

*Guía para
la utilización de
un lenguaje
no
sexista*



ÍNDICE

1 Objetivos de esta guía

¿Qué entendemos como lenguaje sexista?

El lenguaje sexista expresa una mentalidad sexista

Características del lenguaje sexista: ignora, oculta, niega
jerarquiza, estereotipa o ridiculiza

¿El español, una lengua sexista?

La Real Academia frente a las directrices administrativas

Las rémoras del español

Aspectos positivos de la cultura española

El trato igualitario entre mujeres y hombres es un principio jurídico democrático

2 Lenguaje sexista: aprender a detectarlo y saber solucionarlo

Las principales manifestaciones del español sexista:

Genérico masculino 11 posibles soluciones

Nosotros, unos y todos

Pronombres + relativo

El hombre, ¿medida de todas las cosas?

Tratamientos

Jerarquías -el orden de las palabras

Profesiones en femenino, cargos y títulos

Buenas armas para invertir expresiones sexistas

Desdoblamiento de sujetos, determinantes y adjetivos

Impersonalización y neutralización

Barras, arroba@s y guiones

Lenguaje directo

Riqueza de lenguaje para sortear problemas

Actitudes sexistas expresadas a través del lenguaje

Sexismo de los contenidos y uso desequilibrado del lenguaje

Los duales aparentes

Violencia y menosprecio en los mensajes

Los chistes y las historias sexistas ¿son tan graciosos?

Crónica rosa y discriminación lingüística en los medios de comunicación

La vieja (y apolillada) usanza

La corrección política excesiva versus corrección lingüística

3 Aplicación del lenguaje no sexista en diversos contextos laborales

Espacios para el lenguaje no sexista

Documentos administrativos y de uso interno (+ Ejemplos)

Desdoblamiento de sujetos, determinantes y adjetivos

Impersonalización y neutralización

Barras, arroba@s y guiones

Lenguaje directo

Riqueza de lenguaje para sortear problemas

Actitudes sexistas expresadas a través del lenguaje

Administración

Recursos Humanos

Intranet y publicaciones corporativas

La comunicación externa

Relaciones públicas y con los medios de comunicación

Internet y publicaciones externas

Marketing, Publicidad y promociones

4 La rentabilidad del lenguaje no sexista

Anexo 1 Recopilación de recursos

Anexo 2 ¿Quieres saber más?

Bibliografía y herramientas en Internet

ESTRATEGIA
GLASS
GOOSE
SEXIS
TAS
DEL
IDIOMA

3

OBJETIVOS de esta guía



e

Estás ante una página en blanco, intentando redactar un discurso o una circular, y ya el simple hecho de comenzar te supone un escollo: "¿cómo debo dirigirme a quienes van a recibir este mensaje? ¿Debo decir, buenos días **compañeros** o mejor, buenos días **compañeras y compañeros**?". Eres consciente de que tu mensaje irá destinado a mujeres y hombres pero, por costumbre o economía de lenguaje, tiendes a utilizar "compañeros".

Situaciones similares se repiten cada día en el marco de la actividad empresarial. El lenguaje tradicional sigue anclado en una época en la que las mujeres no trabajaban y los hombres no se dedicaban a actividades consideradas "femeninas". Pero los tiempos han cambiado, y el lenguaje debe adaptarse a una nueva situación, en la que hombres y mujeres tienen acceso abierto a empleos, profesiones y cargos.

Las sociedades modernas se han dotado de constituciones y leyes

fundamentales que garantizan la igualdad entre hombres y mujeres. Organismos supranacionales como las Naciones Unidas o la Unión Europea alientan la expresión de esa igualdad en cada uno de los aspectos de la vida, con el objetivo de que cada ciudadano/a se sienta libre, decisivo/a y parte de la sociedad. Existen numerosas directrices oficiales enfocadas a hacer realidad este fin en las administraciones, los medios de comunicación o la empresa. La finalidad de esta guía es adaptarse a esos principios...

- **Dando respuesta** en el día a día de la empresa, en situaciones en las que quizás no habíamos caído, pero que pueden estar minimizando, ocultando o discriminando a uno de los sexos con respecto al otro.
- **Ofreciendo una serie de pautas** prácticas para mejorar el entendimiento y respeto entre ambos sexos a través del uso de un lenguaje no sexista, tanto en situaciones laborales como sociales. Mediante ejemplos y consejos prácticos, veremos cómo disminuir en nuestro trabajo diario esas expresiones que, a

veces, ni siquiera identificamos como sexistas.

- **Facilitando fórmulas** concretas para sustituir el lenguaje sexista por uno igualitario, para mejorar el lenguaje hablado, los documentos internos y los materiales divulgativos de la entidad.
- **Aportando una herramienta** útil y práctica para resolver las dudas en cuanto al uso correcto del lenguaje no sexista.
- **Contribuyendo** al reconocimiento de la realidad social y ayudando a hacerla más habitable para las personas.
- **Familiarizando a las personas** que lean la guía con las estrategias no sexistas que posee la lengua. Pretendemos evitar la ambigüedad de ciertos mensajes sin afejar las normas gramaticales.
- **Mejorando las relaciones** a través del lenguaje, escribiendo con precisión y, sobre todo, transformándonos, transformando así lo que queremos que cambie.

¿Qué entendemos como LENGUAJE SEXISTA?

Con el término sexismo se designa la discriminación de personas de un sexo por considerarlo inferior a otro. El sexismo abarca todos los ámbitos de la vida y el lenguaje es uno de ellos" (Calero Fernandez, M.A. "Sexismo lingüístico, análisis y propuestas ante la discriminación sexual en el lenguaje". Madrid, Narcea, 1999).

El lenguaje es la herramienta más poderosa de la inteligencia humana. La máxima capacidad de expresión del pensamiento. Transmite la realidad, los valores y el conocimiento del mundo. Pero sus expresiones, ya sea por el arraigo de la costumbre o por el mecanismo mental al que responden, pueden resultar dañinas para la igualdad entre los sexos. "La lengua actúa como un cristal aparentemente transparente pero capaz de ampliar, empequeñecer e incluso deformar nuestra visión" (Instituto de la Mujer).

El lenguaje es sexista cuando:

- Discrimina o invisibiliza a la mujer al hablar o escribir: "**Los españoles** somos líderes en donación de órganos", "**Nosotros** aplaudimos dicha medida". ¿Nosotras también? y, ¿qué hay de las españolas, no son generosas?
- Sobrevalora lo masculino: "Es la respuesta de **los médicos...**", "**los presidentes del Gobierno** y **primeros ministros** de la Unión Europea...". ¿Se han mantenido al margen las doctoras? ¿Excluyeron intencionadamente a la alemana Ángela Merkel?
- Induce a malentendidos y a confusión: "**los expertos** en la bolsa aconsejan vender...", "**todos los vecinos** están **convocados**", "Una gran oferta para **nuestros**

suscriptores". No sabemos con seguridad si la expresión -o los beneficios- incluyen o no a las mujeres.

- Insiste en identificar Humanidad con *hombre*, un concepto conocido como **androcentrismo** con gran tradición y difusión en la mayoría de las lenguas vivas: "*el hombre es la medida de todas las cosas*". Al considerar a "*los hombres*" ejes de toda evolución y experiencia, se acepta como algo natural la preponderancia del varón.

El sexismo lingüístico puede ser **léxico** o **sintáctico**. El primero se refiere al uso de las formas masculinas para nombrar tanto a hombres como a mujeres,

tratamientos de cortesía inadecuados, pares incorrectos, duals aparentes, olvido de la mujer, chistes y refranes, cargos, oficios, palabras androcéntricas, etc.

Desde el otro lado, el sexismo sintáctico, coloca el mundo bajo la perspectiva del varón. Lo identifica con "*gente que solo busca su pan, su hembra, su fiesta en paz*" (hombre=gente; mujer=X), o incurre en un salto semántico: "*los ingleses prefieren el té al café, también prefieren las mujeres rubias a las morenas*" (De nuevo, ingleses=población inglesa; inglesas=X). Para esta forma de sexismo, los elementos femeninos son de segunda categoría, mientras que el masculino representa el todo, lo universal, lo neutro.

La prueba del nueve del sexismo

El sexismo lingüístico se puede detectar aplicando la regla de inversión. Consiste en sustituir la palabra dudosa por su correspondiente de género opuesto. Si la frase resulta inadecuada, es que el enunciado es sexista.

El lenguaje sexista expresa una **MENTALIDAD** sexista

El lenguaje no es la fuente de todos los sexismos, sino que es el sexismo el que impregna el lenguaje. Cuando la discriminación se debe al fondo del mensaje y no a su forma se trata de sexismo social. La máxima "*las mujeres no*

saben leer mapas" es un ejemplo de ello. El sexismo no está en la frase sino en la mente de quien habla o escucha. La constante exposición a estereotipos nos acostumbra a ellos y, muchas veces, los consideramos aceptables.

¿Yo sexista? Ni hablar

Para comprobarlo, basta con someterse a un acertijo que aprovecha los prejuicios para poner a prueba la agilidad mental.

"Un niño y su padre viajan en coche cuando chocan de frente contra otro vehículo. En el accidente, el padre muere en el acto y el niño presenta graves heridas. Una ambulancia lo traslada al hospital y es directamente ingresado en quirófano. Pero el cirujano que tiene que operarlo se niega a practicar la intervención porque ese niño es su propio hijo. ¿Cómo es posible?"

Esta adivinanza clásica es un ejemplo de cómo funcionan aún nuestras mentes, que buscan antes una respuesta complicada (el niño es adoptado, se trata de una pareja del mismo sexo, fue fecun-

dado in vitro...) en lugar de la más sencilla: el cirujano es la madre.

Las raíces de la discriminación lingüística están en la discriminación social: el lenguaje refle-

ja los prejuicios sociales existentes. En el camino hacia una igualdad verdadera entre los sexos, el lenguaje juega un papel fundamental, porque no sólo

lo es un espejo de los valores sociales, sino que influye en nuestro comportamiento: el lenguaje sexista aumenta la desigualdad.



CARACTERÍSTICAS del lenguaje sexista

Se considera lenguaje sexista aquel que **ignora** la existencia de uno de los sexos con respecto a otro; **oculta** su presencia pública a través de los mensajes; **minimiza** la relevancia de hombres o mujeres y su papel en la sociedad; **niega** el lugar o los logros conseguidos por unos u otras; **subordina** un sexo al otro, otor-

gándole una categoría inferior; **ridiculiza** a un colectivo completo, o insiste en los viejos **estereotipos** en vez de acoplarse a las nuevas ideas.

En definitiva, el uso sexista del lenguaje **discrimina** a uno de los sexos. El balance general suele saldarse en contra de la mujer.

¿EL ESPAÑOL, una lengua sexista?

el español en sí no es una lengua sexista, pero sí lo pueden ser tanto las y los hablantes como las y los oyentes, dependiendo de sus interpretaciones. No es necesario tener mala intención para que una frase contenga una carga sexista.

Siendo completamente neutras, ciertas expresiones están inevitablemente asociadas, por medio de una imagen mental, a uno u otro sexo; nos es difícil encontrar un referente masculino para la expresión "*una criatura muy*

delicada", y lo mismo ocurre con "*un lince para los negocios*": nuestra primera visualización responde de forma casi automática a un varón con traje y corbata.

Por otra parte, las palabras ofrecen connotaciones muy diferentes en su versión masculina y femenina. El propio **diccionario de la Real Academia de la Lengua** recoge vocablos muy despiadados con las mujeres y acepciones que, en su voz femenina, representan una fuerte carga discriminatoria.

No, no es lo mismo:	que:
zorro: (5) coloq. Hombre muy taimado y astuto	zorra: (4) prostituta
hombre público: (1) El que tiene presencia e influjo en la vida social	mujer pública: (1) prostituta
golfo: (2) m. y f. Pillo, sinvergüenza, holgazán	golfa: (3) prostituta
sargento: (1) com. Mil. Suboficial de graduación inmediatamente superior al cabo e inferior al sargento primero	sargenta: (2) f. Mujer corpulenta, hombruna y de dura condición

() Entre paréntesis, número de la acepción de la entrada en el diccionario de la RAE.

Matices aparte, es en sus construcciones directas y en su uso cotidiano donde el español se

manifiesta como un lenguaje con gran potencial sexista. Muchos son los ejemplos.

La **REAL ACADEMIA** frente a las directrices administrativas

El lenguaje no sexista es una cuestión que se presta a polémica y discusión. Quienes se han manifestado en contra alegan que lleva a una complicación lingüística, a expresiones más largas y duplicaciones para tomar en cuenta ambos sexos, al uso de barras, arrobas y otros recursos que consideran "extraños" a la economía y funcionalidad de los mensajes. Sin embargo, utilizar un lenguaje no sexista no es sólo cuestión de cortesía y buenas maneras, sino que se fundamenta en el derecho a la igualdad entre mujeres y hombres.

Uno de los frentes más controvertidos surge al plantear la pregunta "¿quién manda en el lenguaje?". Desde hace casi tres si-

glos, la Real Academia Española (RAE) tiene el cometido de "establecer los criterios de propiedad y corrección de la lengua", así como contribuir a su esplendor. Su principal misión, según refleja en los Estatutos que regulan su funcionamiento, "es evitar que los cambios que experimente la lengua española en su constante adaptación a las necesidades de sus hablantes quiebren la unidad que mantiene en todo el ámbito hispánico".

Por su parte, las diferentes Administraciones españolas (locales, autonómicas o nacional) han adoptado una serie de pautas lingüísticas de obligado cumplimiento en su vertiente oficial que van desde la denominación de ciuda-



des y territorios al uso no discriminatorio del lenguaje. La aplicación de estas normas se ciñe al ámbito nacional y se desvía a menudo de las disposiciones de la Academia, que afectan los 400 millones de personas que forman la comunidad hispanohablante.

En los últimos años se han acentuado las discrepancias entre la institución garante de la lengua española y el colectivo que defiende la implantación de un lenguaje no sexista, integrado principalmente por personalidades políticas y activistas de la igualdad, en-

tre quienes se cuentan mentes de gran solvencia intelectual.

La RAE se ha resistido a aceptar el término "miembra", como se le reclamaba desde varios ministerios y se ha negado a desplazar el término "sexo" en favor de "género" cuando se refiere a la discriminación o la violencia contra las mujeres.

La agencia EFE informaba el 2 de noviembre de 2006 de la respuesta de la Real Academia Española a una consulta del Parlamento Andaluz: advertía de que los



desdoblamientos lingüísticos de género en los textos normativos, como por ejemplo 'el diputado, la diputada', son «innecesarios, inadecuados y generadores de un lenguaje artificioso».

La polémica sigue viva. Mientras las Administraciones exigen la adecuación del español a la igualdad, la RAE

defiende su propia norma. Esta guía recurre a la riqueza del idioma español para ofrecer a la igualdad soluciones correctas y aplicables.

Las **RÉMORAS** del español

En su uso académicamente correcto, el español presenta algunos aspectos que chocan de frente con los esfuerzos por erradicar el sexismo y fomentar la igualdad.

El principal es la **utilización del**

masculino como genérico para designar un colectivo compuesto por hombres y mujeres. Entre los más comunes se encuentra "*los padres*" para designar a la vez al padre y la madre; y lo mismo ocurre con los abue-

los, hijos, hermanos, trabajadores, familiares, parientes, desempleados, ciudadanos, contribuyentes, habitantes, votantes, usuarios, beneficiarios, cónyuges, herederos, propietarios, arrendatarios, beneficiarios, accionistas, peatones, clientes, viandantes, empresarios, empleados, manifestantes, afiliados, televidentes... y cientos de palabras utilizadas a diario en documentos administrativos, medios de comunicación y conversaciones privadas. El resultado: las mujeres se vuelven invisibles en una sociedad de la que forman parte al 50%.

La **tradición androcentrista** europea también representa un escollo intelectual para que las mujeres se vean reconocidas como parte de la Humanidad. Expresiones, citas y dichos de uso frecuente ahondan en la invisibilidad femenina.

- *"El hombre es un lobo para el hombre"*
- *"El hombre es el único animal que tropieza dos veces en la misma piedra"*
- *"El hombre es la medida de todas las cosas"*

- *"El hombre propone y Dios dispone"*

En usos menos solemnes, el lenguaje también se contagia de la masculinización de las expresiones, y el español es rico en locuciones en las que la mujer carece de espacio propio:

- Hablar de hombre a hombre
- El hombre de la calle
- El españolito de a pie

En cuanto a las **profesiones**, la progresiva incorporación de las mujeres a todos los sectores y niveles del trabajo remunerado ha obligado a actualizar la lista de cargos para adecuarlos a su correcto tratamiento cuando son ocupados por señoras. Tampoco este campo semántico se ha visto exento de polémica. Pero es precisamente aquí donde se libra una de las batallas decisivas del lenguaje no sexista. Y no sólo porque representa de forma expresa un reconocimiento oficial y público de los logros de quienes han accedido a esas profesiones, sino también por el impacto positivo que supone para las legítimas aspiraciones de otras mujeres.

Aspectos positivos de la **CULTURA** española

La tradición española, tanto en España como en Hispanoamérica, ha otorgado algunas ventajas a las mujeres respecto a otras culturas como la anglosajona o escandinava.

La más valiosa de ellas es la **conservación del apellido** familiar, independientemente del estado civil, y su incorporación a la descendencia aunque, por desgracia, tras el del marido, aunque en algunas sociedades, como la española, ya se contempla la posibilidad de trasponer los apellidos según las preferencias familiares. El derecho al nombre no es cuestión baladí cuando se piensa que en las sociedades punteras en cuestiones de igualdad, como la holandesa, para una mujer es una auténtica odisea burocrática recuperar su propio apellido tras un divorcio.

También ha sido relativamente sencillo feminizar las profesiones en español, desde luego, más que en inglés. Con excepciones, añadir una simple "a" a las exis-

tentes ha sido más fácil que buscar una palabra de consenso a "policeman", "businessman" o "postman", que han representado un serio problema cuando las sociedades anglohablantes se han propuesto ponerse al día en cuestiones de igualdad.

El diferente uso de los pronombres posesivos (his, her) y su referente masculino/femenino representa un serio problema en inglés (el masculino actúa como genérico), algo que evita el flexible "su" castellano.

El tuteo, cada día más extendido tanto en el ámbito político como en los medios de comunicación o la empresa, hace más directas las relaciones y facilita la inclusión de expresiones que sustituyen palabras discriminatorias ("*Únete al equipo*" es una forma más abierta y positiva de reclutar personal que "*Seleccionamos vendedores*"). En lenguas más ceremoniosas, como por ejemplo el francés, resulta muy difícil sortear los tratamientos con tanta holgura.

EL TRATO IGUALITARIO entre mujeres y hombres, es un PRINCIPIO JURÍDICO democrático

El lenguaje no sexista se fundamenta en la legislación internacional y nacional sobre la igualdad entre mujeres y hombres, preocupación que surgió con fuerza en los años 80 del siglo pasado. Desde la **Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer**, aprobada por la Asamblea General de las Naciones Unidas en 1979 y ratificada por España en 1983, la legislación española toma en consideración la igualdad entre mujeres y hombres.

El artículo 14 de la **Constitución Española** proclama el derecho a la igualdad y a la no discriminación por razón del sexo, mientras que la Ley orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres pretende facilitar las condiciones adecuadas para acabar con la desigualdad combatiendo todas las manifestaciones de discriminación.

La **Ley de Igualdad** observa situaciones concretas relacionadas con el uso del lenguaje y el artículo 14 establece las bases de un lenguaje inclusivo: "La implantación de un lenguaje no sexista en el ámbito administrativo y su fomento en la totalidad de relaciones sociales, culturales y artísticas."

En su artículo 37, la Ley de Igualdad define que los medios de comunicación públicos deben utilizar el lenguaje de forma no sexista, y en el artículo 28, referente a la Sociedad de la Información, se recoge que en todos los proyectos de tecnología de la información y de la comunicación sufragados con dinero público, los contenidos y el lenguaje no serán sexistas.

Los artículos 37-41 regulan el tratamiento igualitario de las mujeres y hombres en los medios de comunicación y en la publicidad, velando por la utilización no sexista del lenguaje.

LOS LIMITE
S DE MI MU
NDO SON
LOS DE MI
LENGUAJE

4

LENGUAJE SEXISTA

aprender a detectarlo
y saber solucionarlo



el lenguaje refleja nuestra realidad, el sistema de normas y valores que se aplican en nuestro entorno. Hay escuelas de pensamiento que determinan que las fronteras y barreras del lenguaje forman los límites de nuestro mundo, a partir de la máxima de Wittgenstein: "Los límites de mi mundo son los límites de mi lenguaje". Una escuela de tan rabiosa actualidad como la programación neurolingüística (PNL), defiende que el uso del lenguaje llega incluso a definir

nuestro comportamiento individual y colectivo.

No cabe duda de que las expresiones y términos utilizados en nuestra oficina o círculos sociales no sólo influyen en nuestra manera de comportarnos ante ciertas personas, sino que son el fiel reflejo del respeto que sentimos por ellos y del ambiente que generamos. Decir a una nueva secretaria de departamento nada más comenzar: "Oye, **niña**, ¿me puedes traer dos cafés, que tengo visita?"... tal vez no sea la manera más eficaz de crear un buen ambiente laboral.

PRINCIPALES MANIFESTACIONES del español sexista

EL GENÉRICO masculino

Hasta que no se nos llama expresamente la atención sobre el sesgo que suponen, estas frases nos resultan perfectamente aceptables:

- *"Todos debemos esforzarnos en alcanzar los objetivos"*
- *"El que desee llegar en transporte público..."*
- *"La escuela se ha construido gracias a la generosidad de los donantes"*
- *"El descuento se aplicará a los diez primeros empleados que..."*
- *"A todos los interesados en el puesto vacante..."*
- *"La reunión es sólo para directivos"*
- *"El seguro más barato para buenos conductores..."*

Sin embargo, al leer estas frases desde el punto de vista de una mujer, queda un amplio espacio para la duda: ¿También yo debo esforzarme? ¿Debo llegar en mi coche? ¿Sirvió para algo mi donativo? ¿Me harán descuento a mí también? ¿Sólo los hombres optarán al puesto vacante? ¿Las directivas quedamos fuera? ¿Es mejor tener mi seguro a nombre de mi esposo?

¿Realmente, una palabra en apariencia tan inocente como *todos* es sexista cuando se utiliza para englobar a ambos sexos? Gramaticalmente su uso es correcto, pero según muchos expertos en lenguaje no sexista, se trata de una expresión que se debe evitar. ¿Y cómo solucionar esta situación? Las pautas de lenguaje no sexista aconse-



jan expresiones neutras: *todo el mundo, todo el equipo, todo el grupo.*

Situaciones como ésta nos rodean en nuestro día a día profesional y nos obligan a tomar decisiones muy deprisa. Algunas veces no tenemos (o creemos no tener) ni tiempo ni ganas para reflexionar sobre el lenguaje; otras, sencillamente, sabemos que se trata de una expresión sexista, pero no se nos ocurre otra igual de descriptiva.

¿Cómo sustituir, por ejemplo, la expresión *algunos empresarios avanzados*? La pauta no sexista apunta el uso del colectivo *El empresariado avanzado* que, a pesar de tratarse de una voz masculina, incluye de forma real a hombres y mujeres. Tam-

bién podríamos decir *la clase empresarial.*

El uso del masculino genérico es ambiguo y presta a una mala interpretación, porque el género masculino en plural puede definir al sexo masculino sólo o a ambos sexos (*los políticos, los ciudadanos, los usuarios*), mientras que el genérico femenino solo define al femenino (*las amigas, las periodistas, las jóvenes*). Esto puede dar lugar a la discriminación y la ocultación de la mujer.

Y lo mismo ocurre cuando preferimos emplear *quien/quienes* en vez de la construcción determinante+relativo (*el/llos que*): ambas expresan lo mismo, pero la primera, desde el punto de vista del lenguaje no sexista, es la única que incluye a los dos sexos.

Once opciones válidas frente al genérico masculino (y el lenguaje sexista)

El español ofrece, al menos, once formas gramaticalmente correctas y aceptables de sortear el sexismo del genérico. Asimilarlas es muy útil, pues nos servirán para evitar otras fórmulas de sexismo en el lenguaje.

1) El colectivo

El español es rico en palabras que incluyen a un conjunto de hombres y mujeres:

Expresión común	Expresión no sexista
Los trabajadores	La plantilla
Los chicos	El grupo de jóvenes
Los niños	La infancia
Los ciudadanos	La ciudadanía

2) Perífrasis y expresiones compuestas

Con varias palabras podemos reorientar en sentido sexista del genérico:

Expresión común	Expresión no sexista
Los políticos	La clase política la representación política
Los gallegos	La población gallega el pueblo gallego la gente de Galicia
Los profesores	El profesorado el cuerpo docente el personal docente
Los sirvientes	El servicio doméstico
Los ancianos	Las personas mayores

3) Cargos e instituciones para representar a las personas

“*Los directores* del proyecto presentarán las instrucciones generales, mientras que *los asesores* facilitarán sus informes a *la secretaria* del departamento y *el becario* elaborará un resumen para *los contables*”.

Tal como está formulada esta frase se desprende que los directores, asesores y contables son varones, que el becario también lo es y que la única mujer involucrada en el proyecto es la secretaria. Para no excluir a las integrantes femeninas de los diferentes equipos, la propuesta no sexista puede recurrir, en buena parte de los casos, a nombrar a las personas según sus cargos o las entidades a las que pertenecen:

“*La dirección* del proyecto presentará las instrucciones generales, mientras que *el equipo asesor* facilitará sus informes a *la secretaria* del departamento y *el becario* elaborará un resumen para *el departamento de contabilidad*”.

Cuando la frase y el contexto nos los permiten, podemos sustituir los genéricos masculinos por alusiones a cargos, instituciones o profesiones siguiendo estos ejemplos:

Expresión común	Expresión no sexista
Los tutores	La tutoría
Los jueces	La judicatura
Los ministros	El Ejecutivo
Los profesores	El profesorado
Los alumnos	El alumnado
Los abogados	La abogacía
Los subdirectores	La subdirección
Los redactores	La redacción
Los inspectores	La inspección
Las enfermeras	La enfermería
Los críticos	La crítica

4) Desdoblamiento

Nombrar expresamente y de forma individual a cada sexo es la fórmula más sencilla e inmediata de utilizar el lenguaje no sexista:

Expresión común	Expresión no sexista
Los candidatos	Los candidatos y las candidatas
Los estudiantes	Los y las estudiantes
Los clientes	Los clientes y las clientas Los y las clientes

5) Recursos gráficos: Barras, arrobas y guiones

Estos signos ofrecen soluciones sobre todo a textos abreviados, mensajes cortos y formularios. El éxito de su uso radica en su sencillez y ahorro de espacio; el problema, en su cuestionable corrección lingüística.

Las barras son formales y aplicables en casi cualquier caso; la arroba -que no es un símbolo propiamente lingüístico, pero que se ha popularizado gracias a su uso en la Red- es más adecuada para contextos informales, publicidad e Internet; el guión está menos extendido e interrumpe de forma gráfica la lectura.

Aunque el uso del símbolo @ soluciona muchas situaciones y resulta cómodo, no se trata de un signo lingüístico que defina a ambos sexos. Se recomienda su empleo sólo en la comunicación interna e informal.

Expresión común	Expresión no sexista
El consumidor	El/la consumidor/a • El-la consumidor-a
El cliente	El/la cliente/a • El-la cliente-a • client@
Los estudiantes	Los/las estudiantes • Los-las estudiantes
Los niños	Los/las niños/as • niñ@s Los-las niños-as • niñ@s

6) Explicaciones y especificaciones expresas

Añadir una aclaración al genérico masculino para que incluya también al sexo femenino es una solución que expande el lenguaje, pero clarifica y evita malentendidos:

Expresión común	Expresión no sexista
Los jóvenes podrán solicitar plaza...	Los jóvenes, tanto chicos como chicas, podrán solicitar plaza...
Animamos a los congresistas a participar en el torneo de golf	Animamos a los congresistas, tanto a hombres como a mujeres, a participar en el torneo de golf

7) Omisión de pronombres y determinantes

Una de las ventajas del idioma español es que, en muchos casos, pueden eliminarse los artículos, pronombres o personas del verbo sin que las frases pierdan su sentido:

Expresión común	Expresión no sexista
A partir del 1 de mayo, podrán presentar su declaración los contribuyentes de...	A partir del 1 de mayo, podrán presentar su declaración contribuyentes de...
Nosotros no nos hemos opuesto Al encuentro acuden los representantes provinciales	No nos hemos opuesto Al encuentro acuden representantes provinciales

8) Determinantes y pronombres sin género

Antes de incurrir en graves errores gramaticales capaces de encender el debate público, como ocurrió hace un tiempo con la pa-

labra "*miembra*", es interesante conocer qué recursos neutros ofrece el español para eludir el genérico masculino:

Expresión común	Expresión no sexista
A la reunión deberán asistir todos los miembros del comité	A la reunión deberá asistir cada miembro del comité
Que levante la mano el que esté a favor de la propuesta	Que levante la mano quien esté a favor de la propuesta
Los que prefieran votar por correo...	Quienes prefieran votar por correo...
Los que estén comprometidos de antemano	Quienes tengan un compromiso anterior

9) Conjugación impersonal

Las construcciones impersonales (por ejemplo, con "se") pueden prestar buenos servicios al lenguaje no sexista:

Expresión común	Expresión no sexista
Durante los próximos días el director decidirá qué medidas tomar	Durante los próximos días se decidirá qué medidas tomar
Todos los empleados utilizarán gorros para acceder a la cocina	Para acceder a la cocina es imprescindible utilizar gorro
Durante 10 días los compradores tienen la opción	Durante 10 días se tiene la opción a la devolución

10) Lenguaje directo

El lenguaje publicitario, el marketing y los medios de comunicación son conscientes de que la línea recta es el camino más corto y eficaz entre quien emite y quien recibe un mensaje. En determinados contextos, "*tú*" y "*usted*", entre otras formas de

dirigirse a la persona como si fuera única, son opciones eficaces y no sexistas:

Expresión común	Expresión no sexista
Los clientes que decidan comprar en mayo, tendrán descuentos adicionales	Si decides comprar en mayo, tendrás descuentos adicionales
Necesitamos empleados en el departamento de Sistemas	El departamento de Sistemas te necesita ¿Quieres trabajar en Sistemas?
Precisamos voluntarios para organizar la fiesta de Navidad	Ayúdanos a organizar la fiesta de Navidad
¿Qué opinan nuestros oyentes?	¿Y usted qué opina?
¿Quieres formar parte de nuestra comunidad de usuarios?	Únete a nuestra comunidad

11) Formas no personales del verbo

El lenguaje no sexista tiene buenos aliados en el infinitivo y el gerundio:

Expresión común	Expresión no sexista
Es imprescindible que los trabajadores cuiden su espalda...	Es imprescindible cuidar la espalda...
Los que paguen con antelación obtendrán un descuento del 8%	Pagando con antelación se obtiene un descuento del 8%

No todos los genéricos en masculino son sexistas

Hay que distinguir entre los sustantivos de doble forma (*niña-niño, profesor-profesora, empleado-empleada*) y genéricos, que

sólo tienen un determinante: *la víctima, el personaje, el familiar, el bebé...* En estos últimos, la corrección gramatical exige el uso del género dado: no se trata de lenguaje sexista.

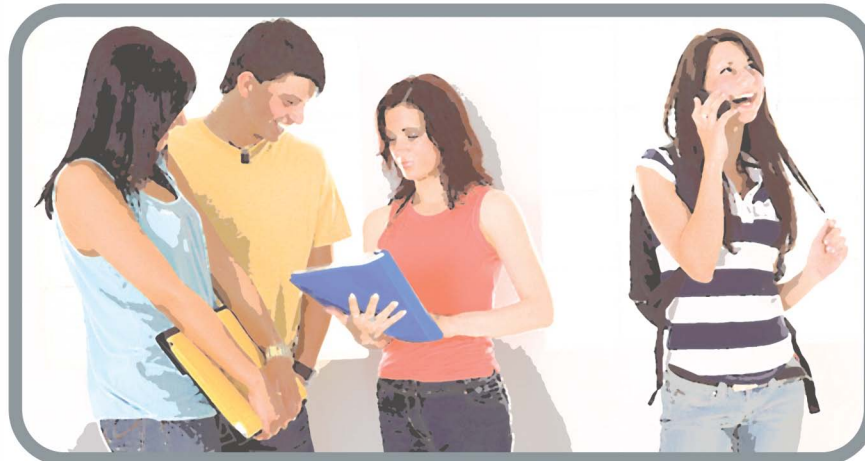
NOSOTROS, unos y todos

Se trata de una extensión del genérico en la que el lenguaje se sirve de estas palabras para referirse a hombres y mujeres.

Uno, unos. En discursos, publicidad, artículos o manuales, se sue-

le recurrir al "uno" en su función impersonal: pero sigue siendo masculino y singular. Llevarlo a una expresión no sexista es fácil gracias a las pautas indicadas para evitar el genérico masculino o acudiendo a la palabra "persona".

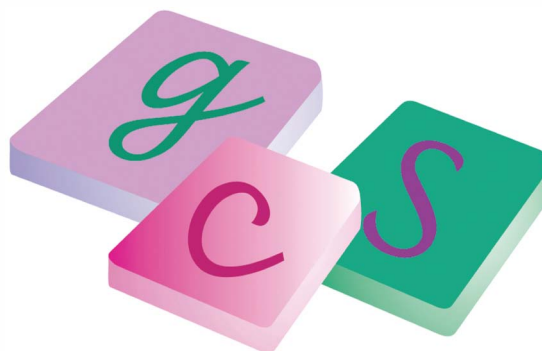
Expresión original	Recurso no sexista	Expresión no sexista
En ese momento, uno se da cuenta de que...	Lenguaje directo	En ese momento te das cuenta de que...
Cada uno es como es	Pronombre neutro "persona"	Cada cual es como es Cada persona es como es
Uno no se plantea recurrir a un abogado hasta que...	Pronombre neutro	Nadie se plantea recurrir
Unos dijeron que sí, otros que no	"persona"	Algunas personas dijeron que sí y otras que no



Nosotros, vosotros y ellos. Frecuentes en discursos, circulares y comunicados, las personas del verbo tienen en español una gran ventaja sobre otros idiomas: no se requiere su pre-

sencia constante. Al obviar los plurales en su vertiente masculina, solucionaremos algunas rémoras del lenguaje sexista sin cambiar el sentido exacto de la frase:

Expresión común	Expresión no sexista
Lo que vosotros queréis es...	Lo que queréis...
Nosotros hemos estado trabajando en ello	Hemos estado trabajando en ello
Eso fue lo que nos respondieron ellos	Eso fue lo que nos respondieron



Todos. Es muy corriente al hablar o escribir, tiene opciones no sexistas muy sencillas: bas-

taría con sustituir esta palabra por la expresión "*todo el mundo*" o "*la totalidad*":

Expresión común	Expresión no sexista
Todos salen ganando	Todo el mundo sale ganando
Buenas noticias para todos	Buenas noticias para todo el mundo
Todos los asistentes a la Asamblea	La totalidad de la Asamblea

Pronombres + relativo

El que; los que; aquellos que; algunos que; unos que; otros que...
Para evitar frases formadas con el

masculino como relativo, podemos emplear los pronombres quien, quienes o cualquiera:

Expresión común	Expresión no sexista
El que quiera formar parte del proyecto...	Quien quiera formar parte del proyecto ...
Los que quieran formar parte del proyecto...	Quienes quieran formar parte del proyecto...
Cualquiera que quiera formar parte del proyecto...	Aquellos que quieran formar parte del proyecto...
Algunos que no constaban en el censo elevaron una queja	Quienes no constaban en el censo elevaron una queja
Unos que no habían recibido la propuesta pidieron la copia a otros que sí la tenían	Quienes no habían recibido la propuesta pidieron la copia a quienes sí la tenían

EL HOMBRE, ¿medida de todas las cosas?

El hombre comenzó a cultivar la tierra...". Y la mujer, ¿acaso siguió cazando? El término "hombre" tiene un uso muy extendido como referente de "ser hu-

mano" o "persona", pero también es sinónimo de "varón".

Dicha costumbre, herencia de la **tradición androcéntrica** de

nuestra cultura, representa un escollo intelectual para que las mujeres se vean reconocidas como parte de la Humanidad. Expresiones, citas y dichos de autores clásicos ahondan en la invisibilidad femenina. En usos menos solemnes, el lenguaje

también se contagia de la masculinización de las expresiones, y el español es rico en locuciones en las que la mujer carece de espacio propio. ¿qué se puede hacer frente a las frases hechas? Algunas tienen opciones, otras, no tanto:

Expresión común	Expresión no sexista
El hombre es un lobo para el hombre	Formulada por Plauto en latín siglos antes de Cristo y revitalizada por Thomas Hobbes en el siglo XVII, esta frase es una cita literal de sus autores. De cambiarse no sería reconocible.
El hombre es la medida de todas las cosas	La máxima de Protágoras se convirtió en lema del humanismo moderno en el siglo XIV. Nada hace pensar que se profana su sentido al reformularla: "El ser humano es la medida de todas las cosas"
El hombre es el único animal que tropieza dos veces en la misma piedra	El ser humano es el único animal que tropieza dos veces en la misma piedra
El hombre propone y Dios dispone	Dado que suele pasar por un refrán castellano y pocos conocen que se trata de una frase del poeta italiano Ludovico Ariosto (S. XVI), bien puede "actualizarse" desde la perspectiva no sexista: "Las personas proponen y Dios dispone"
Hablar de hombre a hombre	Hablar de tú a tú
El ciudadano común	La gente común
El hombre de la calle	La gente de la calle
El españolito de a pie	Las personas de a pie

Para no generar malentendidos, el uso de la palabra **hombre** debería utilizarse cuando se refiere al varón. Para otros usos,

podemos recurrir a expresiones como "*Humanidad*", "*ser humano*", "*persona*", "*gente*" o al desdoblamiento:

Expresión común	Expresión no sexista
El hombre comenzó a cultivar la tierra	La Humanidad comenzó a cultivar la tierra
	El ser humano comenzó a cultivar la tierra
Desde tiempos inmemoriales, el hombre se ha interesado...	Desde tiempos inmemoriales, las mujeres y los hombres se han interesado...

TRATAMIENTOS

La forma en la que nos dirigimos a las personas revelan mucho sobre nuestra mentalidad. Al hablar en nombre de nuestra empresa, debemos cuidarnos de usar un lenguaje exento de sexismo.

“¿Señora o señorita?” Cuando el genial Bobby Deglané hacía esta pregunta en la radio de los años 50 y la interpelada respondía "*señorita*", el mítico locutor tenía una réplica que ha pasado al imaginario colectivo: "*porque usted lo quiere, señorita, porque usted lo quiere*".

Los tratamientos reservados a la mujer forman parte, más que del uso correcto del lenguaje, de las convenciones sociales. En este terreno, la discriminación se multiplica por dos. No está claro, como ocurre en inglés, qué separa hoy en español a una señora de una señorita, puesto que puede referirse tanto al estado civil como a la edad. En cualquiera de los dos casos, en el mundo de la empresa, se trata de una información irrelevante. Lo correcto es dirigirse a las mujeres como "*señoras*",

como ya se hace de forma general en Francia o Alemania.

"Estimado Sr.: le remito mi currículum...". En 2005, el porcentaje de mujeres empleadas en los departamentos de Recursos Humanos superó al de hombres. Las posibilidades de que un currículum llegue a manos de un "Estimado Sr." son menores de que llegue a una "Estimada Sra.". Y lo mismo ocurre con cartas de marketing directo, las notificaciones a clientes o a proveedores o las peticiones de cualquier tipo. Al encabezar una carta, se abren dos opciones: o enterarse exactamente del nombre del destinatario, o utilizar fórmulas abiertas a

los dos sexos: señor/a, estimado/a señor/a, estimados-as señores-as o señoras y señores.

Formularios. Se debe evitar que los textos parezcan dirigidos a un único sexo. En la documentación escrita se tiene que prever que tanto un hombre como una mujer puedan rellenar un impreso. Para ello, se puede recurrir a formas neutras (para profesiones o títulos), a las dobles fórmulas, a los colectivos... El objetivo es evitar que la condición sexuada de la mujer sustituya su identidad social o profesional.

He aquí algunas propuestas de fórmulas no sexistas a fin de solu-

Expresión común	Expresión no sexista
Don, Señor	D./Dña., Sr./Sra.
El firmante	El/la firmante Firmado:
Domiciliado en	Con domicilio en
Nacido en	Lugar de nacimiento
Vecino de	Residente en
Licenciado en Diplomado en	Con Licenciatura en Con Diploma en
Número de Afiliado a la Seguridad Social	Número de Afiliación a la Seguridad Social
Con certificado de discapacitado	Con certificado de discapacidad
Destinatario:	Para:

cionar un problema en los formularios: la escasez de espacio.

Deferencia. El signo de los tiempos es evitar cualquier discriminación. También en contextos sociales más o menos formales, el lenguaje debe adquirir formas que respeten cualquier opción personal defendida como derecho.

¿Cómo suena la expresión “a la celebración están *invitados los técnicos acompañados de sus mujeres*”? ¿Cabe deducir que no están *invitadas las técnicas* de la empresa, ni *sus maridos*? Además, ¿es que van a pedir actas de matrimonio en la puerta, y por eso no invitan tan sencillamente a *la pareja*?

JERARQUÍAS - la importancia del orden de las palabras

En español, la expresión histórica no sexista por excelencia nació de una rima: “*Tanto monta, monta tanto, Isabel como Fernando*”. La mutua equidad de rango que los Reyes Católicos se concedían empezaba por romper el binomio que, en nuestra lengua, nombra al hombre siempre antes que a la mujer y que sólo enroca los términos por cortesía.

Quienes han estudiado la influen-

cia de esta costumbre en el lenguaje sexista proponen que se vayan introduciendo fórmulas que también “rompan” esta tradición, incluso en parejas célebres, como brecha hacia una mentalidad no sexista:

Doña Letizia y don Felipe
Chicas y chicos
Dalila y Sansón
Eva y Adán
Señores y Señoras

PROFESIONES en femenino, cargos y títulos

Tanto los documentos de carácter interno como los administrativos deben dirigirse a ambos sexos de una forma igualitaria, no discriminar ni a hombres ni mujeres, y guardar un cuidado exhaustivo en el uso de expresiones referidas a las usuarias y los usuarios de los servicios, así como a los públicos internos.

del Ministerio de Educación y Ciencia adecúa la denominación de los títulos académicos según el sexo de quien los obtenga, aunque aún persisten algunos de la "vieja escuela" en el lenguaje administrativo, especialmente en el hablado.

Ciertos títulos -entre ellos maestra y maestro, profesora y profesor, li-



Se recomienda utilizar nombres con género cuando sabemos el sexo de nuestros interlocutores, especialmente cuando se trata de profesiones. Cuando nos dirigimos a un colectivo mixto, es necesario evitar el masculino genérico y utilizar colectivos, desdoblamientos y dobles, explicados a continuación.

La orden del 22 de marzo de 1995

cenciada y licenciado- ya son de uso común en nuestro lenguaje mientras que algunas otras titulaciones se pueden prestar a equivocaciones.

En la lista que facilitamos a continuación, se refleja el uso correcto del femenino y masculino en los títulos académicos y, a continuación, en algunas denominaciones de profesiones:

♂ Hombre	♀ Mujer
Graduado en... Técnico Técnico superior Bachiller	Graduada en... Técnica Técnica superior Bachiller
Diplomado Maestro Ingeniero, Ingeniero técnico Arquitecto, Arquitecto técnico Graduado Social Diplomado Doctor ingeniero Licenciado Profesor, Profesor especializado	Diplomada Maestra Ingeniera, Ingeniera técnica Arquitecta, Arquitecta técnica Graduada Social Diplomada Doctora ingeniera Licenciada Profesora, Profesora especializada
Médico especialista Doctor Enfermero, Enfermero especialista Técnico deportivo	Médica especialista Doctora Enfermera, Enfermera especialista Técnica deportiva
Tutor Monitor Pintor Jefe Funcionario Autónomo Empresario Representante (el) Cocinero	Tutora Monitora Pintora Jefa Funcionaria Autónoma Empresaria Representante (la) Cocinera
Concejal Alcalde Ministro Presidente Director Diputado Consejero	Concejala Alcaldesa Ministra Presidenta Directora Diputada Consejera
Interventor Tesorero Encargado Coordinador	Interventora Tesorera Encargada Coordinadora

BUENAS ARMAS para invertir expresiones sexistas

Desdoblamiento de SUJETOS, determinantes y ADJETIVOS

Importante: respetar la concordancia.

Expresión común	Expresión no sexista
Los expertos	Los expertos y las expertas
Los expertos consultados	Los expertos y las expertas consultados y consultadas
Los fiscales	Los y las fiscales
Los fiscales encargados del caso	Los y las fiscales que se encargan del caso
Todos	Todos y todas
Todos los representantes	Todos y todas los y las representantes



Fórmulas **IMPERSONALES,** neutras y **COLECTIVOS**

Importante: preservar el sentido original.

Expresión común	Expresión no sexista
Los españoles	Las población española El pueblo español La ciudadanía española
Los artistas	La comunidad de artistas
Los habitantes	La población
Los funcionarios	El funcionariado
Los jueces	La Judicatura
Los fiscales	La Fiscalía
Los abogados	La abogacía
Los periodistas	La profesión periodística
Los médicos y las enfermeras	El personal médico-sanitario
Los directivos	El equipo directivo
Los mayores	Las personas mayores
Los presos	La población reclusa
Los enfermos	La población enferma
Los discapacitados	Las personas con discapacidad
Los políticos	La clase política
Los empresarios	El empresariado
Los desempleados	La población empleada
Los examinadores	El tribunal

Barras, **ARROB@S** y guiones

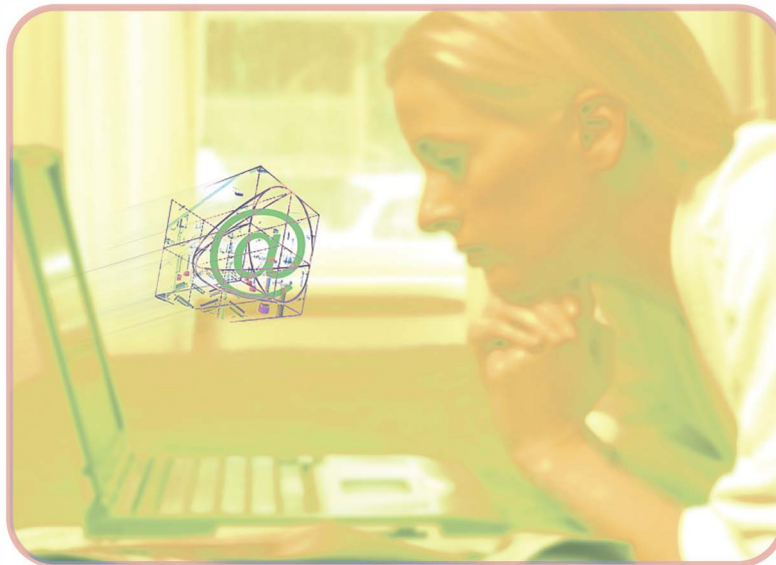
Importante: Decantarse por uno u otro, sin mezclarlos.

Expresión común	Expresión no sexista
Los expertos	Los/las expertos/as Los-las expertos-as L@s expert@s
Los expertos consultados	Los/las expertos/as consultados/as Los-las expertos-as consultados-as L@s expert@s consultad@s/@s
Los fiscales	Los/las fiscales Los-las fiscales El cargo alude a un contexto formal en el que no cabe el uso del signo @
Los fiscales encargados del caso	Los/las fiscales encargado/as del caso Los-las fiscales encargados-as
Todos	Todos/as Todos-as Tod@s
Todos los representantes	Todos/as los/las representantes Todos-as los-las representantes Tod@s l@s representantes

LENGUAJE DIRECTO

Importante: Evitar caer en un uso extremadamente coloquial.

Expresión común	Expresión no sexista
Si está interesado, contacte con RRHH	Si te interesa, contacta con RRHH
Habrà bocadillos para todos los asistentes	Habrà bocadillos para quienes acudan
Los participantes serán conducidos en autobús hasta el auditorio	El traslado hasta el auditorio se realizará en autobús



RIQUEZA DE LENGUAJE para sortear problemas

Saber expresarse bien, especialmente por escrito, es una gran ventaja a la hora de eludir los obstáculos del lenguaje sexista sin que el texto pierda fluidez.

Retorcer demasiado el idioma puede derivar en una pérdida de

mensaje. El lenguaje no sexista debe cumplir su función principal -servir para que las personas se entiendan- sin perder de vista otra de suma importancia: no agredir ni minimizar a ninguno de los sexos. Con un buen estilo es más fácil conseguir la igualdad.

Zancadillas estilísticas. La mayoría de los manuales de lenguaje no sexista recomiendan complicadas fórmulas y reglas de concordancia entre artículos, sujetos, pronombres y adjetivos. El exceso de corrección puede resultar denso. A veces, sortear una retahíla de palabras duplicadas es cuestión de “dar una vuelta” a la frase:

Frase sospechosa	Nuestros empleados están muy cualificados
Solución no sexista habitual	Los empleados y las empleadas de nuestra empresa están muy cualificados y cualificadas
Solución no sexista más “diáfana”	La alta cualificación es uno de los signos de nuestro equipo

Actitudes sexistas **EXPRESADAS** a través del **LENGUAJE**



Como se explicaba al principio de esta guía, el lenguaje sexista refleja una

mentalidad sexista. Saber detectar las actitudes discriminatorias ayuda a no caer en ellas.

Sexismo de los **CONTENIDOS** y **USO** desequilibrado del lenguaje

En un capítulo de la serie de Televisión Española *Cuéntame*, el protagonista, **Antonio Alcántara**, cae en la cuenta de que su esposa, **Merche**, ha participado en una campaña en favor de los derechos de las mujeres para salvar a una mujer encarcelada por adulterio. La pareja discute sobre la igualdad de mujeres y hombres y, finalmente, Antonio declara entre abatido y divertido ante sus amigos: *"Las mujeres son más inteligentes que los hombres...y cuando se den cuenta de ello..."*.

En este caso, el sexismo no está en el lenguaje utilizado, sino en los contenidos. Constatar que uno de los sexos es más inteligente es discriminación en lo que se refiere a los mensajes, porque respecto del léxico utilizado, no hay nada ofensivo. La serie, ambientada en los 70, utiliza estereotipos lingüísticos para ser fiel a los usos y costumbres de la época. Suelen referirse al protagonista como Antonio Alcántara, mientras que su esposa es llamada Merche en la narración. Asimismo, se habla de *don Pablo y su mujer*.

Lo correcto sería utilizar de forma equilibrada los tratamientos al referirse a parejas:

Expresión común	Expresión no sexista
Don Pablo y su esposa Don Pablo y Elena	Don Pablo y doña Elena
Antonio Alcántara y Merche	Merche y Antonio El Sr. Alcántara y la Sra. Rodríguez
Luis Pérez y su mujer	Luis Pérez y Amalia López

También se ven usos desequilibrados de géneros referentes a las nacionalidades y profesiones. "Los franceses son buenos conocedores del vino, pero *las muje-*

res francesas...". ¿Acaso no son mujeres *las francesas*? Especificar que, en esos casos, hablamos de mujeres, es redundancia. Y sexismo.

Usemos con naturalidad las profesiones en femenino. Ya no es extraordinario ver a una mujer dirigiendo una orquesta, llevando un autobús o instruyendo una causa judicial.

Expresión redundante	Expresión no sexista
La mujer policía se incorporó al servicio	La agente se incorporó al servicio
En el aeropuerto le recogerá una mujer taxista	En el aeropuerto le recogerá una taxista
Feria de mujeres empresarias	Feria de empresarias

Las estadísticas ponen en serios aprietos a quienes desean presentar cifras sin caer en el sexismo. Las frases hechas facilitan la expresión en un campo árido, pero crean confusión. Dar la vuelta a la frase sirve para romper el círculo vicioso:

Expresión redundante	Expresión no sexista
Las mujeres representan el 51% de los empleados	Las mujeres representan el 51% de la plantilla
Tres de cada diez diputados son mujeres	Tres de cada diez escaños ocupan mujeres

Los DUALES aparentes

En otra serie de televisión, *Herrederos*, la gobernanta de la casa de los Orozco llama *señorito Jacobo* al hijo menor, mientras que la señora de la casa, Carmen, se despide de la ex novia de su hijo con un gélido: "Acompañe a la *señorita* a la puerta". Incluso en su uso más neutro, la palabra *señorita* indica a alguien inferior al *señorito*.

Los duales aparentes son palabras con significados diferen-

tes en su voz masculina o femenina. Al principio de esta guía apuntamos algunos. Su arraigo en español es amplio. Aquí ofrecemos algunos ejemplos adicionales:

- Secretario-secretaria
- Gobernante-gobernanta
- Tigre-tigresa
- Vampiro-vampiresa
- Cualquiera - una cualquiera

También existen vacíos léxicos (la "caballerosidad" es una cuali-

dad del hombre, sin que exista una palabra equiparable destinada a expresar el comportamiento de una dama) y vocablos ocupa-

dos: tradicionalmente "alcaldesa" se refería a la esposa de un alcalde; hoy, las mujeres han llegado a las alcaldías por su propio pie.



VIOLENCIA y MENOSPRECIO en los mensajes

Aún se pronuncian, de forma consciente, frases de fuerte carga sexista. En el ámbito de una empresa abierta a la igualdad, su espacio es nulo.

- "Sólo una mujer frena así..."
- "Mujer tenías que ser..."
- "Sólo es una tía..."
- "Los hombres son más nobles conduciendo..."
- "Esto hay que hablarlo entre hombres... "
- "Es que el pobre cerebro de una mujer..."
- "Los hombres sólo tienen dos neuronas..."

Los **CHISTES** y las historias sexistas ¿son tan **GRACIOSOS**?

La costumbre de contar chistes alusivos a la falta de inteligencia de las mujeres o a la incapacidad de éstas para realizar tareas relevantes está extendida por todos los países occidentales, al igual que otras chanzas similares protagonizadas por minorías, religiones, nacionalidades, profesiones, localidades o estados civiles. En principio, se trata de historias "*inocentes*" destinadas a divertir a costa de la diferencia.

Pero ¿son realmente inocuos los chistes sexistas? La Universidad de Western Carolina (EEUU) hizo públicos en 2007 los resultados de una investigación científica cuyo objetivo era evaluar el impacto de este tipo de bromas. El profesor de Psicología Thomas E. Ford, director del estudio "*Más que un simple chiste: la función liberadora de prejuicios del humor sexista*", es muy claro en

sus conclusiones: "*El humor sexista no es diversión inocente. Puede afectar a las percepciones de los varones de su ambiente inmediato y les permite sentirse cómodos con su conducta sexista sin temor a ser desaprobados*".

Los experimentos realizados demostraron que, tras ser expuestos a chistes y situaciones jocosas en las que la mujer era objeto de discriminación, los hombres tendían a perjudicar a las mujeres en un juego de simulación de toma de decisiones.

"*Sostenemos que el humor sexista actúa como una excusa para los prejuicios*", aclara el profesor Ford, y recuerda que ese tipo de entretenimiento, lejos de ser "*blanco*" o "*sólo un chiste*" puede convertirse en una fuerza capaz de legitimar los prejuicios sociales.

Crónica rosa y discriminación lingüística en los MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- *"La baronesa Thyssen lució tipo en la exposición..."*
- *"El presidente de la compañía inauguró la exposición..."*

En las revistas femeninas y en los medios "del corazón" abunda el trato discriminatorio entre mujeres y hombres. Muchas veces, las mujeres son tratadas como objetos cuyo valor se define sobre todo por su apariencia física, forma de vestir y aficiones.

- *"La Princesa de Asturias eligió para la ocasión un vestido rosa palo...". "El Príncipe de Asturias destacó en su discurso..."*

En noticias referentes a científicas, coleccionistas de arte, deportistas y líderes políticas y profesionales, incluso los medios más rigurosos facilitan a veces datos innecesarios -edad, indumentaria, corte de pelo- no relacionados con su actividad, mientras estos aspectos son menos habituales en los textos referentes a varones.

En una reciente noticia sobre el funeral de Guillaume Depardieu, el periodista se refiere a Carla Bruni en los siguientes términos: *"La cantante, ex modelo y actual primera dama, acudió junto a su madre y hermana..."*.

Si invirtiésemos los términos para referirnos al marido de Carla Bruni, Nicolás Sarkozy, resultaría ridículo: *"El ex alcalde de Neuilly-sur-Seine, anterior esposo de Cecilia Ciganer y actual presidente de la República de Francia, ha concedido una entrevista..."*.

Asimismo, podemos ver en titulares de prensa cómo los periodistas llaman *Esperanza* a la presidenta de la Comunidad de Madrid, Esperanza Aguirre, mientras que no es habitual ver o escuchar a un periodista referirse al alcalde de la capital como *Alberto*. Suele aparecer en los titulares con su apellido, *Ruíz-Gallardón*.

La vieja (y **APOLILLADA**) usanza

El florido lenguaje empleado para redactar las “notas de sociedad” sigue imperando cuando se desea destacar la brillantez o elegancia de un acto social. Pero las fórmulas de ese lenguaje - “Señora de (+apellido del esposo)”, “Señores de (+apellido del esposo)”, o “Primera Dama”- tienden a invisibilizar a la mujer o a convertirla en un apéndice perfumado y enjoyado. Las viejas fórmulas son, eso, viejas. La narración al viejo estilo no se entiende en un mundo en el que proliferan jefas de Estado, presidentas, primeras ministras y secretarías de Estado. Muchas expresiones sobran:

Primera Dama

¿Es que acaso existe la figura de “Primer Caballero”? Aunque hace muy pocas apariciones en público y no acompaña a su esposa en viajes oficiales, la primera ministra alemana, Ángela Merkel tiene

un esposo sin fórmula para las reseñas de prensa. También Margaret Thatcher estaba casada, y Bill Clinton habría seguido llamándose así de haber llegado su esposa, Hillary, a la Casa Blanca.

Señora de / Señores de / Don Fulano de Tal y Señora

Una de las ventajas de la cultura española con respecto a otras es que la mujer no pierde su apellido al casarse. El nombre es un derecho.

Luis y su mujer

No decimos “Luisa y su hombre”, la expresión correcta es esposa. En el mundo de hoy, “mujer” y “esposa” han dejado de ser sinónimos.

Los consejeros y sus mujeres

Ya no es seguro al cien por cien que una reunión en la cumbre esté compuesta exclusivamente por hombres.

Corrección **POLÍTICA** excesiva versus corrección **LINGÜÍSTICA**

En un reciente texto del suplemento *XL Semanal* acerca de la suciedad que producen los perros en las calles de Cádiz, Arturo Pérez-Reverte ironiza sobre la excesiva corrección política en el lenguaje: "Cádiz es una ciudad pulcra y reluciente, habitada por gente como Dios manda. Gente

de toda la vida, que a veces tiene *perro*, o *perros*. *Perros* y *perros*, que diría el político *soplapollas* -o la político *soplapollas* de turno..." La corrección política excesiva, en lo bueno y en lo malo, incluso en el mundo animal, es lo que tiene: se convierte en una broma.



ES POSIBLE APLICAR PAUTAS PARA AUMENTAR EN LENGUAJE NO SEXISTA

5

Aplicación del lenguaje no sexista en diversos

CONTEXTOS LABORALES



ESPACIOS

para el lenguaje no sexista



Desde los grandes documentos hasta los comunicados más informales, en una empresa se generan cada día miles de mensajes en los que es posible aplicar las pautas para un lenguaje no sexista.

Los beneficios son claros: reconocen la contribución de ambos sexos en los éxitos conseguidos, animan a la participación de los y las trabajadores/as en proyectos e iniciativas, y, muy importante, determinan quiénes están sujetos a normas y

protocolos. Junto al lenguaje no sexista expreso, ha de cuidarse especialmente el lenguaje de las imágenes utilizadas en los documentos: es muy importante que también éstas hablen un lenguaje no sexista.

Dentro de la empresa, los ámbitos del lenguaje no sexista son numerosos:

Grandes documentos de la empresa: informes anuales, memorias, planes, informes de gestión, memoranda...

Publicaciones de uso interno: revistas y boletines, intranet, comunicados internos, circulares, anuncios, convocatorias, actas de reuniones, ma-

nuales técnicos, protocolos, nóminas, contratos, etc.

Comunicación: Internet, notas de prensa, medios propios, identidad corporativa y sus documentos, publicidad y marketing.

Empleo: convocatorias para promoción interna, anuncios de contratación externa, contratos de trabajo, convenios, reglamentos...

Relaciones con clientes: folletos y material publicitario, contratos, documentos de cobro y pago, faxes y correspondencia.

Situaciones sociales: invitaciones, anuncios, promociones y ventajas, discursos, entregas de premios...



Más EJEMPLOS

ADMINISTRACIÓN

Facturas, cartas, faxes, pedidos, cobros y pagos, notas de gastos... Los departamentos administrativos de las empresas general cada día resmas de documentos dirigi-

dos a alguien, emitidos por alguien y firmados por alguien. Las posibilidades de aplicar los usos no sexistas del lenguaje son infinitas en las tareas cotidianas.

RECURSOS HUMANOS

Al departamento que trata de las contrataciones y sus procesos se le presentan numerosas ocasiones para utilizar un lenguaje no sexista. Solicitudes, certificados, contratos, nóminas y otros documentos de difusión entre el personal son un espacio idóneo para evitar la discriminación mediante el uso de pautas como el desdoblamiento o la aplicación de profesiones en femenino.

Otro aspecto especialmente relevante, con vertiente externa, es el que se refiere a las convocatorias de empleo. El enunciado de

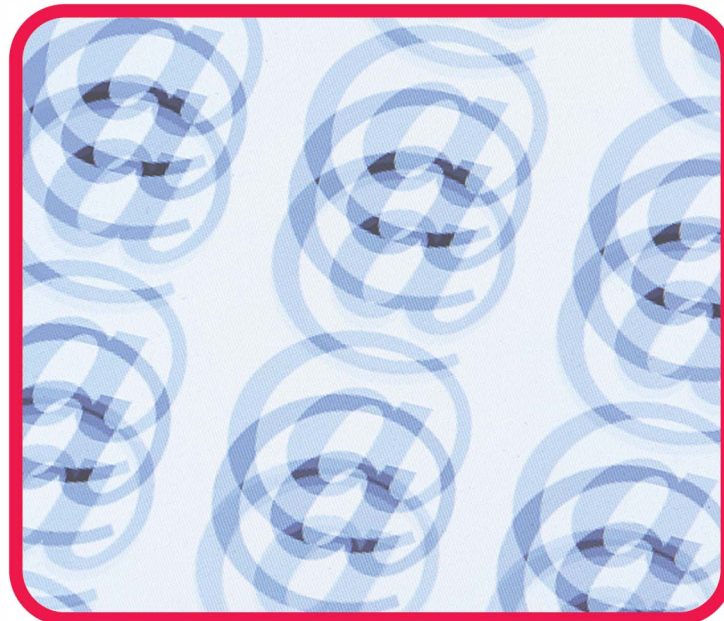
las ofertas, que casi siempre alude al puesto, el cargo o los títulos requeridos en masculino, arroja un panorama desolador que parece desestimar de salida las candidaturas femeninas.

Las Naciones Unidas y la Unión Europea, entre otros organismos internacionales, incluyen una mención expresa en sus ofertas de trabajo que recuerda sus políticas igualitarias de contratación y alientan en particular las solicitudes de mujeres. Todo un ejemplo de mentalidad igualitaria. Y de inteligencia hacia la captación de talento.

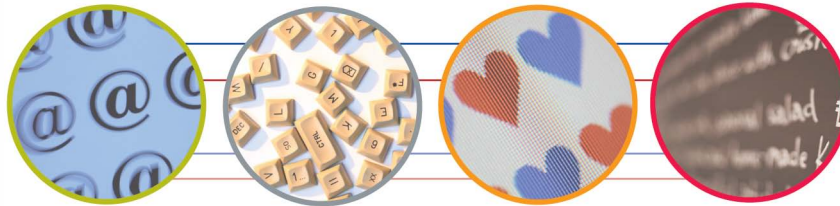
Intranet y **PUBLICACIONES** corporativas

En la red *on-line* interna, todos los textos, carteles, mensajes de bienvenida e indicaciones deben prever que quien consulta puede ser una mujer. Expresiones como "Canal del empleado", "Escribe tu nombre de usuario", "Oferta para trabajadores" o "Bienvenido" pueden reconducirse hacia un trato no discriminatorio por medio de recursos como la arroba (@) o una buena redacción.

Los boletines y publicaciones internas así como las revistas deben cuidarse especialmente de presentar a sus empleados y empleadas de forma proporcionada en cada una de las informaciones publicadas. La presencia indistinta de imágenes de trabajadores y trabajadoras ayuda a transformar la igualdad en una realidad perceptible de un sólo vistazo.



La **COMUNICACIÓN** externa



RELACIONES PÚBLICAS y con los medios de comunicación

La profesión periodística puede dar fe de los miles de ejemplos del lenguaje sexista que llegan cada día a las redacciones en forma de notas de prensa, informes, dossiers, comunicados, convocatorias, invitaciones e incluso anónimos. Cuando los departamentos de comunicación no tienen ordenes expresas, recurren por lo general a los genéricos masculinos y otras manifestaciones sexistas.

Para conseguir que nuestra compañía aparezca como un paradigma de igualdad es imprescindible empezar por aplicar en los mensajes destinados a su publicación las pautas de comunicación no sexista.

Hay que vigilar que todas las representaciones que salgan en los medios de comunicación sean referencia de patrones adecuados; la audiencia ve reflejada sus vidas en los medios de comunicación, así que todo ha de ser modelo de vida igualitaria. La influencia de un personaje protagonista es mayor por la identificación con la audiencia.

Presentaciones, envíos de material a los medios, entregas de premios, estrenos y otros acontecimientos relevantes para la imagen de la empresa también son momentos idóneos para cuidar el uso de las expresiones igualitarias.

INTERNET y publicaciones externas

Las informaciones difundidas a través de las páginas web corporativas o revistas destinadas a la divulgación de la actividad de la empresa representan otra oportunidad para utilizar el lenguaje no sexista, esta vez en su versión más cuidada y estilísticamente más rica.

Al planificar los contenidos, ha de procurarse que la representación de hombres y mujeres sea lo más equilibrada posible. Alternar protagonistas de uno y otro sexo en entrevistas, perfiles, testimonios o columnas de opinión tiene un impacto positivo en la imagen de igualdad de la compañía.

Otra vertiente muy importante que debemos tener en cuenta es el lenguaje no verbal expresado a través de imágenes y gráficos: de poco sirve que empleemos expresiones abiertas y respetuosas con ambos sexos si en nuestras publicaciones sólo aparecen fotografías de varones. Los bancos de imágenes ofrecen opciones con modelos masculinos y femeninos representando a profesionales de cualquier tipo y nivel, y, a la hora de enviar a un fotógrafo o fotógrafa profesional a cubrir un evento, se le puede indicar que tenga en cuenta que deben aparecer, si la actividad lo permite, tanto hombres como mujeres.



MARKETING, publicidad y promociones

La publicidad utiliza un lenguaje propio, lleno de seducción, promesas y deseos cumplidos. La persuasión requiere un lenguaje de expresiones y frases sencillas, claras y cortas y vela por la economía del espacio, porque cada palabra cuesta dinero. El lenguaje publicitario es atrevido, sugerente y juega con los significados de sus mensajes:

“Los caballeros las prefieren intensas, aromáticas y con un final amargo”, reza un anuncio de una marca de cervezas. Hablamos de cervezas, por lo tanto no hay menosprecio en el mensaje... ¿Pero, qué sucede con el mensaje subyacente? ¿Es que no recuerda un viejo chiste inmortalizado en camisetas?

La publicidad usa a menudo genéricos masculinos -con la excusa de la economía del lenguaje- y contenidos sexistas, que muchas veces objetivizan u ocultan

a la mujer. Pero realmente, la discriminación en la publicidad va más allá de cuestiones lingüísticas y ofrece una representación publicitaria de la realidad. Un mundo de *Barbies* y *Kens*, con ideales físicos y sociales fuera del alcance de las personas normales.

Abundan los estereotipos discriminatorios de la mujer: la vampiresa seductora, la mandona, “la otra” y “la maruja”, entre otros. También se observan muchos estereotipos masculinos discriminatorios: el hombre inútil y torpe en las tareas domésticas, el hombre movido sólo por sus instintos, el hombre objeto de deseo...

Los anuncios de la marca Axe son un buen ejemplo de publicidad sexista. “Sigue el rastro...” sugiere la marca para las mujeres...

Sin embargo, la legislación so-

bre la publicidad y los códigos de comportamiento de otros órganos, entre ellos el de Autocontrol, vigilan de cerca la discriminación en la publicidad. El Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol no hace referencia directa al lenguaje, pero sí a la discriminación: "La publicidad no sugerirá circunstancias de discriminación ya sea por razón de raza, nacionalidad, religión, sexo u orientación sexual, ni atentará contra la dignidad de la persona". En el mismo sentido, la Ley 34/1988 General de Publicidad, modificada por la Ley 1/2000 de Enjuiciamiento Civil, dice: "Es ilícita la publicidad que atente contra la dignidad de la persona o vulnere los valores y derechos reconocidos en la Constitución, especialmente en lo que se refiere a la infancia, la juventud y la mujer."

El ahorro de espacio no debería nunca ser excusa para el uso de un lenguaje igualitario, ni permitir la invisibilización o exclusión del sexo femenino. Por si acaso, se puede incluir una mención expresa en cada *briefing* de una nueva campaña.

La rentabilidad del lenguaje no sexista

Otorgar a las mujeres a través del lenguaje el lugar y la importancia, tanto social como individual, que les corresponde, es un signo de progreso y una muestra de sensibilidad. Pero no hay que minimizar un hecho fundamental: también es una ventaja mercantil. Excluir uno de los sexos del mercado es un error comercial imperdonable y una ofensa directa a la mitad de la clientela potencial. Puede costar muy caro en la cifra de ventas.

Una empresa que se distinga por tener en cuenta a su clientela femenina (y, a la inversa, a la masculina, cuando se trate de productos o servicios tradicionalmente dirigidos a las mujeres) cuenta con una clara ventaja frente a sus competidoras, porque muy pocas compañías se plantean seriamente el hecho de utilizar un lenguaje integrador. Por eso es fundamental cuidar las formas:

Telemarketing: frecuentemente, los y las encuestadores/as insisten en hablar con el "cabeza

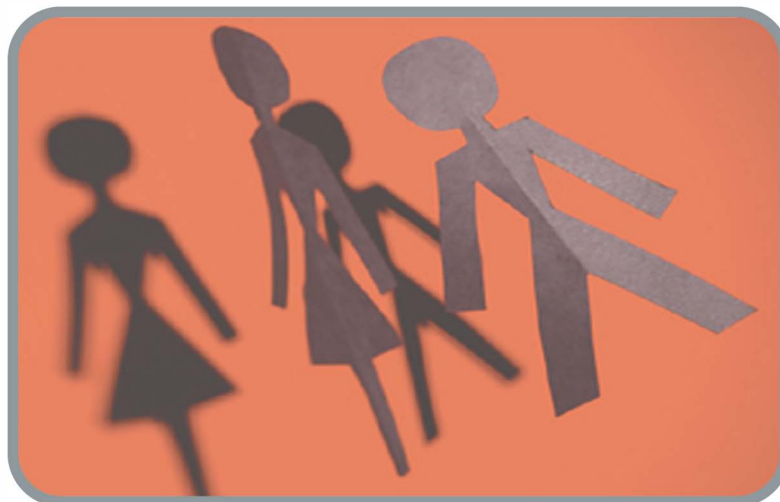
de familia" (en definitiva, con un hombre) y prescinden de presentar su argumentario a una mujer.

Productos sin sexo: ¿por qué no va a necesitar una mujer un seguro de vida o un plan de pensiones? ¿De verdad no hay ningún hombre interesado en un robot de cocina? ¿Seríamos capaces de no firmar un contrato de venta de un todoterreno sólo porque no nos parece bien el sexo de quien lo compra?

Publicidad: las campañas que se atreven a cambiar los roles tradicionales suelen recibir aplausos; las que insisten en presentar a las mujeres como

objetos, críticas que dañan la imagen de la empresa.

Notoriedad: lo infrecuente sigue siendo noticia. Las altas directivas captan atención adicional para sus compañías; y lo mismo ocurre con los hombres que se acogen a la reducción de jornada o desempeñan tareas tradicionalmente reservadas a la mujer. Abrir espacio para los deseos y aspiraciones de las personas, con independencia de su sexo, crea corrientes de simpatía social, destaca positivamente a las empresas y establece una ventaja interesante: reciben más y mejores solicitudes de empleo.



EXCLUIR U
NO DE LOS
SEXOS DEL
MERCADO E
UN ERROR

6

LA RENTABILIDAD

del lenguaje no sexista



Otorgar a las mujeres a través del lenguaje el lugar y la importancia, tanto social como individual, que les corresponde, es un signo de progreso y una muestra de sensibilidad. Pero no hay que minimizar un hecho fundamental: también es una ventaja mercantil. Excluir uno de los sexos del mercado es un error comercial imperdonable y una ofensa directa a la mitad de la clientela

potencial. Puede costar muy caro en la cifra de ventas.

Una empresa que se distinga por tener en cuenta a su clientela femenina (y, a la inversa, a la masculina, cuando se trate de productos o servicios tradicionalmente dirigidos a las mujeres) cuenta con una clara ventaja frente a sus competidoras, porque muy pocas compañías se plantean seriamente el hecho de utilizar un lengua-



je integrador. Por eso es fundamental cuidar las formas:

Telemarketing: frecuentemente, los y las encuestadores/as insisten en hablar con el "cabeza de familia" (en definitiva, con un hombre) y prescinden de presentar su argumentario a una mujer.

Productos sin sexo: ¿por qué no va a necesitar una mujer un seguro de vida o un plan de pensiones? ¿De verdad no hay ningún hombre interesado en un robot de cocina? ¿Seríamos capaces de no firmar un contrato de venta de un todoterreno sólo porque no nos parece bien el sexo de quien lo compra?

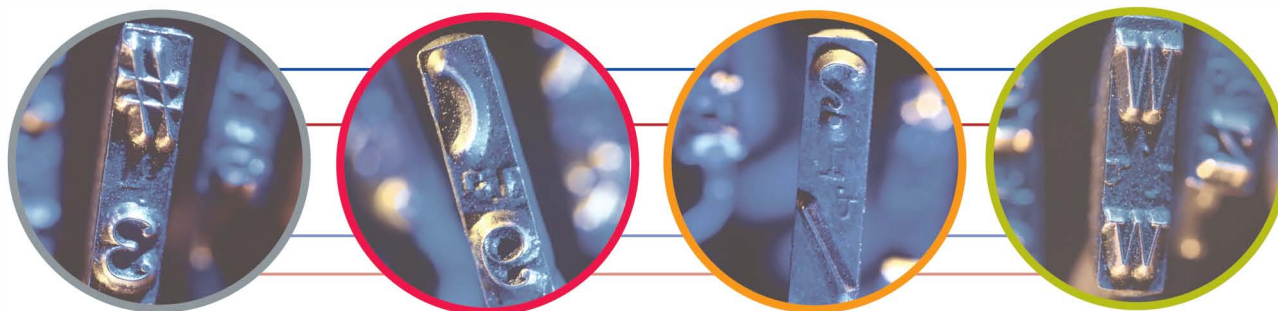
Publicidad: las campañas que se atreven a cambiar los roles

tradicionales suelen recibir aplausos; las que insisten en presentar a las mujeres como objetos, críticas que dañan la imagen de la empresa.

Notoriedad: lo infrecuente sigue siendo noticia. Las altas directivas captan atención adicional para sus compañías; y lo mismo ocurre con los hombres que se acogen a la reducción de jornada o desempeñan tareas tradicionalmente reservadas a la mujer. Abrir espacio para los deseos y aspiraciones de las personas, con independencia de su sexo, crea corrientes de simpatía social, destaca positivamente a las empresas y establece una ventaja interesante: reciben más y mejores solicitudes de empleo.

EL USO DE GESTIONES
NACIONALES
COLECTIVAS
INCLUYE A
AMBOS SEXOS

Anexo 1



Recopilación de **RECURSOS**

Cuando aludimos a una persona en concreto y sabemos si es mujer o hombre, podemos utilizar el género femenino o masculino a la hora de referirnos a su título, profesión o cargo.

Sin embargo, en el ámbito de la empresa se generan muchos

documentos que van dirigidos tanto a empleados como a empleadas, a proveedores como a proveedoras, a las usuarias como los usuarios de diversos servicios y, sin embargo, abunda el uso del genérico masculino para referirse a un colectivo mixto: el destinatario, el solicitante, el cedente, el recurrente, el denunciante, etc.

1. Fórmulas colectivas o neutras

El uso de genéricos o colectivos que incluyen a ambos sexos, cuando sea posible, ofrece una so-

lución más elegante que el desdoblamiento o uso de formas dobles, ya que resulta menos repetitivo:

♂ (masculino genérico)	☼ (ambos sexos)
El interesado	La persona interesada
El solicitante	La persona solicitante
El denunciante	La persona denunciante
Los empleados	El personal
Los trabajadores	El equipo

2. Desdoblamientos o dobles formas

Evitar el uso de dobles formas con la excusa de no alargar un texto es un ejemplo del uso sexista del len-

guaje. Mencionar a las mujeres aparte significa tomarlas en consideración, no duplicar expresiones:

♂ (masculino genérico)	☼ (ambos sexos)
El interesado	La interesada/el interesado
El solicitante	La solicitante/el solicitante
El denunciante	La denunciante/el denunciante

3. Dobletes

Por economía de espacio, especialmente en formularios, se uti-

lizan dobles con barra (o/a, a/o), guiones (o-a, a-o) o pa-

réntesis (**o(a), a(o)**). La más frecuente es el uso de barras y además, rizando el rizo, el uso de paréntesis parece dar menos

importancia al sexo mencionado en él... en un texto es allí donde solemos ubicar los datos añadidos o menos importantes:

♂ (masculino genérico)	☼ (ambos sexos)
El interesado	El/la interesado/a
El solicitante	El/la solicitante
El denunciante	El/la denunciante

4. Cargos, puestos y profesiones

Es frecuente ver expresiones tales como “Los empresarios más importantes de España están representados...”, “Las mujeres empresarias tuvieron un papel importante en...”. Cuando existen dobles formas, es decir femenino

y masculino, para una denominación profesional, no es necesario añadir “mujeres” u “hombres”, salvo que se quisiera hacer hincapié en el sexo: “Los hombres empresarios incluidos en la encuesta...”.

5. Encabezamientos y abreviaturas

Toda carta, formulario, circular, fax, certificado, correo electrónico, factura, etc. que se emita en la empresa es susceptible de contener abreviaturas. En el len-

guaje administrativo escrito, se utilizan muy a menudo las formas cortas de los tratamientos de diversa índole. Simplificar formularios y casillas de respuesta

en documentos administrativos mediante el uso exclusivo del

masculino hace invisibles a las mujeres. Veamos:

♂ (masculino genérico)	☀ (ambos sexos)
Don	Don/Doña
D.	D./Dña.
Excmo.	Excma./Excmo.
Ilmo.	Ilma./Ilmo.
Sr.	Sr./Sra.

El protocolo profesional aconseja evitar el uso del tratamiento “señorita” y su abreviatura (srta.) en toda comunicación escrita y hablada de la en-

idad. Incluso las mujeres jóvenes deben ser tratadas de “señora” en contextos protocolarios, especialmente en documentos escritos.

6. Los participios

La voz pasiva se sirve del participio, al igual que todas las formas compuestas del verbo. Hay numerosas opciones para

evitar que el participio, tanto en su uso verbal como adjetivado, gravite alrededor del genérico masculino.

♂ (masculino genérico)	☀ (ambos sexos)
En pasiva sean invitados o contratados	En activa tengan invitación o contrato
En pasiva Serán asignados a un departamento	En activa impersonal Se les asignará a un departamento
Adjetivado Jóvenes comprometidos	Desdoblamiento Jóvenes comprometidos y comprometidas

Nota de las autoras

Desde hace más de diez años, trabajamos en la línea de ayuda al tercer sector, intentando a través de la realización de prácticas con nuestros/as alumnos/as, sensibilizar a la Universidad. El docente universitario tiene la obligación y la responsabilidad de ayudar a construir una sociedad mejor y más igualitaria, y en este contexto, el lenguaje tiene un papel fundamental.

Para la elaboración de esta guía tuvimos claro desde el primer momento que había que comenzar con una amplia investigación sobre lo que se ha escrito, dicho y analizado sobre el tema del lenguaje no sexista en España y luego, elaborar una guía que fuese muy práctica y fácil de usar, que ofreciese respuestas claras y concretas a las preguntas lingüísticas que surgen en su trabajo diario. Combinamos el rigor investigador de la universidad con la agilidad de expresión del periodismo en nuestro equipo y nos propusimos ser justas e igualitarias, sin caer en exageraciones, discusiones académicas y puntos de vista demasiado radicales. Paso a paso, valorando cada palabra y expresión, elaboramos esta guía, que ahora sentimos muy nuestra y esperamos con ilusión poder compartirla con todos y todas quienes se interesen por ella.

Malena Mangas, Patricia Núñez Gómez y Liisa Hänninen

Bibliografía

- **BENGOECHEA BARTOLOMÉ, MERCEDES:** Sugerencias para evitar el sexismo en el lenguaje administrativo, Santander, Dirección General de la Mujer, Gobierno de Cantabria (2005).
- **BENGOECHEA BARTOLOMÉ, MERCEDES, y CALERO VAQUERA, MARÍA LUISA:** Guía de estilo 2. Sexismo y redacción periodística, Valladolid, Dirección General de la Mujer e Igualdad de Oportunidades, Junta de Castilla y León (2003).
- **CALERO FERNÁNDEZ, MARÍA ÁNGELES:** Sexismo lingüístico: análisis y propuestas ante la discriminación sexual en el lenguaje, Madrid, Narcea (1999).
- **FERNÁNDEZ MARTÍNEZ, PILAR, y PEDRERO GONZÁLEZ, AMALIA:** la mujer y la sociedad de la información: ¿Existe un lenguaje sexista?, Madrid, Fragua (2007).
- **LLEDÓ CUNILL, EULÀLIA:** El lenguaje administrativo: o de cómo y cuándo administrar una lengua libre de sexismo y de androcentrismo, Políticas de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en la Junta de Andalucía, Sevilla, Instituto Andaluz de Administración Pública (2003).
- **MEDINA GUERRA, ANTONIA M. (Coord.):** Manual de lenguaje administrativo no sexista. Málaga. Asociación de Estudios Históricos sobre la Mujer, Universidad de Málaga (2002).
- **ÁLVAREZ POUSA, LUÍS; PUÑAL RAMA, ANA BELÉN y EVANS PIM, JOÁM:** Comunicación e Xénero. Actas do Foro Internacional celebrado en Liña e en Pontevedra entre o 9 de outubro e o 25 de novembro de 2006, Santiago de Compostela, Colexio profesional de Xornalistas de Galicia - Observatorio Galego dos Medios (2007).
- **GARCÍA MESEGUER, ÁLVARO:** ¿Es sexista la lengua española? Una investigación sobre el género gramatical, Barcelona, Paidós Ibérica (1996).
- **GUZMÁN STEIN, LAURA:** Guía breve para el uso no sexista del lenguaje: cómo usar lenguaje no discriminatorio en textos varios, presentaciones e ilustraciones. Centro de Investigación en Estudios de la Mujer, Universidad de Costa Rica (2004).

Recursos en Internet

- **NOMBRA EN RED.** Programa informático de lenguaje no sexista del Instituto de la Mujer (Ministerio de Igualdad), gratuito y de instalación automática, disponible en la web www.migualdad.es
- **T-INCLUYE.** Analizador automático de páginas con capacidad para detectar el lenguaje sexista en contenidos publicados en Internet. Incluye un recopilatorio de recursos sobre lenguaje no sexista: www.tincluye.org