

FICHAS INFORMATIVAS

CÓMO UTILIZAR UN LENGUAJE INCLUSIVO EN TUS COMUNICACIONES

Eva Mariño
Cristina Fariñas



1.- LO QUE NO SE NOMBRA NO EXISTE.

¿QUÉ SENTIDO TIENE?

A pesar de algunos cambios que poco a poco se van produciendo, el lenguaje sigue siendo sexista y no inclusivo. Se siguen utilizando sesgos de género en sus vías de comunicación, el uso del masculino genérico y una invisibilización de las mujeres.

Es conveniente tener **pautas y recursos** que apoyen el uso de una comunicación inclusiva y no sexista de manera sistemática. La voluntad de hacer un uso correcto del lenguaje y la comunicación en general es muy importante, por ello, tener a disposición un material de consulta que oriente y ofrezca pautas a la hora de comunicarse es de gran utilidad.

En la sociedad actual mujeres y hombres se comunican de manera diferente, pudiendo caer en estereotipos sexistas e invisibilizar a las mujeres en algunos espacios. **“Lo que no se nombra no existe”**, de ahí la importancia de reflejar y dar nombre a las mujeres para evidenciar su existencia y evitar posibles discriminaciones en cualquier ámbito comunicacional.

El lenguaje es un instrumento de poder, no sólo existe para posibilitar la comunicación, sino que perpetúa las ideas en la sociedad. Por ello, según la manera en la que se use puede incurrir en sexismo o en todo lo contrario.

La preocupación por el cuidado de un lenguaje inclusivo y no sexista no es una moda pasajera, es una prioridad en la consecución de una sociedad igualitaria.

Necesitamos identificar los estereotipos de género... La ONU adaptó en la IV Conferencia Mundial sobre la Mujer en Beijing en 1995 el término “género” como herramienta de análisis de la realidad de las mujeres. Según la ONU, «El género es la forma en que todas las sociedades del mundo determinan las funciones, actitudes, valores y relaciones que conciernen al hombre y a la mujer». A través de la socialización se ha asignado, tanto al género masculino como al femenino, rasgos diferentes.

- Por ejemplo...

Estereotipos femeninos: Dependencia, debilidad, sumisión, cooperación, inseguridad, resignación...

Estereotipos masculinos: Independencia, fuerza, dominio, competitividad, seguridad, confianza...

El sistema sexo-género pone en relieve los diferentes roles de género que se asignan a mujeres y hombres en una sociedad dada y los estereotipos que estos generan, impidiendo tanto a hombres como a mujeres desarrollar determinadas capacidades. En este sentido, el sistema sexo-género sirve para explicar la mayoría de discriminaciones sobre las mujeres.

- Por ejemplo...

El término “**minusválido/a**” ha sido sustituido por persona con discapacidad, pues nadie es menos válido por tener alguna facultad física o mental diferente. ...el término “**crimen pasional**” ha sido sustituido por el de violencia de género, con el objetivo de eliminar el “romanticismo” del contexto.

Para la Comisión Europea, se incurre en **sexismo lingüístico** cuando se emite un mensaje que, debido a su forma y no a su fondo, resulta discriminatorio por razón de sexo. Por el contrario, cuando la discriminación se debe al fondo del mensaje y no a su forma, se incurre en **sexismo social**.

El sexismo lingüístico no es otra cosa que el reflejo del sexismo social

- Por ejemplo...

Sexismo social: En el Ayuntamiento hay trece concejales y dos concejalas. Este ejemplo manifiesta el sexismo social, puesto que se da una descompensación entre el número de hombres y de mujeres en los cargos públicos. No existe sexismo lingüístico, al no ocultarse a las mujeres.

Sexismo lingüístico: - Acceso solo permitido a funcionarios - A la inauguración podrán acudir los alcaldes acompañados.

Ambos términos –**alcaldes y funcionarios**– parece referirse únicamente a varones. Si se aplica la “**regla de la Inversión**” se detecta el sexismo lingüístico.

Propuesta de cambio: - Acceso solo permitido al funcionariado. - A la inauguración podrán acudir alcaldesas y alcaldes acompañados.

Cuestiones que dificultan:

“Hay cosas más importantes por las que luchar en materia de igualdad” El objetivo del uso de un lenguaje no sexista no es, por tanto, únicamente la representación igualitaria de las mujeres y los hombres en la lengua, sino que teniendo la conciencia de que este hecho tiene la capacidad para transformar y conseguir una sociedad más igualitaria, es un instrumento igual de válido que otras actuaciones para la consecución de la igualdad real.

“Soy mujer y no me siento discriminada por el lenguaje”. Esto es fruto de la normalización que se ha hecho a lo largo del tiempo de los valores culturales e ideológicos que imperan en la sociedad, que son vistos con naturalidad.

“Feminizar supone a las mujeres una pérdida de prestigio al comunicarse” No se puede nombrar lo que no existe, y si la lengua con la que contamos hoy en día no recoge algunos de los términos o expresiones en femenino, como, por ejemplo, las ocupaciones que antiguamente eran realizadas exclusivamente por varones (piloto, albañil), entonces hay que inventarlas para lograr que la igualdad sea un reflejo verídico de lo que la sociedad es, una sociedad cada vez más variopinta, con capacidad para acoger y mostrar a todas las personas. A lo largo de los años se incluyen y aceptan numerosas palabras y expresiones nuevas que con el tiempo se normalizan en el vocabulario de las personas (guay, friki). Por ejemplo, hace algunos años que una mujer dijese “soy abogado” sonaba correcto mientras que dicha expresión dicha hoy en día, en lugar de decir “soy abogada”, resulta diferente.

2.- EN QUE TE BENEFICIA EL LENGUAJE INCLUSIVO EN TUS COMUNICACIONES

Tomar la decisión de repensar cómo te expresas tanto a nivel oral como escrito, **hará que tus exposiciones y ponencias estén adaptadas al contexto social actual**, y te reportará los siguientes beneficios:

1. **Tu público se sentirá más representado** por lo que tu mensaje adquirirá una relevancia mayor, por tanto, llegarás mejor a tu audiencia. Evitando posibles reticencias de personas que se puedan sentir excluidas.
2. **Tu exposición será de mayor calidad. Tu público tendrá una/un profesional sensible ante las cuestiones sociales.**
3. **Te diferenciará de otros y otras profesionales** que continúan comunicándose sin tener en cuenta la diversidad. No perdamos de vista que además de hombres y mujeres **en la actualidad hablamos de otras identidades sexuales que es importante por nuestra parte tener en cuenta a la hora de expresarnos y trasladar nuestro mensaje o exponer nuestras comunicaciones.**
4. **Acabarás interiorizándolo** de la misma manera que hemos asumido el masculino genérico. De tal manera que verás que, con un poco de consciencia y paciencia, se convertirá algo automático y transversal en tu comunicación.

3.- CÓMO LO HAGO, QUÉ TENGO EN CUENTA

Para comprobar si un texto incurre en sexismo lingüístico resulta de utilidad aplicar la regla de inversión. La **“regla de la Inversión”** consiste darle la vuelta a la frase o la situación cuando se duda sobre su sexismo. Allí donde está el hombre, poner a la mujer, y viceversa. Si la frase resulta inadecuada, es que el enunciado es sexista.

A.- Cómo evitar el sexismo en la comunicación escrita

La comunicación escrita es un aspecto fundamental, por lo tanto, el cuidado premeditado de los textos que generamos, tanto en su funcionamiento interno, como en su trato con otras entidades u organismos, así como con la ciudadanía, reflejará sin dudas nuestro compromiso con la igualdad.

¿Cómo identificar el sexismo y la exclusión a primera vista?

Cuando se usa...

- Un artículo masculino o femenino para preceder a un sustantivo de género común: **el** profesional.
- La expresión “todos”: **todos** los que pertenezcan al sector administrativo.
 - El “nosotros” como plural de modestia: **nosotros** tenemos el compromiso de...
- En fórmulas dobles (**ellos** y ellas), siempre precede la forma masculina.
- En **pronombres masculinos** para referirse al género masculino y femenino, aunque la referencia sea exclusivamente femenina.
- **Tópicos sexistas** empleados ejemplares y dedicadas empleadas.
- **Asimetría** en el lenguaje los funcionarios/las mujeres funcionarias.

Recursos prácticos para construir una comunicación escrita inclusiva y no sexista:

Evitar la asimetría en el tratamiento.

- Preferencia en el orden de presentación: **los hijos e hijas de los trabajadores y las trabajadoras**: las hijas e hijos de los trabajadores y las trabajadoras.
- Tratamiento y cortesía: **El firmante, Sr, D.**: El/La firmante, Sr/Sra., D^a/D.
- Evitar el salto semántico (fenómeno lingüístico que consiste en que un vocablo con apariencia de genérico (esto es, se le supone que incluye a hombres y a mujeres), revela más adelante que su valor era específico (sólo incluía a los varones): **los funcionarios técnicos conforman un 80% del grupo C1, las mujeres son un 20%**: el funcionariado técnico del grupo C1 está formado por un 80% de hombres y un 20% de mujeres.

Omitir los determinantes y pronombres con marca de género.

- Omitir el determinante ante sustantivos de forma única: **los funcionarios deberán...** el funcionariado deberá...
- Eludir el sujeto por "se", formas personales y no personales del verbo: **el solicitante deberá complimentar el impreso**: Se cumplimentará el impreso/cumplimenta el impreso/ a complimentar para...
- Sustituir los determinantes por otros sin marca de género (cada, cualquier): **los aspirantes**: cada/cualquier aspirante.
- Recurrir a pronombres sin marca de género (quien, quienes): **los que colaboren**: quienes colaboren.

Desdoblamientos y dobles con barras.

- Aposiciones explicativas para visibilizar ambos sexos: **las mujeres técnicas**: las técnicas.
- Barras en encabezados, formularios, impresos.: D^a/D..., Interesado/a..., Destinataria/o..., Tutor/a...
- Alternancia de orden: alternar paritariamente el orden de las palabras a lo largo del texto, es decir, comenzar con femenino la palabra unas veces y otras en masculino: Los jefes y jefas de sector, las administrativas y los administrativos del grupo A...

B.- Cómo evitar el sexismo en la comunicación oral

El buen uso de la comunicación oral es esencial, sin embargo, debido a su espontaneidad en numerosas ocasiones ésta no pasaría el filtro del lenguaje inclusivo.

Recursos prácticos para construir una comunicación oral inclusiva y no sexista.

Por tanto, en el ámbito comunicacional oral algunos de los recursos recomendables para lograr una comunicación oral incluyente y no sexista son los siguientes:

- Incluir a todas las personas presentes en la conversación independientemente de su sexo.
- Permitir que todas las personas tengan oportunidad de expresar su opinión independientemente de su sexo.
- Valorar y tener en cuenta todas las intervenciones y opiniones independientemente del sexo de la persona.
- Dirigirse del mismo modo hacia hombres y mujeres, sin utilizar expresiones sexistas (señorita, bonita, etc.), o tópicos sexistas ("los hombres no saben hacer dos cosas a la vez", alusión a los días de menstruación para justificar ciertos comportamientos femeninos, dar por hecho que todas las mujeres quieren ser madres, piroppear, etc.).
- Dar a las mujeres oportunidades de liderazgo en la conversación.
- Utilizar el femenino plural "mujeres" ya que no debemos usar la palabra "mujer" para referirnos a la población femenina, pues es importante tener presente que nos referimos a un colectivo diverso y plural, en el que existen las mujeres, no un único modelo de mujer.

C.-. Cómo evitar el sexismo en la comunicación iconográfica

Las imágenes nos ofrecen información mucho antes que los textos, por lo que la adecuación de estas a una representación plural e inclusiva es primordial para la obtención de un feedback de género positivo. La iconografía incluye fotografías, iconos y colores; todos estos elementos influyen en la percepción de las personas sobre la información que podrán encontrarse en el texto al cual acompañan. **Una imagen estudiada animará a la persona a la lectura si se ha sentido representada en el contenido gráfico.**

¿Cómo identificar el sexismo y la exclusión a primera vista?

- La mayoría de las mujeres representadas atienden al modelo de mujer joven y atractiva, lo cual no es una representación real del conjunto de las mujeres; para llegar a toda la población es necesario atender a la pluralidad (edad, sexo, etnia, estrato social, etc.).
- A menudo se utiliza la imagen masculina genérica en ámbitos donde la mujer todavía es una excepción (ámbitos de dirección y cargos de decisión, política y liderazgo...), y en puestos de trabajo de segunda categoría o de apoyo a los hombres. Y dichos usos gráficos no ayudan al cambio social de la cultura estereotipada hacia la cultura de la igualdad.
- Fotografías que muestran a hombres en reuniones dan a entender que el masculino representa al género humano. Seguramente, muchas mujeres no se ven ahí representadas, ni siquiera en las profesionales que ya ejercen esa labor, con lo que seguiremos perpetuando estereotipos sexistas que ocultan e invisibilizan a las mujeres con el pretexto que el masculino nos representa a todas y a todos.
- Ejerciendo tareas tradicionalmente feminizadas en el ámbito privado.

Recursos prácticos para construir una comunicación iconográfica inclusiva y no sexista

Una iconografía plural, no sexista e incluyente es aquella que visibiliza a las mujeres de forma paritaria, no obstante, sigue existiendo una tendencia hacia el uso de la figura masculina como modelo de representación genérico de toda la población. Por ello, se ofrecen los siguientes recursos:

- Visibilizar a las mujeres evitando la figura masculina como modelo genérico de representación de todos los seres humanos.
- Visibilizar adecuadamente a las mujeres y a los hombres sin caer en estereotipos sexistas.
- Garantizar la paridad en la frecuencia de aparición de mujeres y varones en las imágenes.
- Ofrecer una imagen alternativa a modelos que permanecen preconcebidos en nuestras mentes, como el modelo de familia (padre, madre e hijos e hijas), del género del personal de ciertos tipos de empleo (mujeres enfermeras, hombres ingenieros, etc.), de este modo

mostrando imágenes de modelos alternativos (familias homosexuales, con hijos/as con discapacidad, de otras nacionalidades, etc. y mujeres mecánicas, hombres cuidadores, diversidad de mujeres, etc.) se contribuye, de manera tan eficaz como a través de las palabras, a la consecución de una sociedad diversa y equitativa.

Además, en las imágenes se pueden aplicar criterios parecidos a los de la comunicación escrita:

- No debe tomarse la figura masculina como representación genérica, dado que esto invisibiliza a las mujeres. En especial en aquellos campos en los que se encuentran infrarrepresentadas (determinadas áreas de trabajo, altas esferas, espacios públicos, etc.).
- De igual modo, un buen recurso a emplear es la duplicidad mostrando a ambos sexos en las fotografías e iconos.
- Alternar los sexos sin caer en estereotipos o sexismo garantizando la paridad.
- Introducir iconos con un simbolismo neutro o que visibilicen a ambos sexos.
- Utilizar colores neutros y no identificarlos con uno u otro género.

¿Dónde aplicar estos recursos?

La imagen es una herramienta espléndida para cambiar el imaginario de las personas con la que se contribuye, de manera tan eficaz como a través de las palabras, a la consecución de una sociedad diversa y equitativa. Por ello, estos recursos deben ser aplicados en...

- Folletos
- Manuales de la entidad
- Imágenes de las páginas web
- Carteles de eventos, información.

No se trata sólo de representar ambos sexos, sino de realizarlo de manera adecuada puesto que la publicidad y las páginas Webs suelen reflejar parcialmente la sociedad, mostrando una imagen estereotipada o sexista de la misma.

D.- Cómo evitar el sexismo en la comunicación digital

La **página Web** de una organización es su carta de presentación, por lo que debe ser un instrumento de cambio para la plena participación de mujeres y hombres. Según establece la Ley Orgánica de Igualdad de Oportunidades entre mujeres y hombres, en el artículo 28, dedicado a la “Sociedad de la Información”, para la inclusión de una comunicación no sexista:

«En los proyectos del ámbito de las tecnologías de la información y la comunicación sufragados total o parcialmente con dinero público, se garantizará que su lenguaje y contenidos sean no sexistas».

La comunicación digital institucional, al igual que los demás ámbitos sociales, tiende a invisibilizar a las mujeres. La presencia femenina en este espacio no supera el porcentaje mínimo establecido desde Europa para conseguir una sociedad igualitaria y democrática en todos los espacios sociales, por lo que es de vital importancia que se diseñe y evalúe adecuadamente su sitio Web, y que se haga teniendo en cuenta tanto al conjunto de la sociedad, como a las personas usuarias de la misma.

¿Cómo identificar el sexismo y la exclusión a primera vista?

Cuando se usa...

- **Bienvenido...** en vez de... **Te damos la bienvenida**
- **Atención al usuario...** en vez de... **Atención a usuarios/as**
- **Si eres usuario registrado...** en vez de... **Si ya te has registrado**
- **Espacio del contribuyente...** en vez de... **Espacio para contribuyentes**
- **Quedará matriculado en el curso on-line...** en vez de... **Su matrícula en el curso on-line será efectiva...**
- **Buzón del ciudadano...** en vez de... **Buzón de la ciudadanía**

Recursos prácticos para construir una comunicación digital inclusiva y no sexista:

- Aplicar el **principio de transversalidad o mainstreaming de género**. Es decir, integrar la dimensión de género en todos los niveles –diseño, desarrollo y evaluación– de la página Web.
- **Usar de manera adecuada el lenguaje y la iconografía**, precisando un examen detenido y consciente de la implicación que tienen los medios de comunicación digitales en el mantenimiento o eliminación de las desigualdades entre hombres y mujeres.
- **El “enfoque de persona”**: Para que el contenido Web vaya bien direccionado debe realizarse un estudio que identifique el tipo de personas que son usuarias potenciales del mismo. El “enfoque de persona” pone a las personas en primer plano, con lo que se muestran las similitudes, diferencias y desequilibrios entre mujeres y hombres, permitiendo establecer modelos representativos de la realidad, lo cual favorecerá a la igualdad de oportunidades.
- Contar con un equipo técnico con perspectiva de género. Debe garantizarse un equipo técnico que tenga en cuenta la perspectiva de género en el desarrollo informático del sitio Web, y que, además, garantice el principio de Igualdad de oportunidades en la organización del equipo y del trabajo técnico que se lleve a cabo. Al ser, la informática, un espacio masculinizado, se contribuiría a la disminución de esta brecha de género, incrementando la participación de las mujeres en la creación y diseño de las páginas Web. De esta manera, se favorecería en mayor medida que el contenido haga referencia a una muestra más representativa de la sociedad.
- Utilizar el femenino plural “mujeres” ya que no debemos usar la palabra “mujer” para referirnos a la población femenina, pues es importante tener presente que nos referimos a un colectivo diverso y plural, en el que existen las mujeres, no un único modelo de mujer.

¿Dónde aplicar estos recursos?

- En el **diseño corporativo de la Web y en sus contenidos**. El lenguaje es uno de los aspectos que más se cuida. Se utilizan, a menudo, fórmulas para que sus potenciales usuarios/as perciban una atención directa y personalizada. Adaptar un lenguaje inclusivo y no sexista es una cuestión importante para que todas las personas se sientan representadas.
- En las **redes sociales** se deben tener en cuenta elementos como la representación equilibrada de mujeres y hombres, la representación de

mujeres y hombres en roles distintos a los tradicionales o la visibilización de las mujeres, entre otros aspectos.

4.- EL CAMBIO FORMA PARTE DE UN PROCESO, NO TE PREOCUPES. EL PRIMER PASO ES EL MÁS IMPORTANTE

Los cambios no son inmediatos, pero si son posibles. La constancia, recursos y sobre con el compromiso claro y definitivo de querer apostar por la igualdad en todos los aspectos de la vida es el mejor legado que podemos dejar a la sociedad, una sociedad que vive y se desarrolla en igualdad real, será más justa, corresponsable, menos violenta, incluyendo sin ningún tipo de estereotipos a todas las personas que la forman.

13

5.- EL PELIGRO DE NO HACERLO. LO QUE TRANSMITIMOS CON LO QUE **NO DECIMOS. NUESTRO LENGUAJE NOS DEFINE.**

La lengua castellana no es neutra, tiene género. Desde su evolución del latín, se impuso en la sociedad el uso del masculino genérico para designar los términos plurales que aunaban lo masculino y lo femenino. Puesto que antiguamente la vida pública y las esferas de poder estaban ocupadas por los varones, lo masculino era evidenciado como lo general y lo femenino como lo particular, considerando a las mujeres la excepción a la regla y negando su capacidad como sujetos sociales. La aplicación del masculino genérico viene generando numerosos conflictos en la sociedad actual, tanto a nivel práctico como social, puesto que contribuye a la invisibilidad de las mujeres y lleva en muchas ocasiones a la confusión y los equívocos.

Si se plantea la pregunta “¿cómo se puede ser madre sin tener hijos?” La respuesta es tan simple como “teniendo hijas”, ¿no? Un juego de palabras tan simple genera confusiones debido al uso del masculino genérico.

El masculino genérico crea imágenes mentales masculinas, extrayendo a las mujeres de muchos contextos, en especial de aquellos que están tradicionalmente masculinizados, dificultando de este modo el cambio en el imaginario colectivo hacia uno más inclusivo y diverso.

Si se toma la frase “los ingenieros encargados del proyecto” posiblemente se genere en nuestras cabezas una imagen formada por un grupo de hombres.

Al estar esta profesión tradicionalmente masculinizada, genera la invisibilización y la exclusión de las mujeres ingenieras.

La defensa del uso del masculino genérico se considera una resistencia hacia el uso de un lenguaje incluyente, siendo un reducto de la sociedad patriarcal totalmente prescindible, puesto que la riqueza de la lengua castellana ofrece la posibilidad y la facilidad de la sustitución del masculino genérico por fórmulas eficientes y plurales.

6.- LA DIFERENCIA ENTRE LA IGUALDAD Y LA EQUIDAD.

14

El concepto de **paridad** está relacionado con corregir la falta de representatividad de las mujeres en la esfera pública, sobre todo en la política, "garantiza el derecho civil de las mujeres a ser electas y también a representar políticamente a la ciudadanía". La paridad en la representación establece por ley en España un 60%-40%, es decir, ningún género puede estar representado en una proporción menor a un 40% ni mayor a un 60%, siempre entre candidatas y candidatos de igual valía y méritos para un puesto.

La paridad tiene que ver con las llamadas *cuotas de género* que siguen generando rechazo por parte de algunos sectores incapaces de aceptar la deuda histórica existente con las mujeres.

La equidad (del inglés, *equal*) se utiliza más en Latinoamérica, en ocasiones como sinónimo de igualdad, pero va más allá de ésta y articula tanto los derechos individuales como la justicia social. Tiene en cuenta las condiciones de partida y las necesidades específicas y diferenciadas de las mujeres de forma que la igualdad de condiciones y oportunidades pueda ser efectiva y no androcéntrica.

Las feministas latinas, tras la Conferencia de Pekín de 1995, prefirieron utilizar el término equidad frente a igualdad, ya que entendían la igualdad como el querer equiparar a las mujeres con los hombres para poder gozar de los mismos derechos que ellos, en vez del reconocimiento de una realidad específica de las mujeres que rechaza esa comparación.

7.- CONSULTANOS Y TE ORIENTAMOS.

Con estas fichas pretendemos que la comunicación, oral escrita y digital se realice no solo teniendo en cuenta el contenido científico sino también mostrando un claro compromiso por la igualdad, que sea un instrumento que provoque reflexión y cambio con el ánimo de que consigamos un cambio real en la sociedad. Y como entendemos que este proceso puede generar dudas **estamos a tú disposición para ayudarte o asesorarte. Puedes contactar con nosotras a través del Colexio Oficial de Biólogos de Galicia.**

15

8.- GLOSARIO TÉRMINOS:

- **Abuso del masculino genérico:** Cuando el uso del masculino como representante de ambos sexos se utiliza como norma, incluso en contextos en los cuales su uso no está justificado.
- **Androcentrismo:** Consideración, consciente o no, del hombre (varón) como referente universal (sociedad, cultura e historia).
- **Aposiciones redundantes:** Anteponer la condición sexuada de las mujeres ante otras cualidades más pertinentes en el contexto.
- **Comunicación igualitaria e incluyente:** Uso de lenguaje e imágenes equitativas y respetuosas en la representación de hombres y mujeres en los procesos comunicativos.
- **Estereotipos:** Idea o imagen socialmente aceptada por un grupo como modelo o patrón de conducta inmutable.
- **Feminismo:** Ideología y movimiento social que defiende la igualdad entre mujeres y varones, reconociendo a las mujeres las mismas capacidades y derechos que los hombres.
- **Género:** Conjunto de características (sociales, culturales, políticas, psicológicas, jurídicas y económicas) que la sociedad asigna a las personas de forma diferenciada como propias de hombres y mujeres. Adscribiendo aptitudes, actitudes y roles sociales diferenciados para mujeres y hombres en función del sexo biológico.
- **Igualdad de género:** Afirma que todos los seres humanos son iguales ante la ley, teniendo los mismos derechos y deberes en la sociedad.
- **Igualdad de oportunidades:** Garantiza de los hombres y las mujeres tengan las mismas oportunidades en todas las esferas de la sociedad (económica, política, educacional, formativa, etc.).
- **Igualdad real:** Tratamiento equitativo para hombres y mujeres, independientemente de su sexo.

- **Lenguaje no sexista:** Aquel que refleja a mujeres y hombres por igual, sin invisibilizar ni infravalorar a ninguna persona en función de su sexo.
- **Machismo:** Ideología o actitud discriminatoria de los hombres sobre las mujeres al considerar a estas últimas como seres inferiores en uno o más aspectos.
- **Mainstreaming o transversalidad de género:** Aplicación de la perspectiva de género a todas las políticas, acciones y programas en todas sus fases (análisis, metodología, planificación, ejecución y evaluación).
- **Patriarcado:** Un sistema de organización social en el cual los puestos de poder (político, económico, social, religioso, etc.) se encuentran ocupados exclusivamente por varones.
- **Perspectiva de género:** Supone tener presentes las relaciones entre hombres y mujeres siendo conscientes de cómo pueden afectar estas a las oportunidades y situaciones de cada persona.
- **Roles de género:** Son las pautas de actuación y comportamiento asignadas tradicionalmente a mujeres y a varones y que son perpetuadas por la sociedad patriarcal.
- **Salto semántico:** Confusión al interpretar una palabra con valor de genérico cuando su significado era específico.
- **Sexismo:** Discriminación de las personas en función de su sexo.

9.- ENLACES DE INTERÉS:

- [Educando en igualdad:](#) Es un espacio que ofrece las distintas contribuciones que personas expertas, comunidad educativa, profesorado y organizaciones no gubernamentales aportan en el camino a la igualdad. Desde esta web se puede acceder a numerosas actividades en el ámbito educativo.
- [Intercambia - Educar en femenino y en masculino:](#) Espacio virtual para compartir experiencias que reconocen los intereses, conocimientos y motivaciones de niñas, niños, hombres y mujeres en la educación. Está creado para facilitar el acceso y el intercambio de información y conocimiento sobre prácticas educativas que incluyen los saberes femeninos y masculinos.
- [M^a José Díaz-Aguado Jalón:](#) Catedrática de Psicología de la Educación de la Universidad Complutense de Madrid. En esta página se pueden consultar interesantes artículos sobre la convivencia escolar y la igualdad de género.
- [Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades:](#) Desde esta web se puede acceder a numerosos recursos que promocionan y fomentan las condiciones que posibilitan la igualdad social de ambos sexos y la participación de la mujer en la vida política, cultural, económica y social.

- [Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades. Proyecto Plurales:](#) El Proyecto pretende proporcionar una herramienta práctica que facilite incorporar cambios en el modelo educativo, de forma que este permita desarrollar e implementar Planes de Igualdad en las escuelas, favoreciendo cambios, tanto en los modelos organizativos como en los proyectos educativos, que garanticen la igualdad de oportunidades de los alumnos y las alumnas.
- [Grupo de mujeres CREA - SAFO:](#) Web con programas y proyectos de la Comunidad de Investigadores de Excelencia para todos. Desde esta web se pueden consultar las líneas y proyectos de investigación, publicaciones, seminarios y tesis doctorales.
- [Cinco apps para luchar contra la violencia de género:](#) Principales aplicaciones contra la violencia de género desarrolladas en nuestro país. Todas ellas son gratuitas.
- [Barabal \(Gender mainstreaming in Roma Education\):](#) Proyecto que tiene como objetivo mejorar el acceso y la permanencia en el aprendizaje a lo largo de la vida de las niñas, jóvenes y mujeres en situación de desventaja socio-económica en Europa a través de la integración transversal de la perspectiva de género en las políticas, programas y metodología de trabajo relacionadas con la mejora de la educación de la población gitana en situación de exclusión social.