



---

# **GUÍA PARA EL USO IGUALITARIO DEL LENGUAJE EN NAZIOARTEKO ELKARTASUNA SOLIDARIDAD INTERNACIONAL**

---

Bilbao, Diciembre 2012

Consultora: Garbiñe Mendizabal Furundarena

# **GUÍA PARA EL USO IGUALITARIO DEL LENGUAJE**

## **1. INTRODUCCIÓN**

## **2. LA IMPORTANCIA DE UN ESTILO DE COMUNICACIÓN IGUALITARIO**

## **3. CONCEPTOS BÁSICOS**

- Androcentrismo y sexismo
- Sexo y género
- Igualdad y estilos de comunicación

## **4. HERRAMIENTAS PARA CONSEGUIR UNA COMUNICACIÓN IGUALITARIA**

### **□ Hacia un lenguaje igualitario**

- Introducción
- Herramientas para evitar el masculino genérico
  - Acudir a formas masculina y femenina de las palabras
  - Términos que incluyen a mujeres y hombres
  - Términos neutros
  - Sustantivos metonímicos: cargo, profesión, lugar geográfico, etc.
  - Convenciones administrativas
  - Otros recursos
  - Utilización de la barra, el guión o la arroba
- Recomendaciones para favorecer una realidad más igualitaria

### **□ Hacia un tratamiento igualitario de las imágenes**

- Tratamiento igualitario de las imágenes
- Propuestas para una utilización igualitaria de las imágenes
- Directrices concretas para una comunicación en igualdad

## **5. GLOSARIO DE TERMINOS Y SUGERENCIAS DE UTILIZACIÓN**

## **6. BIBLIOGRAFÍA**

## 1.-INTRODUCCIÓN

La elaboración de esta guía se inscribe dentro del proceso abierto en NAZIOARTEKO ELKARTASUNA - SOLIDARIDAD INTERNACIONAL a favor de la **Igualdad para mujeres y hombres**. Este compromiso establecido en su Plan para la igualdad 2011-2014 supone la incorporación de la perspectiva de género en el conjunto de actividades que desarrolla la organización.

Se ha procurado dotar a esta guía de **un enfoque práctico**. Es decir, se ha pensado la estructura, contenidos y desarrollo de este trabajo con la mirada puesta en el día a día de las personas que intentan hacer de sus modelos de comunicación un espacio para la equidad de género. Estas nuevas orientaciones pueden acarrear dificultades, por lo que se ha pretendido aportar soluciones concretas en función de las múltiples posibilidades que ofrece el lenguaje, para evitar su uso discriminatorio y sexista. La guía que aquí presentamos tiene el objetivo de convertirse en herramienta clave para el logro de la igualdad, por lo que será necesario establecer una metodología y una participación óptimas para su desarrollo y sostenibilidad.

**La igualdad de género real y efectiva es un reto a alcanzar.** Si comenzamos a visibilizar y a dar un tratamiento diferente a las mujeres en el lenguaje y las imágenes, reconociéndolas como sujetos de pleno derecho que opinan, participan y están en la sociedad, podremos modificar los viejos roles que tradicionalmente se vienen desempeñando, permitiendo visibilizar los nuevos papeles que mujeres y hombres cada vez más adoptan en todos los ámbitos de la vida.

En este sentido, la Unión Europea considera que conseguir la igualdad de género pasa ineludiblemente por el desarrollo de una comunicación respetuosa con la igualdad, y la considera la **primera** actuación cuando se inician procesos de cambio.

NAZIOARTEKO ELKARTASUNA - SOLIDARIDAD INTERNACIONAL ha inaugurado este proyecto realizando jornadas de difusión para informar, formar e invitar a todas las personas implicadas a participar activamente en el logro de este reto, como requisito fundamental para una implementación sistemática y sostenible de esta guía donde todas y todos tenemos mucho que ganar.

## **2.-LA IMPORTANCIA DE UN ESTILO DE COMUNICACIÓN IGUALITARIO EN NAZIOARTEKO ELKARTASUNA - SOLIDARIDAD INTERNACIONAL**

**El lenguaje refleja y, muy especialmente, ayuda a construir nuestra concepción del mundo y de la realidad.** El lenguaje que utilizamos para describir la realidad contribuye a modelar nuestra estructura organizativa y de comprensión de esa misma realidad, porque **colabora en la construcción de imágenes mentales**, en definitiva, según el modo en el que las personas reciban nuestra información, así interpretarán la realidad.<sup>1</sup>

**La lengua no es sexista sino la utilización que hacemos de ella.** Es un elemento dinámico en continua evolución, con múltiples posibilidades para adaptarse a los cambios que demanda la sociedad y a los usos que elegimos como habituales.

NAZIOARTEKO ELKARTASUNA - SOLIDARIDAD INTERNACIONAL, en su labor como entidad tractora asume un papel importante en el **fomento de la igualdad para mujeres y hombres** y plantea una **decidida apuesta por incorporar el enfoque de género**, cumpliendo de este modo con sus propios valores y con las recomendaciones que se plantean en esta materia.

---

<sup>1</sup> “Guía para la revisión del lenguaje desde la perspectiva de género” .Mercedes Bengoetxea para el Proyecto Parekatuz de la Diputación Foral de Bizkaia. Junio de 2003.

### 3.-CONCEPTOS BÁSICOS

#### 3.1 - Androcentrismo y sexismo

El **Androcentrismo** es una forma de mirar, una cosmovisión y como tal, está sesgada. En este caso el sesgo es por sexo y proviene de considerar a los hombres como sujetos de referencia y a las mujeres como seres dependientes y subordinados a ellos. El Androcentrismo supone, por tanto, considerar a los hombres como el centro y la medida de todas las cosas. Referirse a “las edades del hombre” cuando se pretende hablar de la evolución de toda la humanidad es un ejemplo del pensamiento androcéntrico. Detrás de la palabra hombre no sabemos si se está pretendiendo englobar a las mujeres. Si es así, éstas quedan invisibilizadas y si no es así, quedan excluidas”.<sup>2</sup>

- **Androcentrismo en el lenguaje:**

Se manifiesta en el empleo reiterado de voces masculinas en sentido genérico, excepto en actitudes, comportamientos, profesiones, etc. relacionados tradicionalmente con el género femenino. Igualmente la redacción lingüística androcéntrica, tiene en cuenta la experiencia de los hombres olvidando la existencia de las mujeres.

Ejemplos definiciones DRAE 2001: sombrero, cinturón, etc.

Sombrero: Prenda de vestir que sirve para cubrir la cabeza, y consta de copa y ala. Prenda de adorno usada por las mujeres para cubrirse la cabeza.

- **Androcentrismo en las imágenes:**

Supone la ausencia de representación de mujeres en todos los ámbitos en los que su presencia y participación es una realidad constatable.

El **sexismo** es una forma de actuar (también a través de la comunicación) que resta valor, rechaza o no toma en consideración el papel de las mujeres, lo que hacen, piensan o manifiestan. El sexismo implica una forma más activa de discriminación, menos sutil, más manifiesta y, por lo tanto, más fácil de percibir.

Por lo tanto, el sexismo *“conlleva la asignación de valores, capacidades y roles diferentes a hombres y mujeres en función exclusivamente de su sexo”*.<sup>3</sup>

- **Sexismo en el lenguaje:**

El sexismo mantiene a través de la lengua un orden jerárquico presentando a las mujeres minorizadas y/o relacionadas con valores como: debilidad, pasividad, dependencia, etc.

Ejemplo definición DRAE 2001: huérfano/na, etc.

**Huérfano/na:** dicho de una persona de menor edad a quien se le han muerto el padre y la madre o uno de los dos, especialmente el padre.

---

<sup>2</sup> “El lenguaje más que palabras. Propuestas para un uso no sexista del lenguaje”. Emakunde-Gobierno Vasco 1988.

<sup>3</sup> “La igualdad a través del lenguaje”. Área de formación de Emakunde-Gobierno Vasco.

- **Sexismo en las imágenes :**

Se manifiesta a través de la representación de mujeres y hombres de forma sesgada, parcial o discriminatoria.

- **3.2 Sexo y género**

El término Género se acuña en la década de los 70 en las ciencias sociales para reconocer y diferenciar que todo lo que nos caracteriza a los seres humanos no es fruto de la biología exclusivamente, sino que coexisten además factores sociales y culturales que establecen también las diferencias entre mujeres y hombres.

Conviene establecer por tanto una diferencia entre ambos conceptos, dado que frecuentemente se utilizan indiscriminadamente aludiendo a características que tienen que ver más con las diferencias sexuales (sexo) que con las aprendidas culturalmente (género).

**Sexo** es el conjunto de las características biológicas que son universales, a partir de las cuales se establece que los seres son machos o hembras.

Por ejemplo: dar a luz, tener unos órganos reproductivos diferenciados, etc.

**Género** es el conjunto de valores, sentimientos, actitudes, comportamientos, capacidades, roles... asignados culturalmente a las personas por el hecho de nacer de un sexo u otro, que variarán en función de la sociedad y del momento histórico.

Por ejemplo: atribuir las responsabilidades domésticas y de cuidado de las personas a las mujeres, tiene que ver con la asignación que desde el género se establece como una de sus funciones en la sociedad.

Es importante también destacar que no es lo mismo el género en el ámbito sociocultural que el género en el ámbito gramatical.

Así según el DRAE (Diccionario de la Real Academia Española):

**Género gramatical femenino** es: *“en los nombres y en algunos pronombres, rasgo inherente de las voces que designan personas del sexo femenino, algunos animales hembra y, convencionalmente, seres inanimados”*

**Género gramatical masculino** es: *“en los nombres y en algunos pronombres, rasgo inherente de las voces que designan personas del sexo masculino, algunos animales macho y, convencionalmente, seres inanimados”*

Una vez vistas estas diferencias conviene recordar como el género gramatical masculino está reconocido hasta el momento, como neutro y por tanto engloba a mujeres y a hombres.

### ▪ 3.3 Igualdad y estilos de comunicación

El esfuerzo por integrar en nuestras comunicaciones a mujeres y hombres y hacerlo en condiciones de igualdad, no está reñido con el objetivo final de toda acción comunicativa, es decir, la comprensión.

Supone la ausencia de cualquier forma de discriminación basada en el sexo a la hora de asignar recursos, oportunidades y beneficios, garantizando iguales derechos e igual acceso, disfrute y control de todo tipo de recursos.

Implica incluir en lenguaje e imágenes un trato igualitario y respetuoso hacia mujeres y hombres, utilizando todos los recursos y herramientas disponibles que nos ofrece la lengua.

## 4.-HERRAMIENTAS PARA CONSEGUIR UNA COMUNICACIÓN IGUALITARIA

### 4.1 Hacia un lenguaje igualitario

#### 4.1.1 Introducción

El tratamiento igualitario del lenguaje, está siendo en los últimos tiempos objeto de crítica debido a la costumbre de utilizar mayoritariamente las barras, los guiones y las arrobas.

Esto genera el argumento de la “falta de economía” que esta práctica supone en el trabajo diario de quienes deben elaborar documentos.

Como se verá a continuación existen otras herramientas que ya están siendo utilizadas y que son alternativas que ofrece la lengua; evidentemente será necesario aunar esfuerzos y darle tiempo al tiempo para que se conviertan en prácticas habituales.

#### 4.1.2 Herramientas para evitar el masculino genérico

##### ✓ Acudir a formas masculina y femenina de las palabras

-“Los profesionales que componen la plantilla” mal

“**Las y los profesionales que componen la plantilla (bien)**”

-“Las necesidades de los promotores” mal

“**Las necesidades de promotores y promotoras” (bien)**”

##### ✓ Utilizar términos genéricos que incluyen a mujeres y hombres.

-“Número de desempleados” mal

“**Número de personas en situación de desempleo (bien)**”

-“Relativos a los alumnos”mal

“**Relativos al alumnado” (bien)**”

- “En beneficio de todos” mal  
“**En beneficio de toda la población/sociedad/gente**” (bien)

✓ **Términos neutros**

Estos términos se caracterizan por englobar a mujeres y hombres si no van precedidos de artículo.

- “De los profesionales experimentados” mal  
“**De profesionales con experiencia**” (bien)

✓ **Sustantivos metonímicos: cargo, profesión, lugar geográfico, etc.**

- “Será rellenado por el responsable de seguridad”  
“**Será rellenado por Seguridad**”
- “Se puede recurrir a un consultor especializado”  
“**Se puede recurrir a una Consultoría**”

✓ **Uso de convenciones administrativas**

- “Los contratantes/ el demandado/ los solicitantes”  
“**La parte contratante/ la parte demandada/ la parte solicitante**”
- “Distribuir a terceros”  
“**Distribuir a terceras partes**”

**Otros recursos**

✓ **>Utilización de oraciones de relativo con “quien(es)”**

- “Los consumidores”  
“**Quienes consumen el producto**”
- “Los promotores empresariales”  
“**Quienes promueven la creación de empresas**”

✓ **Utilización de términos que incluyen a mujeres y hombres entre artículo y adjetivo**

- “El intermediario”  
“**La persona intermediaria**”

✓ **Intentar buscar otras posibilidades a los términos**

- “Una formación sin presencia física del interesado”  
“**Una formación presencial/ una formación a distancia**”

- ✓ **Cuidar la concordancia al acudir a las formas masculinas y femeninas de las palabras. Se recomienda utilizar primero la forma femenina para facilitar la concordancia con el resto del texto.**

-“Las usuarias y usuarios de las instalaciones **fueron convocadas**”

“**Las usuarias y usuarios de las instalaciones fueron convocados**”

- ✓ **Personalizar siempre que sea posible**

-“El alumno/a.... (nombre de mujer)

“**La alumna.... (nombre de mujer)**”

- ✓ **Utilización de la barra, el guión o la arroba**

Durante algunos años, el uso de signos tipográficos para sustituir las marcas de género gramatical estuvo bastante extendido. El tiempo y el sentido común ha puesto estos signos en su sitio y, hoy en día, casi nadie aboga por estas soluciones. Muy al contrario, está comúnmente aceptado que estos signos entorpecen el lenguaje (la comprensión) y no ayudan a incluir a hombres y a mujeres.

Por todo ello, el uso de estos signos queda limitado a **situaciones muy concretas**, que vemos enseguida.

El uso de la barra (/) y el guión sirve para incluir las formas femeninas y masculinas. Es un recurso muy útil a la hora de evitar la excesiva longitud de frases, principalmente en aquellos casos en que el espacio sea limitado (formularios, instancias, aplicaciones de ofimática, sistemas de información, etc.).

Recomendamos el uso de este recurso para formularios o campos de información, es decir, en situaciones en las que no se precisa construir frases, etc.

Es recomendable alternar el orden de los elementos femenino y masculino, y siempre tener en cuenta la terminación de los términos.

Niño / niña = niña / niño

Notificador / a (el orden inverso no es válido para este tipo de soluciones cuando los términos masculinos finalizan en consonante)

Aunque hoy en día el **uso de la arroba** no está ya considerado como alternativa, todavía puede verse (e incluso usarse) en algunos textos alternativos, o en modelos publicitarios principalmente para jóvenes. Los problemas de este uso son evidentes, ya que con la arroba no se corresponde ningún sonido concreto, por lo que resulta imposible de leer.

#### **4.1.3. Recomendaciones para favorecer una realidad más igualitaria**

Aludiendo nuevamente a la experta Mercedes Bengoechea ésta reconoce... *“fenómenos léxicos y estructurales asociados al uso “normal” de la lengua castellana.* Sobre los “fenómenos léxicos” ya se ha hecho hincapié en el anterior punto, y tienen que ver con un plano más “formal” ya que son, en palabras de la Asesora en Género Garbiñe Mendizabal, *“el maquillaje de la comunicación”*; pero existen una serie de mecanismos que reproducen, perpetúan y naturalizan el Sexismo y el Androcentrismo que se pueden considerar como elementos estructurales, ya que están asociados con los valores, roles y estereotipos asignados a uno y otro sexo.

A continuación se incluyen una serie de **recomendaciones** a la hora de incluir a las mujeres de una manera diferente en el discurso oral y escrito.

- ✓ Visibilizar a las mujeres utilizando todos los mecanismos que ofrece la lengua, evitando así la utilización del masculino genérico.
- ✓ Incluir en los discursos, los textos, las memorias, etc. información sobre las mujeres: opiniones, necesidades, datos sobre su presencia...Tener un conocimiento de la realidad que permita reflejar esta información.
- ✓ Utilizar asociaciones verbales que no minoricen a las mujeres, que no las relacionen sistemáticamente con el “sexo débil”, que no aparezcan en función de su condición de madres y esposas (la esposa de), que no las pongan en un mismo plano que las criaturas (“las mujeres y los niños”).
- ✓ Intentar cambiar o alternar el orden jerárquico que nombra a mujeres y hombres anteponiendo siempre a los hombres: esta práctica es muy habitual en los documentos que se rellenan en las entidades o instituciones.
- ✓ Utilizar las profesiones en femenino para visibilizar su existencia en el mundo público y reconocer su presencia.
- ✓ Realizar los tratamientos de manera similar; a menudo se suele nombrar a las mujeres por su nombre de pila y a los hombres por su apellido. Evitar el tratamiento de “señorita” que sugiere que las mujeres no tienen personalidad por sí mismas sino que adquieren la categoría de “señoras” en función de su estado civil.
- ✓ Recordar que todo tratamiento que hacemos para un sexo exclusivamente es posible que conlleve sexismo (por ejemplo, no se denomina “señorito” a los hombres solteros.

## **4.2 Hacia un tratamiento igualitario de las imágenes**

A lo largo de este manual venimos reflexionando sobre la importancia de dotarnos de modelos de comunicación que contemplen en situación de igualdad a hombres y a mujeres.

Junto con el lenguaje, también nos comunicamos a través de las imágenes transmitiendo una serie de valores concretos.

La combinación de ambos elementos (comunicación escrita y soportes de imágenes), deben ir en consonancia con el objetivo final de aportar mensajes basados en la igualdad para mujeres y hombres.

### **4.2.1. Tratamiento igualitario de las imágenes**

La utilización androcéntrica de las comunicaciones con imágenes hacen invisibles a las mujeres, mientras que una utilización sexista mantiene los estereotipos femeninos y masculinos, las infravalora, las jerarquiza, las minoriza, las invisibiliza, etc.

El sexismo en las imágenes empleadas hace perdurar estereotipos femeninos y masculinos, estableciendo una relación perversa entre posibilidades de consumo y roles sociales.

Mujeres = amas de casa, modelos, limpiadoras, en profesiones típicamente femeninas, etc.

Niñas = en papeles similares a los representados por mujeres adultas.

Hombres = directivos, conductores de coches potentes, obreros, etc., pocas veces en roles domésticos o de cuidado.

#### 4.2.2. Propuestas para una utilización igualitaria de las imágenes

Cabe señalar una serie de objetivos básicos que debemos tener presentes a la hora de hacer uso de las imágenes.<sup>4</sup>

##### 1. Relaciones hombre-mujer:

- ✓ Presentar otro tipo de relaciones entre hombres y mujeres que no sean las basadas en principios como seducción o atracción sexual:

Relaciones basadas en la igualdad en los centros de trabajo.

Relaciones de camaradería, solidaridad, cooperación y atención mutua.

Relaciones de ayuda en cualquier momento: tanto de diversión, como en los problemas.

##### 2. Relaciones mujeres-mujeres:

- ✓ Existen muchas más relaciones de cordialidad, atención, cooperación, sororidad y ayuda entre las mujeres que las que representan los medios.
- ✓ La publicidad y el marketing debería representar mucho más de las relaciones que, en cuanto a la diversión y el ocio, se realizan entre las propias mujeres.

##### 3. Relaciones hombres-hombres:

- ✓ Aunque se elaboran más representaciones de amistad entre hombres que entre mujeres en la publicidad, sin embargo, tampoco son muy abundantes.
- ✓ Debe ponerse límite a la representación de la amistad masculina basada en el guiño entre “iguales” a propósito de la sexualización de las mujeres y de su relación con ellas.

##### 4. Representación de los hombres:

- ✓ Habría que representar a los hombres y no “al hombre”. De la misma forma que a las mujeres, habría que aparcar al hombre autosuficiente, profesional, de clase media-alta, blanco, maduro y cuya casi única mirada hacia las mujeres es sexual.
- ✓ Hacer visible la participación de los hombres en funciones que de forma estereotipada se asocian a las mujeres.

---

<sup>4</sup> “Utilización no sexista de la imagen en acciones de marketing y publicidad”. Pilar López Díez, para el Proyecto Parekatuz de la Diputación Foral de Bizkaia. Junio 2003.

5. Representación de las mujeres:
  - ✓ Representar a las mujeres, y no a la mujer vista desde el prisma del hombre. Por lo tanto, debemos poner especial atención en hacer visible la diversidad existente de las mujeres con diferentes edades, de diferentes etnias, con distintas ocupaciones y niveles socioculturales, distintas ocupaciones y niveles socioculturales, etc.
  - ✓ Evitar los tradicionales roles asociados a cada sexo.
6. Representación de las niñas y niños:
  - ✓ Intercambiar los roles tradicionales masculinos y femeninos y vigilar con especial atención la participación de cada sexo en funciones tradicionalmente asociadas al otro.

#### **4.2.3 Directrices concretas para una comunicación en igualdad**

- ✓ Utilizar un lenguaje que explicita la presencia de hombres y mujeres.
- ✓ Incluir voces masculinas y femeninas en los mensajes en off, sobre todo cuando aconsejan o sugieren seguridad.
- ✓ En las representaciones visuales, garantizar la presencia equilibrada de imágenes de hombres y mujeres.
- ✓ Utilizar el recurso publicitario del cuerpo humano sólo cuando el servicio que se promociona lo justifica. En todo caso, asegurar el equilibrio entre la aparición de cuerpos de mujeres y hombres.
- ✓ Representar la diversidad y pluralidad de mujeres y hombres, tanto en su aspecto físico como en sus funciones sociales.
- ✓ Mostrar a mujeres y hombres en el ámbito laboral indistintamente, en profesiones no condicionadas por estereotipos de género.
- ✓ Asegurar la aparición de mujeres sin vinculación de dependencia con los hombres, tomando decisiones y en ámbitos de representatividad.
- ✓ Reflejar hombres y mujeres en entornos en los que, tradicionalmente han estado ausentes (por ejemplo, deportes para ellas, ámbito doméstico para ellos).
- ✓ Dirigir a mujeres productos y servicios que suelen enfocarse hacia los hombres y viceversa.
- ✓ Reflejar de forma manifiesta esta misma pluralidad de imágenes, voces, ámbitos de acción y responsabilidades en todas las campañas dirigidas a niñas, niños y jóvenes.
- ✓ Garantizar que tanto las imágenes como el trasfondo del mensaje se correspondan con los principios de igualdad para mujeres y hombres.

## 5.-GLOSARIO DE TÉRMINOS Y SUGERENCIAS DE UTILIZACIÓN

¿Quieres evitar...	¿Por qué no pruebas...
abogado(s)	bufete despacho abogacía
acreedor	la parte acreedora
el agredido	la víctima
<b>adjetivos masculinos</b> <b>[ej.: interesados]</b>	<b>(preposición +) sustantivo</b> <b>[(con) interés]</b>
adolescentes	adolescencia
aficionados al deporte	colectivo aficionado al deporte personas aficionadas al deporte afición
alcaldes	alcaldías
algunos	alguien bastantes
alumnos	alumnado estudiantes [sin determinante ni adjetivo] estudiantado la clase
amas de casa	amos y amas de casa
ambos	uno y otra una y otro tanto una como otro tanto el uno como la otra él y ella ella y él
amigos	amistades
ancianos	gente anciana personas ancianas población anciana vejez gente mayor personas de edad
aquel que	la persona que quien quienquiera que
aquellos	tales quienes quienquiera
aquellos que	las personas que quienes quienesquiera que
asalariados	el trabajo asalariado
asesor(es)	asesoría
atleta(s)	atletismo
autor(es)	autoría
azafata	personal auxiliar azafatas y azafatos
por barba	por persona por cabeza

boxeador(es)	boxeo
el cabeza de familia	la persona cabeza de familia la o el cabeza de familia
cada uno	cada cual
campesinos	campesinado
Candidate (s)	Candidature (s)
cierto(s)	alguien
ciudadanos	ciudadanía
ciudadano(s) de a pie	pueblo llano gente de la calle
clientes	clientela, clientes y clientas
colaborador(es)	colaboración
componente(s)	quien(es) componen componentes (sin artículo)
coordinador(es)	coordinación
unos cuantos	bastantes suficientes alguien
cuántos	cuánta gente cuántas personas el número de gente la cifra de personas
del mismo/ de los mismos	su(s)
delegado(s)	delegación, delegaciones
el/los demandado/s	la parte demandada
el/los demandante(s)	quien(es) demande(n) quien(es) haya(n) demandado la parte demandante
los demás	el resto la demás gente la gente
de los demás	ajeno(s)
demasiados	bastantes suficientes
derechos del hombre	derechos humanos
(los) dichos	tales
diputado(s)	la Cámara el Parlamento
director(es)	dirección las y los directores directoras y directores el equipo directivo el director ( si es hombre) la directora ( si es mujer)
dirigente(s)	dirigencia la clase dirigente
discapacitado(s) (el, los)	personas con discapacidad personas discapacitadas personas que sufren discapacidad
distribuidor(es)	distribución
editor(es)	editoriales edición

él	[¿Y si tratas de eliminarlo?]
el	cada cualquier
el cual	quien que
elector(es)	electorado censo electoral
ellos	[¿Y si tratas de eliminarlo?]
el que	quien que la persona que quienquiera que
emigrante(s)	emigración
empleada(s) de hogar	servicio doméstico
empleador(es)	la(s) empresa(s)
empleado(s)	personal empleos plantilla
emprendedor(es)(el, los)	las y los emprendedores personas con espíritu emprendedor
emprendedores(como apoyo a los)	como apoyo a las personas que emprenden como apoyo a quien emprende como apoyo a iniciativas empresariales
emprendedores(formación de)	formación de personas emprendedoras formación a gente emprendedora
emprendedor( Manual de)	manual del emprendedor/a manual para emprender manual para personas emprendedoras
empresario(s)	la empresa empresariado empresarias y empresarios las y los empresarios las empresarias y empresarios quienes poseen una empresa la clase empresarial la patronal el mundo empresarial
enfermera(s)	personal de enfermería
entrevistador (el)	la persona que entrevista quien entrevista el/la entrevistador/a
enfermo(s)	gente enferma población enferma gente con enfermedades
espectador(es)	público asistente público que asiste a la representación
y su esposa	cónyuges (cuida el artículo) el matrimonio formado por
esposa(s)	cónyuge(s) (cuida el artículo)
esposo(s)	cónyuge(s) (cuida el artículo)
estimado(s)	estimada/o

	estimados/as
estimado(s) señor(es)	estimados señores y señoras estimadas/os señoras/es
estudiante(s)	estudiantado alumnado la clase las y los estudiantes los y las estudiantes
evaluador	evaluador y evaluadora
excluidos sociales	excluidas y excluidos sociales personas que son excluidas
las feministas	las y los feministas los y las feministas el feminismo los feminismos
funcionario(s)	funcionariado personal funcionario
fraternal	solidario/a amistoso/a entrañable íntimo/a
gerente(s)	gerencia
los habitantes	la población
hijo(s)	prole descendencia
hombre(s)	persona(s) ser(es) humano(s) humanidad género humano especie humana gente público mujer(es) y hombre(s) hombre(s) y mujer(es)
hombre(s)	[en el sentido de “cualquiera”] alguien cualquiera cualquier persona nadie
hombre(s) de la calle	ciudadanía gente de la calle persona(s) de a pie
interesado(s)(el, los)	el /la interesado/a
interesado (formación sin presencia física del)	formación no presencial formación a distancia sin presencia física de la persona interesada
intermediario(el)	la entidad intermediaria la persona intermediaria el /la intermediario/a
jefe(s)	jefatura
joven/ jóvenes	juventud gente joven personas jóvenes el colectivo juvenil

	jóvenes (sin artículo o con uno común)
jueces	judicatura
le	(a) él y ella
los lectores	el público lector
les	(a) ellas y ellos
limpiadora(s)	personal de limpieza
lo	lo él o ella
los [pronombre]	él y ella ella y él
los [artículo ]	cada cualquier
los cuales	quienes que
los que	quienes que las personas que quienesquiera que
madre(s) trabajadora(s)	madre(s) que trabaja(n) fuera de casa
maestra(s)	maestra(s) y/o maestro(s) maestro(s) y/o maestra(s)
maestros, padres y alumnos	la comunidad escolar la comunidad educativa
magistrado(s)	magistratura
marginados	colectivos marginados clases marginadas personas marginadas
marujas	marujas y marujos marujos y marujas ¿Y si lo eliminas?
<b>MASCULINOS GENÉRICOS</b> ejemplos: <i>los políticos</i>	<i>sustantivo colectivo + modificador</i> <i>la clase política, el mundo político</i> <i>personal+ modificador</i> <i>personas+ modificador</i> <i>colectivo+ modificador</i> <i>comunidad+ modificador</i> <i>público+ modificador</i> <i>grupo+ modificador</i> <i>gente+ modificador</i> <i>población+ modificador</i> <i>pueblo+ modificador</i> <i>equipo+ modificador</i> <i>mundo+ modificador</i> <i>clase+ modificador</i> <i>la profesión+ modificador</i> <i>el cuerpo profesional+ modificador</i>
médico(s)	gabinete médico personal médico-sanitario
(los) mencionados	tales
miembros	membresía
del mismo/ de los mismos	su(s)
muchos	multitud de infinidad de

	infinitud de gran cantidad de (un) gran número de una mayoría de (una) gran parte de (un) buen número de
mujeres y niños	mujeres adultas y población infantil
mujeres, niños y ancianos	adultas, población infantil y anciana
nacido en	natural de
ninguno(s)	nadie
niños	infancia/ adolescencia/ chiquillería/ gente menuda gente loca bajita gente joven / gente adolescente criaturas/ descendencia joven (es), adolescente(s), estudiante(s) cada estudiante, cualquier estudiante joven escolar, joven estudiante, joven alumnado
nosotros	(¿Y si tratas de eliminarlo?)
notario(s)	notaría
oyentes	audiencia público (oyente) quien(es) escucha(n)
una pareja de	un ... y una ... una ... y un ...
padres	padres y madres, madres y padres familias, los progenitores el entorno familiar
parado(s)	población en paro
participante(s)	quien(es) participa(n)
pobladores	población pueblo gente
pocos	una minoría de
los políticos	la clase política
presidente(s)	presidencia
productor(es)	producción quien(es) produce(n)
profesional(es) (el, los)	las y los profesionales profesionales el personal experto
profesor(es)	profesorado enseñante(s) [sin determinante ni adjetivo]
profesores, padres y alumnos	la comunidad educativa (y familiar) la comunidad escolar (y familiar)
promotor (es) (el, los)	las y los promotores las promotoras y promotores promotoras y promotores entidades promotoras personas promotoras

psicólogo(s)	gabinete de psicología
receptor(es)	recepción quien(es) recibe(n)
redactor(es)	redacción
(los) referidos	tales
representados(los)	representados/as las representadas y representados quienes son representados
representante(s)	representación quienes representen las y los representantes
secretaria(s)	personal administrativo trabajo administrativo secretariado
secretario(s)	la secretaría
señorita	señora
sí mismo(s)	su(s) propia(s) persona(s) la(s) propia(s) persona(s) por sus propios medios
socio(s) (el, los)	el socio y la socia personas asociadas
soldados	la tropa
solicitante(s)	solicitudes quien(es) solicite(n) quien(es) haya(n) solicitado
solo(s)	en solitario sin compañía
técnico(s) (el, los)	técnicas y técnicos persona de perfil técnico recursos técnicos la técnica
terceros (distribuir a)	distribuir a terceras personas distribuir a terceras partes
telespectador(es)	la audiencia el público (telespectador)
todas las personas	todos todo el mundo ellas y ellos ellos y ellas la totalidad nadie
trabajadora(s) del hogar	servicio doméstico
trabajador(es)	el personal los recursos humanos el colectivo trabajador la plantilla personas en actividad laboral personas que trabajan en la empresa mujeres y hombres que trabajan en la empresa profesional mano de obra
traductor(es)	traducción

turista(s)	el turismo
tutor(es)	tutoría
uno(s)	alguien cualquiera cada cual quienquiera una persona el ser humano la persona
unos cuantos	bastantes suficientes alguien
usuario(s) ( el, los)	usuarias y usuarios la y el usuario personas que utilizan quienes usan personas usuarias quien hace uso
varios	un grupo de un conjunto de (gran) variedad de una variedad de bastantes suficientes
vecinos	vecindario
vicepresidente(s)	vicepresidencia
viejos	vejez
vosotros	[¿Y si tratas de eliminarlo?]
voluntarios	voluntariado

## 6. BIBLIOGRAFÍA

**EMAKUNDE/ Instituto Vasco de la Mujer**, 1988. “El lenguaje más que palabras. Propuestas para un uso no sexista del lenguaje”. Vitoria-Gasteiz.

**LÓPEZ DíEZ, Pilar**, 2003: *Utilización no sexista de la imagen en acciones de Marketing y Publicidad*. Proyecto Parekatuz. Diputación Foral de Bizkaia/ Bizkaiko Foru Aldundia.

**BENGOECHEA, Mercedes**, 2003: *Guía para la revisión del lenguaje desde la perspectiva de Género*. Proyecto Parekatuz. Diputación Foral de Bizkaia/ Bizkaiko Foru Aldundia.

**BIZKAIKO FORU ALDUNDIA/ DIPUTACIÓN FORAL DE BIZKAIA**, Varios *Manuales de Comunicación y Género*. Proyecto Parekatuz. 2003-2008

**BBK** 2004: “Guía para el uso igualitario del lenguaje en BBK”.

**CEDEMI**, 2005. “Manual de buenas prácticas en comunicación y género”.

**Metro Bilbao** 2005. “Comunicación no sexista en Metro Bilbao”.

**Ayuntamiento de Bilbao**: Guía para una comunicación con Equidad de Género

**Varios Ayuntamientos: Durango, Galdakao, Derio,...** 2006. “Guía para un estilo de Comunicación Igualitaria” en el marco del Proyecto Parekatuz. 2003-2008, de BIZKAIKO FORU ALDUNDIA/ DIPUTACIÓN FORAL DE BIZKAIA