



MOAIC



ASSOCIACIÓ

---

Guía del  
Lenguaje  
inclusivo y  
no Sexista

# ÍNDICE

1. INTRODUCCION	2
2. JUSTIFICACIÓN DE LA GUIA	2
3. ¿QUÉ ES EL LENGUAJE NO SEXISTA?	3
4. OBJETIVOS DE LA INCLUSIÓN DE LENGUAJE NO SEXISTA	4
5. QUE SE ESPERA Y COMO SE HARA	4
6. LENGUAJE NO VERBAL	6
6.1 LOS ESPACIOS	6
6.2 LAS ACCIONES	6
6.3 EXPRESIONES	6
6.4 EL USO NO SEXISTA DE LAS IMÁGENES	7
7. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS LIBRES DE SEXISMO	8
8. PROTOCOLO NO SEXISTA EN REDES SOCIALES	8
9. GLOSARIO	9

## 1. INTRODUCCIÓN

El lenguaje crea imaginarios y realidad, es necesario implantar en nuestra Associació Mosaic esta guía para lograr hacer un uso más igualitario en el vocabulario que utilizamos, introduciendo en nuestras comunicaciones verbales el lenguaje no sexista e inclusivo.

La comunicación, como fenómeno social, produce conocimiento puesto que propone una visión del mundo que moviliza una determinada subjetividad en las personas que reciben los mensajes y que aceptan esa representación del mundo como realista y verdadera. La comunicación y el lenguaje inclusivos buscan modificar dicho proceso de comunicación mediante la inclusión en los códigos comunicativos de todas las personas y audiencias.

La elaboración de una Guía para implantar el uso de una comunicación y un lenguaje inclusivo y no sexista, se enmarca en el I Plan de Igualdad entre hombres y mujeres de la Asociación Mosaic y que tiene un visado hasta marzo de 2024, en el área de comunicación y lenguaje no sexista y con el objetivo de garantizar una comunicación inclusiva y no discriminatoria.

## 2. JUSTIFICACIÓN DE LA GUIA

Lo que no se nombra no existe. Esto, trasladado al género, implica que el hecho de que las mujeres no tengan una representación simbólica en la lengua contribuye a su invisibilización. De ahí la necesidad, a fin de lograr el objetivo de la igualdad entre sexos, de hacer un uso del lenguaje que represente a las mujeres y a los hombres y que nombre sus experiencias de forma equilibrada.

El lenguaje sexista es un reflejo de nuestra sociedad androcéntrica, el lenguaje no sexista debería ser la norma, en lugar de la excepción, en nuestros documentos. Citando a Mercedes Bengoechea (Nombra en Red, 2007, p.15), los usos gramaticales predominantes han entroncado la centralidad del varón y del masculino, invisibilizando a las mujeres y lo femenino en el discurso. De este modo, difusamente se ha hecho corresponder simbolismo lingüístico y simbolismo cultural, transmitiendo los valores androcéntricos a través de la lengua. El lenguaje sexista construye, refleja y perpetúa un pensamiento y una forma de trato sexista y discriminatorio, contribuye a transmitir una ideología y unas relaciones de poder patriarcales. La “mal llamada” en este caso economía del lenguaje sólo refleja aquí el androcentrismo lingüístico, que confunde lo masculino con lo universal y una escasa voluntad de cambio, por ello elaboramos esta guía que pretende adaptar el lenguaje inclusivo y no sexista de forma integral en la Asociación Mosaic:

- ✓ Utilizar un lenguaje igualitario y no excluyente permite visibilizar a mujeres, rompiendo con estereotipos y prejuicios sexistas; por todo ello es necesario modificar el enfoque androcéntrico de las expresiones, nombrando correctamente mujeres y hombres.
- ✓ Es perfectamente compatible el uso de las normas gramaticales y estilísticas con el uso no sexista de la lengua.

- ✓ El uso innecesario o abusivo del masculino genérico oculta a las mujeres y produce ambigüedad, por lo que ha de evitarse su utilización en textos y documentos.
- ✓ Para sustituir el masculino genérico se emplearán términos colectivos, abstractos o vocablos no marcados, perífrasis o metonimias. Cuando no produce ambigüedad, se puede omitir la referencia directa o bien utilizar infinitivos pronombre.
- ✓ Se utilizarán, siempre que sea posible, las denominaciones de cargos, profesionales y titulaciones en femenino, mediante el morfema de género y/o el artículo, cuando su uso se haga en plural, se evitara la utilización del genérico masculino.
- ✓ En casos de que el texto se refiera a quien posee la titularidad de una entidad, área o institución, el lenguaje se adecuará al masculino o al femenino en función de si se trata de un hombre o una mujer. Es importante recordar que la lengua castellana tiene marca de género por lo que los cargos ocupados por mujeres deben recogerse en femenino.
- ✓ Los documentos administrativos deben dirigirse a la ciudadanía con fórmulas que nombren específicamente a las mujeres cuando se conoce su sexo. Cuando se desconoce quién será la persona destinataria, se usarán fórmulas que engloben a ambos sexos, evitando el uso masculino genérico.
- ✓
- ✓ El uso de dobles mediante barras queda limitado a los formularios de carácter abierto y a determinados encabezamientos, no utilizándose en ningún caso en otro tipo de redactados.
- ✓ No es recomendable el uso de la @, que no es un signo lingüístico, sobre todo teniendo en cuenta la variedad de recursos que ofrece la lengua para evitar un uso no sexista del lenguaje.
- ✓ Tradicionalmente, el género masculino precede siempre al femenino cuando hay mención expresa de ambos sexos. Se propone por ello que el masculino no siempre se anteponga al femenino, de modo que este último también pueda aparecer en primer lugar, o que se alterne con el masculino.

### **3. ¿QUÉ ES EL LENGUAJE NO SEXISTA?**

El lenguaje no sexista es aquel que representa a los hombres y a las mujeres, nombrando a través de términos que no ocultan, no excluyen, no crean confusiones, no subordinan, no infravaloran, no denigran ni humillan.

El lenguaje no es sexista en sí mismo, sexista es el uso que habitualmente hacemos de él. Además, es el elemento que más influye en la formación del pensamiento.

El lenguaje inclusivo y no sexista es aquel que detecta desigualdades, discriminaciones, ocultamientos y usos despectivos de una lengua y propone alternativas para expresarnos de una manera más acorde con la realidad actual y que refleje de la mejor manera lo que pensamos y queremos comunicar.

#### 4. OBJETIVOS DE LA INCLUSIÓN DE LENGUAJE NO SEXISTA

El lenguaje es un código caracterizado por su flexibilidad y una evolución constante. Permite expresar cuestiones tan diversas como contenidos científicos o poéticos, ya sea, creando neologismos para nombrar nuevos descubrimientos (lenguaje crítico) o transgrediendo normas para acercarse a la emoción estética (lenguaje poético/publicitario).

Los objetivos principales del Lenguaje Inclusivo son:

- Visibilizar a las mujeres y a toda la diversidad social: implica evitar expresiones hetero sexistas que denoten desprecio, subordinación, ridiculización, etc.
- Equilibrar las asimetrías de género: implica modelar el lenguaje, contribuyendo a forjar una sociedad que reconozca e integre la diversidad, la igualdad y la equidad de género.

#### 5. QUÉ SE ESPERA Y CÓMO SE HARÁ.

- **Corregir el enfoque androcéntrico.** Se trata de evitar que se nombre a las mujeres como dependientes, complementos, subalternas o propias de los hombres. En el discurso androcéntrico solo existe un sujeto, el masculino y las mujeres solo existen en relación con él. Habrá que nombrarse correctamente a las mujeres y a los hombres.
- **Romper estereotipos.** No utilizar diferentes cualidades para mujeres relacionadas con la estética y para los hombres relacionado con lo intelectual.
- **No utilizar el género femenino para descalificar,** ni alusiones peyorativas a las mujeres o a los valores, comportamientos, actitudes que se les designan.
- **No utilizar la palabra “mujer” cuando se hace referencia a la población femenina.** Se debe tener presente que se habla de un colectivo múltiple, diverso, plural (existen las mujeres, no hay un único modelo de mujer) y que no encuentra su representación con tanta variedad de matices como tiene, en el término "Mujer".
- **Utilizar genéricos.** Lo más adecuado para dar un significado real a la representación de las personas y recuperar la visibilidad de las mujeres en la sociedad es utilizar el femenino y el masculino. Es decir, nombrar a niñas y niños, mujeres y hombres de la misma manera que se nombra a las personas cuando quiere dejar patente a quién se hace referencia.
- **Utilización de genéricos reales-nombres colectivos** (como, por ejemplo, “las víctimas”, “el pueblo”, “la gente”, “el electorado”, etc.).

- **Utilización de abstractos** (como, por ejemplo, “tutoría”, “titulación,” “licenciatura”, “abogacía”, “jefatura”, “dirección”, etc.).
- **Uso de los dos géneros gramaticales: dobles formas.** No es una repetición nombrar en masculino y femenino cuando se representa a grupos mixtos. Son realidades diferentes y como tales deben ser nombradas. Así pues, no es duplicar ya que duplicar es hacer una copia y este no es el caso.

Otro aspecto a tener en cuenta es la concordancia gramatical de género entre artículos, sustantivos y adjetivos. Una propuesta pasaría por concordar con el último artículo o sustantivo.

**Para evitar la utilización de la palabra “hombre” como universal** se puede cambiar por la primera (o incluso la tercera) persona del plural sin mencionar sujeto y en otras ocasiones por los pronombres nos, nuestro, nuestros, nuestra, nuestras. También, a veces, tratar de usar una forma impersonal en tercera persona con “se”.

**Para combatir el peligro del salto semántico.** Es común el uso del masculino como genérico en una frase para referirse a hombres y mujeres, y a continuación hacer referencia a particularidades únicamente masculinas.

**Evitar el uso de “el”, “los”, “aquel”, “aquellos”,** seguidos del relativo que (con sentido general). Puede sustituirse por quien, quienes.

**Sustituir uno por alguien, cualquiera, la persona, una persona, el ser humano...** y si uno es sujeto también se puede utilizar la segunda persona del singular o la primera del plural sin sujeto expreso.

En casos de adverbios, pronombres, etc. Con marca de género se puede cambiar el verbo de la tercera a la segunda persona singular (tu o usted) o la primera del plural sin mencionar el sujeto. Si se quiere un tono más impersonal también es posible utilizar el verbo en tercera persona del singular precedido por “se”.

Aquí tenemos algunos ejemplos:

✓

X

En la fiesta, las personas invitadas	En la fiesta, los invitados y sus mujeres
Señala cuantos niños y cuantas niñas hay en clase	Señala cuantos niños hay en la clase
El coche de la familia	El coche de papa
La cocina	La cocina de mama
Que bien habláis los dos y que guapos venís	Que bien habla el y que guapa viene ella
Bailas muy bien	Bailas como una mujer
Día internacional de las mujeres	Día internacional de la mujer
Las mujeres valencianas son...	La mujer valenciana es...
El personal termina su jornada a las 10	Los empleados terminan su jornada a las 10
El vecindario	Los vecinos
El profesorado	Los profesores
La población española	Los españoles
La ciudadanía	Los ciudadanos
La legislación establece que	El legislador establece que

## 6. LENGUAJE NO VERBAL: LOS ESPACIOS Y LAS ACCIONES

### 6.1 LOS ESPACIOS

A la hora de comunicar, la parte no textual tiene una gran carga. En los espacios laborales se organizan reuniones, se planifican formaciones y se da la comunicación en entornos también informales.

Se deben revisar:

- **Espacios:** distribución, ocupación, organización...
- **Tiempos:** horarios, duración, estación y clima...

La revisión se realizará sobre las opciones de conciliación y de seguridad, así como de acceso a transporte público, a medidas de conciliación externas, etc.

### 6.2 LAS ACCIONES

En los espacios laborales, se recomienda prestar atención a las diferentes actitudes como:

- **Conversación:**
  - Respetar los tiempos de cada persona sin interrupciones. Evitar el llamado *mansplaining*, es decir, suponer una capacidad de comprensión inferior a las mujeres y explicarles más cosas de las necesarias o solicitadas o hacerlo con condescendencia.
  - Facilitar la expresión oral de las mujeres, menos acostumbradas a disponer de la palabra.
- **Distribución física en las reuniones:** tener en cuenta que hay jerarquías que se marcan en función de dónde se sitúe una persona.
- **Analizar a quien se le encomiendan tareas** como hacer fotocopias o traer el café de manera más habitual.
- **Medios de envío** (email, WhatsApp, circulares, paredes.): cada canal tiene un tipo de lenguaje más o menos informal, pero esos cambios de registro no deben dar lugar a comentarios sexistas o bromas discriminatorias.

### 6.3 EXPRESIONES GESTUALES CARGADAS DE SEXISMO

Hay determinadas expresiones que solemos realizar sin prestar atención debido a nuestra educación y que, sin embargo, tienen una fuerte carga sexista y debemos evitar. Estas son:

- Ridiculizar y estigmatizar a las mujeres y hombres homosexuales con el uso de tonos de voz más agudos y a las mujeres homosexuales con tonos de voz más graves.
- Evitar el contacto visual con mujeres que integran un grupo mixto con el fin de evitar su participación o quitarles importancia.
- Exaltar la genitalidad fálica como símbolo de poder y dominación.

## 6.4 EL USO NO SEXISTA DE LAS IMÁGENES

La imagen también es contenido. Además del lenguaje también nos comunicamos a través de imágenes, haciendo llegar nuestros mensajes, y 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 de mujeres y hombres.

❖ Las imágenes deberán, por tanto:

- ~ Mostrar la **diversidad** en nuestras imágenes, no sólo en cuanto al sexo, sino también en cuanto a la edad, la etnia, la “belleza”, distintas capacidades, diversos modelos familiares, porque es la realidad (si es que es eso lo que queremos reflejar).
- ~ **No** escenificar y con ello reproducir **estereotipos ni roles de género**.
- ~ **Presencia equilibrada** en las imágenes de hombres y mujeres / niñas y niños.
- ~ Cuidar el **lugar** de mujeres y hombres en la imagen (centralidad, tamaño, perspectiva...).
- ~ Mostrar a varones y mujeres ejerciendo indistintamente funciones en los ámbitos tanto privado como público. Reproducir imágenes de **mujeres activas situándolas en espacios de ocio**, fuera del ámbito doméstico.
- ~ **No sexualizar** los cuerpos de las mujeres (ni de los hombres).
- ~ Evitar el uso de la figura masculina como genérico que pretende representar a todas y todos.
- ~ **Representar** a los varones en puestos de trabajo y sectores feminizados y viceversa.
- ~ No frivolar con la violencia hacia las mujeres.

❖ En las imágenes hay varios **códigos** que deben tenerse en cuenta, como son la perspectiva, el tamaño de las figuras, el uso simbólico de los colores, luz... Se



deberá tener en cuenta que ninguno de esos códigos subordine a las mujeres o incida en repetir estereotipos o roles de género.

- ❖ No sólo se deben cuidar las imágenes, sino la **ubicación de dichas señales** en cuanto a altura, acceso físico, capacidad de visionado...
- ❖ Los **iconos** deben ser tenidos en cuenta para que tampoco reproduzcan estereotipos ni roles de género.

## 7. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS LIBRES DE SEXISMO

A la hora de organizar eventos tendremos en cuenta:

- Buscar un equilibrio de género en las figuras públicas, (ponentes, participantes, etc.).
- Proponer una experta si los medios de comunicación solicitan declaraciones.
- Equilibrio de género en bibliotecas, menciones, imágenes.
- Tareas auxiliares y de cuidados.
- Revisar el lenguaje de títulos y la publicidad.
- Tener en cuenta los espacios y los tiempos.

## 8. PROTOCOLO NO SEXISTA EN REDES SOCIALES

En Redes Sociales es más fácil utilizar el lenguaje inclusivo por su registro coloquial, pero lo olvidamos antes debido a la inmediatez de publicación y a que pensamos que no va a tener tantas consecuencias. Recomendaciones:

- Evitar refranes, expresiones y frases hechas sexistas, racistas o discriminatorias. (Trabajo de chinos, mandona/calzonazos, se hace respetar...)
- En lo posible, se recomienda la utilización de memes, gifs e imágenes que visibilicen mujeres fuera de sus roles. Mientras, por otro lado, se debe tener cuidado con compartir GIFs y memes que reproduzcan estereotipos.
- Muchas veces compartimos noticias interesantes, pero que no utilizan un lenguaje inclusivo o en el titular se coloca a las mujeres en posiciones de subordinación. Es recomendable aprovechar las herramientas de las Redes Sociales para reescribir el titular o aportar nuestra opinión en lenguaje no sexista.
- En Redes Sociales, las opciones comunicativas son amplias (vídeos, emoticonos, imágenes...), podemos utilizarlas de manera que promuevan la igualdad y muestren el compromiso de la Asociación Mosaic con ella.

## 9. GLOSARIO

Sirva como ejemplo de las acciones que se han detallado en esta guía, hemos elaborado una pequeña guía para mejor comprensión de la utilización del lenguaje inclusivo y no

sexista con el que mostramos la facilidad de utilizar la diversidad del lenguaje para una correcta comunicación.

<b>LENGUAJE SEXISTA</b>	<b>LENGUAJE NO SEXISTA</b>
Los trabajadores	<ul style="list-style-type: none"><li>• el personal de la empresa</li><li>• la plantilla de la empresa</li><li>• las trabajadoras y los trabajadores</li><li>• los y las trabajadoras</li></ul>
Los administrativos	<ul style="list-style-type: none"><li>• personal administrativo</li><li>• las administrativas y los administrativos</li><li>• los y las administrativas</li><li>• el departamento de administración</li></ul>
Los jóvenes	<ul style="list-style-type: none"><li>• la juventud</li><li>• las y los jóvenes</li><li>• las personas jóvenes</li></ul>
Los adolescentes	<ul style="list-style-type: none"><li>• adolescentes</li><li>• las y los adolescentes</li><li>• quienes están en la adolescencia</li><li>• público adolescente</li></ul>
Los niños	<ul style="list-style-type: none"><li>• niños y niñas</li><li>• menores</li><li>• la infancia</li><li>• entre X y X años</li><li>• público infantil</li></ul>
Los menores	<ul style="list-style-type: none"><li>• menores</li><li>• los y las menores</li></ul>
Los alumnos	<ul style="list-style-type: none"><li>• el alumnado</li><li>• la clase</li><li>• el aula</li><li>• los grupos escolares</li></ul>
Los clientes	<ul style="list-style-type: none"><li>• la clientela</li><li>• las entidades clientes</li><li>• el público</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• las personas consumidoras</li> <li>• las personas usuarias</li> <li>• las personas interesadas</li> <li>• los grupos de interés</li> </ul>
Los usuarios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• las personas usuarias</li> <li>• quienes utilizan</li> <li>• a quienes se dirigen nuestros servicios</li> </ul>
Los proveedores	<ul style="list-style-type: none"> <li>• las empresas proveedoras</li> <li>• las proveedoras</li> </ul>
Los colaboradores	<ul style="list-style-type: none"> <li>• las entidades colaboradoras</li> <li>• las empresas colaboradoras</li> <li>• quienes colaboran con</li> <li>• las personas colaboradoras</li> <li>• los colaboradores y las colaboradoras</li> <li>• los y las colaboradoras</li> </ul>
Los solicitantes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• quienes solicitan</li> <li>• las personas que solicitan</li> <li>• las y los solicitantes</li> </ul>
Los docentes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• el cuerpo docente</li> <li>• los y las docentes</li> <li>• la docencia</li> </ul>
Los profesores	<ul style="list-style-type: none"> <li>• el profesorado</li> <li>• los y las profesoras</li> <li>• las profesoras y los profesores</li> </ul>
Los padres	<ul style="list-style-type: none"> <li>• madres y padres</li> <li>• progenitores</li> <li>• la familia</li> <li>• familiares</li> </ul>
Padres y educadores	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personas al cargo</li> <li>• Madres, padres, educadoras y educadores</li> <li>• Quienes educan</li> <li>• responsables de menores</li> </ul>
Padre, madre o tutor legal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Padre, madre, tutor o tutora legal</li> <li>• Quienes tutelan a la niña o niño</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personas tutoras</li> </ul>
Los monitores	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las monitoras y los monitores</li> <li>• El equipo de tiempo libre</li> <li>• Los y las monitoras</li> </ul>
El abonado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La persona abonada</li> <li>• Quienes cuentan con abono</li> <li>• Los y las abonadas</li> <li>• Las abonadas</li> <li>• Las personas con abono</li> </ul>
Los autores	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los autores y las autoras</li> <li>• Quienes crean</li> <li>• Quienes firman</li> </ul>
Los artistas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Artistas</li> <li>• Los y las artistas</li> </ul>
El hombre	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El ser humano</li> <li>• La humanidad</li> </ul>
Los músicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El grupo musical</li> <li>• Los y las músicas</li> <li>• Las músicas y los músicos</li> <li>• El conjunto de música</li> </ul>
Los oyentes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El auditorio</li> <li>• El público</li> <li>• Oyentes</li> <li>• Los y las oyentes</li> </ul>
Los invitados	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las personas invitadas</li> <li>• Los y las invitadas</li> <li>• Asistentes</li> <li>• Las y los asistentes</li> </ul>
Los protagonistas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Protagonistas</li> <li>• Quienes protagonizan</li> <li>• Las y los protagonistas</li> </ul>