

**Protocolo para la utilización y fomento
del uso de lenguaje inclusivo y no sexista
en Federación Mercantil de Gipuzkoa – Gipuzkoa Merkatariak**



**GIPUZKOA
MERKATARIAK
FEDERACIÓN**

Elaborado con el asesoramiento técnico de:

BelonForniosBello
Consultora para la Igualdad

*Consultora homologada por Emakunde – Instituto Vasco de la Mujer,
para la prestación de asistencia técnica en materia de igualdad de mujeres y hombres a
empresas y entidades.*

Agosto 2022



PROTOCOLO PARA UN USO DE LENGUAJE INCLUSIVO Y NO SEXISTA EN FEDERACIÓN MERCANTIL DE GIPUZKOA – GIPUZKOA MERKATARIAK

PREMISAS

“El lenguaje refleja y, muy especialmente, ayuda a construir nuestra concepción del mundo y la realidad.

Es decir, los términos, las frases y el lenguaje que la gente usamos para describir la realidad, las cosas y las personas organizan nuestra estructura interpretativa de las mismas.

El lenguaje juega un papel esencial a la hora de construir la visión de la realidad que comparten quienes hablan una lengua porque, cuando hablamos el mismo idioma, tenemos una parecida concepción del mundo.

Pensamos con palabras.

Conceptualizamos e imaginamos a los seres humanos, la sociedad y el mundo que nos rodea mediante los lenguajes (verbales o visuales) que utilizamos para representarlos.

Nuestra idea de la realidad se fundamenta en la forma en la que hablamos de ella. Eso quiere decir que, aunque no hay correspondencia directa y unívoca entre la realidad y los signos empleados para denominarla, sí hay correspondencia entre los signos empleados para hablar de la realidad y las imágenes que se crean en nuestra mente como respuesta a tales denominaciones.

El lenguaje no sólo crea realidades. Es también la herramienta fundamental para delimitar y construir la identidad social de los seres humanos”.

Mercedes Bengoechea Bartolomé
Sociolingüista y filóloga

COMPROMISO CON UN USO DE LENGUAJE INCLUSIVO Y NO SEXISTA

En Donostia – San Sebastián, a 1 de agosto de 2022

Este **Protocolo** adoptado por **Federación Mercantil de Gipuzkoa – Gipuzkoa Merkataria** es un **compromiso específico en materia de comunicación** (que forma parte del Compromiso más amplio en materia de Igualdad de mujeres y hombres de la organización) con el objetivo de trabajar, **tanto en las comunicaciones internas como externas**, en el **uso y fomento de lenguaje inclusivo y no sexista**, que refleje valores de igualdad, diversidad, corresponsabilidad, pluralidad de roles e identidades de género, a través de la **comunicación verbal, escrita, visual y gráfica que se genere en la organización**, y en **todos los canales de comunicación utilizados, tanto a nivel interno como externo**.

Considerando la **capacidad de influencia y de tracción de Federación Mercantil de Gipuzkoa – Gipuzkoa Merkataria** respecto a las **Asociaciones y Comercios** que la integran y a quienes representa, **se actuará para que este Compromiso y el Protocolo adoptado sean conocidos y asumidos por las Asociaciones Zonales y Gremiales** así como **por los Comercios asociados** contribuyendo, de esta forma, a avanzar en materia de igualdad en el Sector, en el ámbito económico – empresarial, en el TH de Gipuzkoa y en la sociedad, en general.

Fdo.: Julen Maiz Fernández
Presidente FMG

Fdo.: Maite Valmaseda Mocoroa
Directora FMG



DESPLIEGUE DE COMUNICACIÓN INCLUSIVA Y NO SEXISTA EN FMG: NUESTRAS PAUTAS BÁSICAS

A.- CONCEPTOS BÁSICOS.

- Uso sexista del lenguaje:

Alude a un **código de comunicación que invisibiliza a las mujeres** y que puede **provocar su infravaloración** o ridiculización, pero que, en todo caso, **las subordina**. Se produce, principalmente, por **la utilización del masculino como genérico** y por ofrecer una **imagen estereotipada de las mujeres**.

- Sexismo del lenguaje o sexismo lingüístico:

Se incurre en sexismo lingüístico cuando **se emite un mensaje que, debido a su forma** (las palabras escogidas o el modo de enhebrarlas/ordenarlas) **y no a su fondo**, resulta **discriminatorio por razón de sexo**.

Puede deberse a la utilización de ciertas **palabras que emiten mensajes discriminatorios**, o a **cómo están construidas las frases**.

- Androcentrismo verbal:

Se incurre en androcentrismo cuando **se percibe la ausencia de las mujeres en las comunicaciones, discurso, mensajes**; se oculta la presencia femenina o la subordinan a la masculina.

- Lenguaje inclusivo:

Código de comunicación que tiene en cuenta la realidad tal cual es. Posibilita que **mujeres y hombres se nombren teniendo en cuenta el sexo al que pertenecen**, sin subordinación ni invisibilización de ninguno de ellos; tiene en cuenta, además, **la diversidad de las personas, la pluralidad de roles y las identidades de género**.

B.- POR DÓNDE EMPEZAR: NUESTRAS PAUTAS BÁSICAS A APLICAR.

1.	Nombraremos y mostraremos a mujeres y hombres, de forma igualitaria y en toda su diversidad.
2.	Las mujeres no son un colectivo; no las nombraremos como un subgrupo o grupo aparte.
3.	Incluiremos a las personas que no se identifican con el sexo binario, en toda su diversidad.
4.	Mostraremos a mujeres y hombres en todos los ámbitos de actividad del Sector, asumiendo roles que eliminen estereotipos y perjuicios.
5.	Evitaremos el uso del masculino genérico; utilizaremos pronombres y determinantes genéricos, sustantivos colectivos etc., que visibilicen e incluyan a todas las personas referenciadas.
6.	Utilizaremos formas personales y no personales de los verbos que permitan nombrar/ incluir a todas las personas.
7.	Cuidaremos el orden en el que hablamos de mujeres y hombres, evitando anteponer el orden de aparición de ellos sobre ellas de forma permanente.
8.	No utilizaremos palabras que impliquen relación de dependencia de las mujeres o que aludan a jerarquías de hombres sobre mujeres.
9.	Prestaremos atención a asociaciones verbales que superponen a la idea de mujer otras ideas como debilidad, pasividad, infantilismo, etc. y que puedan suponer una minusvaloración de las mujeres.
10.	Prestaremos atención a asociaciones verbales que superponen a la idea de hombre otras ideas como fuerza, competitividad, riesgo, etc. y que puedan suponer una sobrevaloración de rasgos o cualidades consideradas masculinas como equivalentes a “éxito”.
11.	Nombraremos profesiones en femenino; utilizaremos en femenino los términos relacionados con la actividad sectorial.
12.	En la comunicación visual / publicitaria, presentaremos a las personas en toda su diversidad; cuidaremos no reproducir estereotipos.
13.	Mostraremos la realidad de la diversidad de familias existentes.
14.	En la comunicación visual / publicitaria, fomentaremos la utilización de mensajes que reflejen las diversidades sexuales existentes.
15.	Las imágenes mostrarán y representarán relaciones de cooperación, apoyo mutuo, etc. entre las personas en toda su diversidad.
16.	Rechazaremos expresiones y/o imágenes que impliquen o aludan a cualquier tipo de violencia contra las mujeres.