RETRIBUCIONES ÍNTEGRAS
LA EXENCIÓN NO SERÁ APLICABLE A **AQUELLOS CONTRIBUYENTES QUE** PERCIBAN RENDIMIENTOS	LA EXENCIÓN NO SERÁ APLICABLE A **QUIENES** PERCIBAN RENDIMIENTOS
PARA **TODO AQUEL QUE** BUSCA ACTIVAMENTE UNA OPORTUNIDAD EN EL MERCADO DE TRABAJO	PARA **QUIEN** BUSCA ACTIVAMENTE UNA OPORTUNIDAD EN EL MERCADO DE TRABAJO

11. SUSTITUCIÓN DEL ADJETIVO O PARTICIPIO POR UN SUSTANTIVO

Ejemplo: «Estamos *comprometidos* con la sostenibilidad y el medio ambiente»

Propuesta: «Tenemos un compromiso con la sostenibilidad y el medio ambiente»

NO	SÍ
SI RESULTASE **PERJUDICADO**	SI SE DERIVASE **PERJUICIO**
QUIENES TENGAN DIVERSIDAD FUNCIONAL O SEAN **PRESUNTOS INCAPACES**	QUIENES TENGAN DIVERSIDAD FUNCIONAL O **PRESUNTA INCAPACIDAD**
LA EMPRESA SE COMPROMETE A MANTENER LOS TÉRMINOS ACORDADOS EN ESTA OFERTA Y ATENDER A LOS CANDIDATOS DEL SERVICIO CÁNTABRO DE EMPLEO **DEBIDAMENTE ACREDITADOS.**	LA EMPRESA SE COMPROMETE A MANTENER LOS TÉRMINOS ACORDADOS EN ESTA OFERTA Y ATENDER A LOS CANDIDATOS Y CANDIDATAS DEL SERVICIO CÁNTABRO DE EMPLEO **QUE PRESENTEN LA DEBIDA ACREDITACIÓN.**
AL ESTAR **OBLIGADOS** A PRACTICAR RETENCIONES	AL TENER **LA OBLIGACIÓN** DE PRACTICAR RETENCIONES

12. SUSTITUCIÓN DEL SUSTANTIVO, ADJETIVO O PARTICIPIO POR UN VERBO ACTIVO

Ejemplo: «Tanto si eres usuario del metro para venir a trabajar como si no lo eres»

Propuesta de cambio: «Tanto si usas el metro para venir a trabajar como si no»

NO	SÍ
SE PRESENTARÁ UN INFORME EN EL QUE SE HARÁ CONSTAR SI ES **MERECEDOR** O NO DEL DERECHO A AYUDAS.	SE PRESENTARÁ UN INFORME EN EL QUE SE HARÁ CONSTAR SI **MERECE** O NO EL DERECHO A AYUDAS.
REQUISITO: NO HABER SIDO **BENEFICIARIO** DE LA RENTA ACTIVA DE INSERCIÓN.	REQUISITO: NO **HABER PERCIBIDO** LA RENTA ACTIVA DE INSERCIÓN.
SI LA SENTENCIA DECLARA LA MODIFICACIÓN INJUSTIFICADA Y RECONOCE EL DERECHO DEL TRABAJADOR A **SER REPUESTO** A SUS CONDICIONES DE TRABAJO ANTERIORES	SI LA SENTENCIA DECLARA LA MODIFICACIÓN INJUSTIFICADA Y RECONOCE EL DERECHO DEL TRABAJADOR O TRABAJADORA A **VOLVER** A SUS CONDICIONES DE TRABAJO ANTERIORES
SE DESTINARÁ A CUBRIR LOS GASTOS DE GUARDERÍA DE MENORES **NO ESCOLARIZADOS**	SE DESTINARÁ A CUBRIR LOS GASTOS DE GUARDERÍA DE MENORES **SIN ESCOLARIZAR**
SE DARÁN INSTRUCCIONES PRECISAS **A LOS MANIFESTANTES**	SE DARÁN INSTRUCCIONES PRECISAS **PARA MANIFESTARSE**
ES NECESARIO QUE **EL USUARIO** PRESTE ATENCIÓN	ES NECESARIO **PRESTAR** ATENCIÓN

13. ELIMINACIÓN DE LOS MASCULINOS (ARTÍCULOS, SUSTANTIVOS, PRONOMBRES…) DE LOS QUE SE PUEDA PRESCINDIR

Ejemplo: «Para *los* tripulantes de los buques inscritos» Propuesta de cambio: «Para tripulantes de los buques inscritos»

NO	SÍ
EL IMPORTE DE LA SUBVENCIÓN SE DESTINARÁ A CUBRIR LOS GASTOS DE LA GUARDERÍA DE **LOS** DESCENDIENTES MENORES DE **LOS** PARTICIPANTES, ASÍ COMO LOS GASTOS GENERADOS POR EL CUIDADO DE **LOS** ASCENDIENTES.	EL IMPORTE DE LA SUBVENCIÓN SE DESTINARÁ A CUBRIR LOS GASTOS DE LA GUARDERÍA DE **LOS** DESCENDIENTES MENORES DE **LOS** PARTICIPANTES, ASÍ COMO LOS GASTOS GENERADOS POR EL CUIDADO DE **LOS** ASCENDIENTES.
EL REGLAMENTO APUESTA POR LA ADECUADA FORMACIÓN DE **LOS** PROFESIONALES	EL REGLAMENTO APUESTA POR LA ADECUADA FORMACIÓN DE **LOS** PROFESIONALES

Bibliografía

Balaguer Callejón, María Luisa. 2008. «Género y lenguaje. Presupuestos para un lenguaje jurídico igualitario», *Revista de Derecho Político,* nº 73, septiembre- diciembre, pp. 71-100.

Bengoechea, Mercedes. 2015. *Lengua y género.* Madrid: Síntesis.

Bravo Sueskun, Carmen (Dir.) y Eva Antón Fernández. 2010. *Guía para un uso del lenguaje no sexista en las relaciones laborales y en el ámbito sindical (Guía para delegadas y delegados).* Madrid: Secretaría Confederal de la Mujer de CC.OO., 3ª edición. http://www.ccoo.es/90d8bed6981ff07defd110ea871863a0000001.pdf

Cámara Oficial de Comercio e Industria de Madrid. 2007. *Guía para la implantación de un plan de igualdad en las pymes al amparo de la nueva ley de igualdad.* http://www.igualdadenlaempresa.es/enlaces/webgrafia/docs/camara-oficial-de-comercio-e-industria-de-madrid-2007.pdf

Centenera Sánchez-Seco, Fernando. 2007. «La redacción del Reglamento de Facultad: un paso más hacia una universidad de mujeres y hombres». *Anuario de la Facultad de Derecho de la Universidad de Alcalá,* pp. 11-37.

Centenera Sánchez-Seco, Fernando. 2011. «¿A qué hace referencia la ley orgánica 3/2007 de igualdad en su articulado relativo al ámbito lingüístico?». *Revista Telemática de Filosofía del Derecho,* nº 14, pp. 137-157.

CC.OO. 2007. *Guía de buenas prácticas para el uso de un lenguaje no sexista en la negociación colectiva. Guía para delegadas y delegados.* Secretaría Confederal de la Mujer de CC.OO. http://www.ccoo.us.es/uploads/descargas/igualdad/publicaciones/guia%20de%20lenguaje%20no%20sexista%20-%20ccoo.pdf

CC.OO. (Carmen Bravo Sueskun (dir.) y Eva Antón Fernández). 2010. *Guía para un uso del lenguaje no sexista en las relaciones laborales y en el ámbito sindical. Guía para delegadas y delegados.* Secretaría Confederal de la Mujer de CC.OO.http://www.ib.ccoo.es/comunes/recursos/12/doc27432_Guia_para_un_uso_del_lenguaje_no_sexista_en_las_relaciones_laborales_y_en_el_ambito_sindical.pdf

Encarnación (de la) Valcárcel, Ana María. 2008. «La perspectiva de género en las políticas públicas», en T. Sala Franco [et alt.] (coord.), *Comentarios a la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo para la igualdad efectiva de mujeres y hombres,* Madrid: La Ley, pp. 152, 153.

Gaucher, Danielle, Friesen, Justin y Kay, Aaron. 2011. «Evidence that gendered wording in job advertisements exists and sustains gender inequality». *Journal of Personality and Social Psychology,* 101, nº 1, pp. 109-128.

Instituto de la Mujer. *Kit para la implantación de medidas. Nº 3. Guía práctica de comunicación incluyente.* http://www.igualdadenlaempresa.es/recursos/herramientas/docs/Kit_03_Comunicacion_Incluyente.pdf

Instituto de la Mujer. 2006. *Nombra.en.red.* http://www.inmujer.gob.es/servRecursos/formacion/materiales/nombraEnRed.htm

Kaufman, Gayle y White, Damian. 2015. «What Makes a "Good Job"? Gender Role Attitudes and Job Preferences in Sweden». *Gender Issues,* 32, nº 4. DOI 10.1007/s12147-015-9145-2

Leibbrandt, Andreas y List, John. 2012. «Do Women Avoid Salary Negotiations? Evidence from a Large Scale Natural Field Experiment». *NBER Working Paper,* nº 18511, November. http://www.nber.org/papers/w1851

Stout, Jane G., y Dasgupta, Nilanjana. 2011. «When he doesn't mean you: Gender-exclusive language as ostracism».*Personality and Social Psychology Bulletin,* nº 37, pp. 757–769.

UGT. 2008. *Guía Sindical de lenguaje no sexista.* Secretaría de Igualdad de la UGT de Madrid.http://mujervisible.eu/documentos/Guia_Sindical_Lenguaje_no_Sexista_UGT.pdf

Glosario

Brecha (salarial) de género. Diferencia entre los salarios percibidos por las mujeres (más bajos) y por los hombres (más altos). Se produce por la desigualdad de salarios al desempeñar el mismo tipo de trabajo o por dedicarse las mujeres a cierto tipo de trabajos mal remunerados y considerados «feminizados» o «femeninos».

Conciliación. Propiciar las condiciones para que, tanto hombres como mujeres, logren equilibrar sus responsabilidades personales, familiares y laborales. No son medidas dirigidas exclusivamente a las mujeres dado que los hombres deben también responsabilizarse de los cuidados familiares y tanto mujeres como hombres tiene derecho a disponer de tiempo para desarrollar todas sus potencialidades.

Discriminación directa. Situación en la que, en condiciones comparables, una mujer, por el hecho de serlo, es tratada desfavorablemente respecto a un hombre. Incluye el acoso sexual y el trato desfavorable por embarazo o maternidad,

Discriminación indirecta. Situación en la que una normativa, un criterio o unas prácticas aparentemente neutras ponen a las mujeres en desventaja

Estereotipos de género. La atribución a una persona de roles, comportamientos u obligaciones específicas, por causa de su sexo. No está fundada en la realidad sino en creencias y prejuicios sobre lo que son y deben ser los hombres y las mujeres.

Género gramatical. Categoría que sirve para clasificar a los sustantivos en masculinos o femeninos y concordar con ellos los artículos, adjetivos, participios y pronombres.

Lenguaje no sexista, inclusivo o incluyente. Aquel que no infravalora ni subordina a ninguno de los sexos y refleja la realidad al completo, sin ocultar a ninguna persona.

Planes de igualdad. Para fomentar la igualdad entre mujeres y hombres, las Administraciones y las empresas fijan objetivos de igualdad a alcanzar, estrategias y prácticas a adoptar para ello, sistemas de seguimiento y evaluación de los objetivos logrados. Todo ello constituye el Plan de igualdad.

Representación equilibrada. Presencia de mujeres y hombres de forma que ni unas ni otros superen el 60% ni sean menos del 40% del conjunto total.

Roles de género. Conjunto de normas sociales y de comportamiento que se consideran apropiadas para hombres y mujeres.

Segregación vertical. Situación en la que las mujeres encuentran dificultades o la imposibilidad para acceder a posiciones superiores o de decisión dentro de las organizaciones, lo que implica que los puestos jerárquicamente elevados y de poder siguen siendo patrimonio masculino.

Sexismo. Actitud, creencia y actuación de discriminación hacia uno de los sexos, por considerarlo menos capaz, menos válido o inferior. Históricamente han sido las mujeres las víctimas del sexismo.

Sexismo lingüístico. Discriminación de uno de los sexos a través de la palabra. Históricamente el sexismo lingüístico se ha manifestado sobre todo hacia las mujeres, presentándose una imagen degradada o desvalorizada de ellas, recurriendo a estereotipos sobre ellas, ninguneándolas o escondiendo su presencia.

Sexo/Género. El sexo hace referencia a las diferencias biológicas entre machos y hembras. El género es la adscripción de características intelectuales, emocionales y de conducta a hombres y mujeres por el hecho de pertenecer a uno u otro sexo. Basándose en la adscripción de género, se socializa a niñas y niños de forma diferente, y se les impone modelos diferentes.

Techo de cristal. Es una metáfora que se refiere a la barrera invisible, pero muy difícil de traspasar, que encuentran las mujeres en sus carreras profesionales, gracias a la cual, en vez de promocionar por su preparación y experiencia, se estancan dentro de la estructura laboral. Debido a esa barrera, los puestos jerárquicamente elevados y de poder y decisión continúan siendo patrimonio masculino.

Visibilización. Proceso de hacer visibles a las mujeres, sacando a la luz su presencia y sus contribuciones y revalorizando su papel.

SUGERENCIAS PARA EVITAR EL SEXISMO EN EL ÁMBITO LABORAL

GOBIERNO de CANTABRIA
VICEPRESIDENCIA
CONSEJERÍA GENERAL DE IGUALDAD Y MUJER

Cantabria
Camino Lebaniego