

Guía de Comunicación Inclusiva

FALABELLA



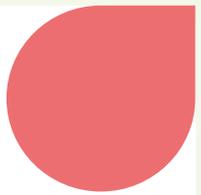
Vivamos +
la equidad 
Nuestro Sello

La manera en que nos comunicamos, ya sea oralmente, por escrito o a través de imágenes, genera realidades en quienes reciben los mensajes, y en Falabella estamos comprometidos con el desarrollo de una cultura diversa e inclusiva, en la que todos tienen espacio sin importar sus características o preferencias.

Para que lo que digas y hagas, sea consistente con esta forma de hacer cultura, considera siempre que:

- ✓ La comunicación inclusiva comprende: comunicación sin sesgos de género y comunicación incluyente de minorías (referido a Etnia, Personas en Situación de Discapacidad, Religión, situación socio económica, etc.)
- ✓ El uso del lenguaje neutro ayuda a la creación de una cultura de igualdad de oportunidades, en la que el género de una persona no determina su futuro.
- ✓ La utilización de imágenes debe ser representativa de la diversidad, sin asignar estereotipos y con un equilibrio de género.
- ✓ No se debe hablar de "lenguaje de señas", es "lengua de señas".
- ✓ Para referirse al sistema de lectura utilizado por personas con discapacidad visual se habla de "Sistema Braille".

¡Te invitamos a seguir los consejos que te presentamos en esta guía!



Si te vas a dirigir a alguien o a un grupo de personas:

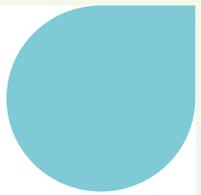
Utiliza **sustantivos colectivos** cuando te refieras a grupos:



Los jóvenes	La juventud
Los expertos	El personal experto
Los ciudadanos	La ciudadanía
Los administrativos	El personal administrativo
Los guardias de seguridad	El personal de seguridad
Los alumnos	El alumnado

Siempre utiliza el **artículo apropiado** cuando hables de un género en concreto:

La jefa de prevención
El operario de bodega
La gerenta de marketing
El periodista del diario
La diseñadora gráfica
El experto en ventas
La guardia de seguridad



Si te vas a dirigir a alguien o a un grupo de personas:

Las barras diagonales (/) son un recurso útil cuando redactes documentos administrativos y no encuentres las palabras neutras idóneas:

Nuestros/as clientes/as tienen un plazo de 15 días para presentar la carta. (Podrías escribir “la clientela” como genérico, pero esa expresión genera un rechazo estadístico).

Se debe derivar el caso a otro/a asesor/acuando no se trate de un cliente de su departamento.

Los/as socios/as del sindicato, deben postularse al comité.

Evita el uso de expresiones con connotación negativa o estereotipada:

Los hombres no son buenos en la cocina.

Las mujeres tienen mejor letra.

Los hombres ayudan en la casa.

Las mujeres son buenas para organizar fiestas.

Los niños no lloran.

Las mujeres no tienen capacidad física para operar una grúa orquilla.

Uso del “@”:

Utilizaremos este recurso para referirnos a la totalidad del grupo objetivo de la comunicación, independiente de su género, sólo en ambientes coloquiales y publicaciones informales.

Alternativas para una redacción inclusiva:

✓ **Uso de pronombres y determinantes sin género**

Ella fue a la reunión de D&I

Quien fue a la reunión de D&I

✓ **Se puede sustituir el uso de “el, los, aquel, aquellos”, seguidos del relativo “que”, por “por quien,**

El que la reemplazó en la reunión

Quien fue en reemplazo a la reunión

✓ **Sustituir el artículo “uno” por “alguien” o “cualquiera”**

Un miembro del equipo fue a la reunión

Alguien del equipo fue a la reunión

✓ **Evitar el uso de adverbios y pronombres con marca de género. En ocasiones cuando los sustantivos son neutros se puede omitir el artículo**

Cuando el jefe pidió el informe

Cuando se pidió el informe

✓ **Evitar el uso de “las/los” para incluir a las mujeres, no es necesario usarlos siempre ya que existen palabras que incluyen a las mujeres y a los hombres por igual**

Los y las colaboradores/as de oficina central

La dotación de colaboradores de oficina central

Ejemplos de uso frecuente en Falabella:



" La cultura nos pertenece a todos

" Los líderes de Falabella..."

" Los trabajadores..."

" Los seleccionados..."

" Los discapacitados..."

"Bienvenidos"

"Los directores y el presidente asistieron..."

"Los jefes tuvieron reunión"



"La cultura nos pertenece a todos los colaboradores y colaboradoras.."

" Nuestros líderes..."

" El Talento..." o "Nuestro equipo"

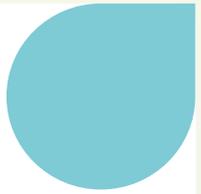
" Las personas seleccionadas..."

" Las personas en situación de discapacidad..."

"Les damos la bienvenida"

"La dirección y la presidencia asistieron..."

"Las jefaturas se reunieron"



Y tú, ¿cómo firmas tus comunicaciones?

Una buena iniciativa para apoyar a las personas transgénero o no binarias, es compartir el pronombre con el que te identificas, y así facilitar el cómo las personas se dirigen entre ellas. Puedes agregarlo en tu pie de firma o en tu perfil de workplace y LinkedIn.

El lenguaje siempre debe respetar la individualidad de las personas, por lo que cada quien puede escoger la forma en la que se refiere a sí misma, aunque la recomendación acorde a la cultura de Falabella es usar las palabras con el género que identifica a cada individuo.

Juana Pérez / Ella

La Gerenta / El Gerente

El Jefe / La Jefa



Referencia teórica para la construcción de este manual

ONU Mujeres ha señalado lo siguiente sobre género en español:

“ El género gramatical se manifiesta en los sustantivos, adjetivos, artículos y algunos pronombres. En los sustantivos y adjetivos existe únicamente el morfema de género masculino y el de género femenino. El género neutro se ha conservado en unas pocas palabras, como aquello, eso, esto, ello, alguien, algo y lo.

Es importante no confundir el género gramatical (categoría que se aplica a las palabras), el género como constructo sociocultural (roles, comportamientos, actividades y atributos que una sociedad determinada en una época determinada considera apropiados para los seres humanos de cada sexo) y el sexo biológico (rasgo biológico propio de los seres vivos).

En español hay distintos mecanismos para marcar el género gramatical y el sexo biológico:

a) terminaciones (chica/o), b) oposición de palabras (padre madre) y c) el determinante con los sustantivos comunes en cuanto al género (el/la estudiante, este/esta representante).

También hay palabras específicas (sustantivos epicenos) que tienen un solo género gramatical y designan a todas las personas independientemente del sexo biológico (la víctima, la persona). ”

<https://www.un.org/es/gender inclusive language/guidelines.shtml>



Lenguaje visual: Tratamiento de imágenes

Incorporar equitativamente (en tamaño, número y jerarquía) figuras femeninas y masculinas dentro de una presentación o documento.

Presentar a mujeres y hombres sin atribuirles una supuesta personalidad asociada al concepto tradicional de femineidad y masculinidad. Mujeres y hombres en situaciones no convencionales: por ejemplo hombres en roles de crianza y cuidado de la familia, mujeres en el transporte de personas, hombre realizando tareas domésticas, mujeres en labores de fiscalización, entre otras.

Romper con la dicotomía pasividad actividad usando imágenes de mujeres y hombres en posturas activas y no de forma pasiva (brazos cruzados, manos en los bolsillos, etc.) en los actos públicos, conferencias, entre otros.

Las fotografías e imágenes que se utilicen en cualquier forma de comunicación que represente a Falabella deben cautelar siempre la dignidad de las personas. Para esto se recomienda incluir el uso de imágenes con equidad de género, personas en situación de discapacidad, diversidad sexual y personas de diferentes etnias.

Lenguaje visual: Tratamiento de imágenes

Reproducir situaciones de trabajo en las que se visualice tanto a mujeres como a hombres, personas en situación de discapacidad, diversidad sexual y personas de diferentes etnias dirigiendo personal y/o en puestos de responsabilidad.

Evitar estereotipos como colores asociados al género y garantizar la paridad en la frecuencia de aparición de hombres y mujeres en ilustraciones y fotografías

Evitar el uso de íconos de connotación masculina y potenciar el uso de íconos que visibilicen ambos géneros, o bien con sentido neutro simbólico.

