



Guía práctica

Linguaxe non sexista na empresa

imaxin

intelligence
in dialogue

Como inflúe a linguaxe na cultura empresarial

As palabras non son neutras: constrúen significados, xeran imaxes mentais e contribúen a definir como percibimos a realidade. No ámbito laboral, a linguaxe non só transmite información, senón que tamén reflicte a cultura e os valores da organización. **A forma en que nomeamos as persoas, os cargos ou os equipos inflúe en como se percibe a realidade dentro e fóra da empresa.**

Durante décadas, o uso do masculino xenérico aceptouse como unha norma neutra. Con todo, a realidade sociolingüística actual móstranos que aquilo que non se nomea dificilmente ocupa un lugar visible no imaxinario colectivo. Cando a linguaxe utiliza exclusivamente o masculino para referirse a grupos mixtos, a representación mental que adoita xerarse é tamén masculina, o que pode contribuír a invisibilizar as mulleres e outras identidades de xénero, cuxa presenza queda diluída na representación colectiva.

Estratexias para evitar o masculino xenérico

Co obxectivo de avanzar cara a unha comunicación máis representativa, recompilamos unha serie de recursos lingüísticos que permiten evitar o uso do masculino xenérico sen perder claridade nin naturalidade nos textos. Esta guía práctica está pensada como un recurso de consulta para empresas e departamentos de comunicación, e ofrece ferramentas que facilitan a adaptación de mensaxes internas e externas. Cada organización pode seleccionar as estratexias que mellor se axusten ao seu contexto e aplicalas de forma coherente dentro da súa propia guía de estilo para que a comunicación reflicta de maneira tanxible os seus valores.

Substantivos colectivos, perífrases e expresións neutras

Os empregados
Os funcionarios
Os investigadores
Os médicos
Os enxeñeiros
Os técnicos
Os xerentes

O persoal, o cadro de persoal
O funcionariado
O persoal investigador
O equipo médico
Quen se dedica á enxeñaría
O persoal técnico
A xerencia

Formas dobres

Búscase tradutor audiovisual

Os traballadores deben asinar o documento

Búscase tradutor ou tradutora audiovisual

As traballadoras e os traballadores deben asinar o documento

Eliminar marcas de xénero innecesarias

O abaixo asinante declara...
Os participantes do curso...

Quen abaixo asina declara...
Cada participante do curso...

Antepoñer a palabra «persoa»	Os usuarios Interesados	As persoas usuarias Persoas interesadas
Evitar masculinizar ou feminizar profesións	Chámome Laura e son a presidente da compañía María é a enxeñeira xefe	Chámome Laura e son a presidenta da compañía María é a enxeñeira xefa
Omitir a referencia directa ao suxeito	O solicitante deberá encher o impreso O empregado deberá enviar o informe	Encherase o impreso Encher o impreso Enviarase o informe
Usar formas concretas	Os xerentes, Marta e Javier , aprobaron o plan Os directores de márketing e vendas participaron na reunión	A xerente Marta e o xerente Javier aprobaron o plan A directora de márketing e o director de vendas participaron na reunión
Usar determinantes e pronomes neutros	A asociación convocou os membros Todos os responsables Algúns dos asistentes sinalaron ... onde non traballa ningún dos seus ocupantes O que / Aquel que presenta a demanda...	A asociación convocou a cada membro Cada responsable Algúñas das persoas asistentes sinalaron ... onde ninguén traballa Quen presenta a demanda...
Barras, @ ou x	Todos os compañeiros	Tod@s @s compañeir@s Todxs xs compañeirxs Todos/as os/as compañeiros/as
Engadir unha nota informativa	Neste documento faise referencia a mulleres e a homes; pódese usar indistintamente o feminino ou o masculino.	

Como escoller a estratexia adecuada

A elección dunha estratexia ou outra dependerá sempre do contexto e da canle. En termos xerais, as opcións máis recomendables para unha comunicación profesional son o uso de **formas concretas, perífrases, substantivos colectivos e adxectivos invariables**; porque permiten representar a todas as persoas con naturalidade e coherencia, e adáptanse facilmente a calquera tipo de comunicación.

Pola contra, recursos como as barras, a «@» ou o «x» convén evitalos en documentos formais ou textos longos, xa que poden dificultar a lectura e reducir a profesionalidade. Con todo, son útiles en contextos máis informais ou dixitais como correos internos ou redes sociais. A clave está en **seleccionar as estratexias que mellor se axusten a cada tipo de contido e aplicalas de forma consistente** dentro da guía de estilo da organización.

Queres aplicar estas recomendacións na túa organización? En imaxin podemos axudarche a revisar e adaptar os teus contidos corporativos para que a túa comunicación sexa clara, coherente e representativa.



imaxin

Salgueiriños de abaixo nº11 L6
15703 Santiago de Compostela
981 554 068

www.imaxin.com
imaxin@imaxin.com