

**Guía para el uso del
Lenguaje Inclusivo y la
Imagen no Sexista,
Neutralidad de Género
y Discriminación
por Diversidad,
en la Fundación
para la Formación e
Investigación Sanitaria de
la Región de Murcia
(FFIS)**

Versión 1 (15/10/2025)

Índice

- 1. Declaración de Principios**
- 2. Objeto de la Guía**
- 2. Marco jurídico**
- 3. Principios generales**
- 4. Comunicación escrita y oral**
- 5. Comunicación visual**
- 6. Comunicación en investigación y salud**
- 7. Aplicación institucional**
- 8. Anexos**

**Guía práctica de comunicación incluyente,
del Instituto de la Mujer y para la Igualdad
de Oportunidades**

1. Declaración de Principios

La Fundación para la Formación e Investigación Sanitaria de la Región de Murcia (FFIS), en su compromiso con la igualdad, la diversidad y la no discriminación, aprueba la presente guía como herramienta de referencia para promover un lenguaje y una comunicación inclusivos en todos los ámbitos de actuación institucional.

Con el fin de promocionar la igualdad, la integración y la convivencia con la diversidad en el trabajo, esta guía tiene como propósito orientar a todas las personas trabajadoras de la FFIS de gestión, formadoras, instigadoras que estén vinculadas a la institución, en el uso de un lenguaje y una imagen que reflejen igualdad, respeto y neutralidad de género.

La FFIS se compromete a que la presente guía se integre, además de en la normativa vigente aplicable, en los protocolos de comunicación institucional y contribuyendo, tanto al cumplimiento de los principios de igualdad establecidos en el I Plan de Igualdad de la FFIS, como a la orientación, identidad o expresión de género y de violencia o discriminación por diversidad reconocidos en nuestro Protocolo para la Prevención, Detección y Actuación frente al Acoso, Violencia y Discriminación por Diversidad.

Además, reiteramos nuestro compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), dentro del marco de la Agenda 2030, donde se adopta un plan de acción en favor de las personas, el planeta y la prosperidad, con la intención de fortalecer la paz mundial y el acceso a la justicia: el ODS en favor de la justicia: “16 Paz, Justicia e Instituciones Sólidas”, colaborando para *“promover sociedades pacíficas e inclusivas, facilitar el acceso a la justicia para toda la población y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles. Las personas de todo el mundo deben vivir libres del miedo a cualquier forma de violencia y sentirse seguras en su día a día, sea cual sea su origen étnico, religión u orientación sexual”*.

Fdo. María Fuensanta Martínez Lozano
Directora de la FFIS

2. Objeto de la Guía

La FFIS asume el compromiso con la igualdad efectiva sin discriminación de todas sus personas trabajadoras, en todos los ámbitos: investigación, formación, gestión y divulgación.

Esta guía tiene como finalidad establecer de forma orientativa, las pautas necesarias para el uso de un lenguaje inclusivo y de una comunicación visual no sexista, garantizando la igualdad, la diversidad y el respeto a todas las identidades.

Asimismo, busca promover una cultura organizacional basada en la equidad, la accesibilidad y la representación equilibrada de todas sus personas trabajadoras.

Para ello, ante cualquier duda o propuestas de mejora, se podrán dirigir a la Comisión de Igualdad y Diversidad de la FFIS, a través del correo ciyd@imib.

3. Marco jurídico

La presente guía se fundamenta en la normativa nacional, autonómica e internacional vigente en materia de igualdad, diversidad y no discriminación, entre la que se incluye:

- ✓ Constitución Española de 19 de diciembre de 1978, artículo 14.
- ✓ Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres.
- ✓ Ley 7/2007, de Igualdad entre Mujeres y Hombres de la Región de Murcia.
- ✓ Ley 4/2023, de 28 de febrero, para la igualdad real y efectiva de las personas trans.
- ✓ Ley 14/2011, de 1 de julio de la Ciencia, la Tecnología y la Innovación.
- ✓ Ley 15/2022, de 12 de julio, integral para la igualdad de trato y no discriminación.
- ✓ Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Agenda 2030.
- ✓ I Plan de Igualdad de la FFIS.
- ✓ Protocolo para la Prevención, Detección y Actuación frente al Acoso, Violencia y Discriminación por Diversidad.
- ✓ Así como en el resto de normativa aplicable al ámbito sanitario, investigador y de comunicación institucional.

4. Principios generales

Con esta guía se pretende promover una comunicación igualitaria, inclusiva y diversa, de modo que:

- ✓ **Tanto en la comunicación interna como en la externa**, se haga visible el compromiso de la FFIS con la igualdad de condiciones entre:
 - Mujeres y hombres.
 - Personas del colectivo LGTBI.
 - Y todas las personas que integran la diversidad de la FFIS, ya sea por razón de nacimiento, origen racial o étnico, dificultades de aprendizaje, discapacidad, accesibilidad, salud física o mental, situación socioeconómica, lengua, convicciones, creencias religiosas o cualquier otra circunstancia o condición personal o social.
- ✓ **Se difunden y aplican pautas de comunicación no sexista, neutral y libre de discriminación**, mediante:
 - El uso de un lenguaje inclusivo y respetuoso, que evite sesgos de género o de otro tipo, y visibilice a todas las personas trabajadoras de la FFIS.
 - La utilización de imágenes no sexistas ni discriminatorias, que representen de manera equilibrada a mujeres, hombres y demás diversidades, en roles de investigación, formación, gestión y divulgación.
 - La garantía de **accesibilidad comunicativa**, utilizando lenguaje claro y formatos accesibles que permitan llegar a toda la ciudadanía.

5. Comunicación escrita y oral

El uso del lenguaje inclusivo no implica la duplicación constante de términos (por ejemplo, “los/las”), sino la preferencia por fórmulas neutras, colectivas o genéricas que representen a todas las personas.

Recomendaciones:

- Utilizar pronombres y sustantivos neutros, evitando el masculino genérico.
- No presentar a las mujeres como complemento de los hombres.

- Usar expresiones que engloben la diversidad y eviten sesgos discriminatorios.
- Cuidar el trato en documentos oficiales, utilizando “la directora / el director”, según corresponda.
- Evitar estereotipos en la descripción de roles y funciones.

Ejemplos:

- ✗ “Al interesado”. ✓ “A quien le pueda interesar”.
- ✗ “Todos los miembros del comité”. ✓ “Cada miembro del comité”.
- ✗ “Los médicos y las enfermeras”. ✓ “el personal médico y el personal sanitario”.
- ✗ “Al interesado”. ✓ “A quien le pueda interesar”.
- ✗ “El Presidente de la Comisión”. ✓ “La Presidencia de la Comisión”.
- ✗ “El candidato debe enviar su currículum a la dirección indicada”. ✓ “Envíe su currículum a la dirección indicada”.
- ✗ “El solicitante debe presentar la documentación”. ✓ “La documentación debe ser presentada”.
- ✗ “Al interesado”. ✓ “A quien le pueda interesar”.
- ✗ “Es necesario que el candidato presente la siguiente documentación”. ✓ “Es necesario presentar la siguiente documentación”.
- ✗ “Si envías una publicación a alguien, él puede visualizarla”. ✓ “Si envías una publicación a alguien, puede visualizarla”.
- ✗ “Musulmán/ana o Islámico/a”. ✓ “Persona musulmana”.
- ✗ “Menor de edad”. ✓ “Niño/a; Adolescente”.
- ✗ “Anciano/a o Viejo/a”. ✓ “Persona mayor, Persona de edad avanzada o Tercera edad”.
- ✗ “Los padres”. ✓ “La familia; las madres y los padres”.
- ✗ “Discapacitada/o - inválido/a”. ✓ “Personas con discapacidad”.
- ✗ “El/la ciego/a o no vidente”. ✓ “Persona ciega”.
- ✗ “Sordomudo/a”. ✓ “Persona sorda”.
- ✗ “Enfermo mental”. ✓ “Persona con un problema de salud mental”.

- ✗ “Alcohólico/a”; “Drogadicto/a”. “Persona con un problema de alcoholismo”; “Usuario de drogas”.
- ✗ “Cambio de sexo”. “Transición”.
- ✗ “Las bolleras”. “Las mujeres lesbianas”.
- ✗ “Los maricones”. “Las personas gays”.

6. Comunicación visual

La comunicación visual debe reflejar la diversidad real de la sociedad y evitar representaciones que perpetúen estereotipos o sesgos.

A continuación, se establecen los principios generales:

- ✓ Equilibrio de género: garantizar la presencia equitativa de mujeres y hombres en imágenes institucionales.
- ✓ Diversidad visible: mostrar personas de diferentes edades, orígenes, identidades, capacidades y contextos sociales.
- ✓ Evitar estereotipos: no asociar roles de liderazgo solo a hombres ni roles asistenciales solo a mujeres.
- ✓ Representaciones responsables: no reproducir imágenes que asocien colectivos a la marginalidad, la violencia o la dependencia.
- ✓ Iconografía y gráficos neutros: emplear símbolos, iconos y diseños que representen de forma equilibrada a todas las personas.

7. Comunicación en investigación y salud

La FFIS promueve una comunicación científica y sanitaria inclusiva, que incorpore la perspectiva de género y evite la estigmatización.

Recomendaciones:

- Desagregar los datos por sexo y género cuando sea relevante.
- Utilizar lenguaje respetuoso y centrado en las personas.
- Evitar expresiones que identifiquen a las personas con su condición o diagnóstico.

- Redactar materiales de divulgación con un lenguaje claro y accesible.
- Evitar un lenguaje que estigmatice a pacientes o colectivos:
 - ✗ “Los diabéticos deben...” ✓ “Las personas con diabetes deben...”
 - ✗ “Estamos comprometidos con esta investigación”. ✓ “Tenemos un compromiso con esta investigación”.
 - ✗ “Esta investigación es un gran logro para el hombre”. ✓ “Esta investigación es un gran logro para la humanidad”.
 - ✗ “Los investigadores han presentado resultados.” ✓ “El equipo investigador ha presentado resultados”.

7. Aplicación institucional

La presente guía se integra en los protocolos de comunicación institucional de la FFIS y constituye una herramienta de referencia para todas sus personas trabajadoras.

Acciones:

- Formación y sensibilización: promover actividades de capacitación sobre igualdad, diversidad y comunicación inclusiva.
- Aplicación transversal: incorporar las recomendaciones de esta guía en todos los ámbitos de comunicación (escrita, oral, visual y digital).
- Evaluación y seguimiento: la Comisión de Igualdad y Diversidad evaluará periódicamente su cumplimiento.

8. Anexos

Como referencia complementaria, se incluye la **Guía Práctica de Comunicación Incluyente del Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades**, que amplía las recomendaciones aquí recogidas y proporciona ejemplos adicionales para su aplicación práctica.

INTRODUCCIÓN

Cuando se aborda la incorporación de la Igualdad de Oportunidades entre mujeres y hombres en el ámbito laboral, los esfuerzos y actuaciones realizadas van dirigidos a la consecución de un objetivo último: conseguir la igualdad real y efectiva erradicando, definitivamente, las situaciones en las que todavía hoy se produce desigualdad y discriminación hacia las mujeres. A saber: brecha salarial de género, dificultad de acceder a determinadas profesiones o tareas, menor presencia en puestos directivos, mayor precariedad laboral... Elementos todos ellos directamente relacionados con el entorno socio laboral en el que se desarrolla la vida de empresas, trabajadoras y trabajadores y, que, en la medida en que se actúe sobre ellos, se conseguirá la meta de la igualdad.

Según esto, podría parecer que la toma en consideración del lenguaje y el sistema de comunicación son un tema secundario o con poca repercusión. Sin embargo, lejos de esta consideración, la propia Ley Orgánica de Igualdad Efectiva entre Mujeres y Hombres le otorga una importancia fundamental y se remite, en varias ocasiones a lo largo de su articulado, a la necesidad de utilizar un lenguaje incluyente y no sexista. Cabe entonces preguntarse en qué medida o de qué manera el lenguaje empleado contribuye a alcanzar la igualdad entre mujeres y hombres y, más concretamente, de qué forma influye en la incorporación de la igualdad a la empresa.

El lenguaje y las imágenes que se utilizan en las comunicaciones internas y externas de las organizaciones “hablan” por éstas, antes incluso de que la propia organización lo haga. De forma previa a la imagen que se proyecta a través de la actividad profesional, lo que se muestra y lo que se dice incide en el espacio público que entiende como “realidad” aquello que percibe, porque como decía Wittgenstein* “*lo que no se nombra no existe*”. Así pues todo aquello que la empresa no nombre, no cuente, no muestre, no existirá.

De este modo, la utilización de un sistema de comunicación (lenguaje, imágenes, iconos...) incluyente será determinante para:

- Mostrar una imagen coherente con el compromiso con la Igualdad de Oportunidades de la empresa
- Visibilizar la presencia y participación de las mujeres en la empresa
- Sensibilizar en igualdad tanto en la empresa como hacia el exterior
- Promover la reflexión sirviendo como modelo de expresión verbal y escrita
- Contribuir al desarrollo de la sociedad como parte de la Responsabilidad Social Empresarial

Con esta *Herramienta* se pretende proporcionar a las empresas un instrumento útil y práctico que facilite la utilización de un sistema de comunicación incluyente de forma habitual.

* Wittgenstein, Ludwig. *Tractatus logico-philosophicus*

Lenguaje sexista y lenguaje incluyente: aclarando conceptos

El **lenguaje sexista** alude a un código de comunicación que invisibiliza a las mujeres y que puede provocar su infravaloración o ridiculización, pero que en todo caso las subordina. Se produce, principalmente, por la utilización del masculino como genérico y porque ofrece una imagen estereotipada de las mujeres.

Es cierto que en castellano, el masculino como género gramatical tiene un uso doble como genérico, haciendo referencia a ambos sexos y, como específico, referido sólo al sexo masculino. Sin embargo, esta explicación es clara sólo en el plano teórico, porque en la práctica, la generalización del uso del masculino provoca problemas de interpretación que obligan a tener que analizar siempre el contexto para discernir, por ejemplo si “hombre” se utiliza en referencia a los varones o a la humanidad en su conjunto, o incluso sólo a las mujeres.

Por el contrario, el **lenguaje incluyente**, constituye un código de comunicación que tiene en cuenta la realidad tal cual es, sexuada. Posibilita que mujeres y hombres nombren el mundo desde su género y sean nombradas y nombrados teniendo en cuenta el sexo al cual pertenecen, sin subordinación ni invisibilización de ninguno de los sexos. O, en lo que afecta a las imágenes, que reflejen una presencia equilibrada de mujeres y hombres alejada de estereotipos de género.

En muchas ocasiones, la utilización (o el abuso) del masculino genérico tiene más que ver con la tradición y la inercia que con una clara voluntad de ocultar e infravalorar a las mujeres. Por ello, el cambio necesita de la decisión consciente de querer comunicar de otra forma y para ello es necesario conocer instrumentos y alternativas que sustituyan esa inercia sin provocar una sensación de artificialidad o duplicidades que hagan perder el sentido de lo que finalmente se quiere comunicar.

A continuación se detallan los problemas más habituales y posibles soluciones a los mismos, de forma que el lenguaje incluyente pueda incorporarse con facilidad a la gestión y comunicación diaria de la empresa.

1. Evitar el abuso del masculino genérico.

En lugar de...	podemos utilizar...	y decir...
Los trabajadores de...	Genérico	La plantilla / El personal de...
Los empleados en situación de excedencia		El personal en situación de excedencia
Los jefes	Abstractos o perífrasis	La jefatura / Quienes tienen responsabilidad en la toma de decisiones/ Quienes toman decisiones
Los profesores		El personal docente / El profesorado
Los coordinadores	Construcciones metonímicas	La coordinación
El Director de la empresa		La Dirección de la empresa
Todos los trabajadores pueden solicitar	Aposiciones explicativas	Todos los trabajadores, tanto mujeres como hombres , pueden solicitar
El objetivo es proporcionar a los responsables una formación adecuada a su puesto		El objetivo es proporcionar a los responsables, de uno y otro sexo , una formación adecuada a su puesto
Podrán optar al puesto los profesionales con experiencia	Omisión de determinantes	Podrán optar al puesto, profesionales con experiencia
Encuestas a los asistentes		Encuestas a asistentes
Todos los miembros del Grupo de Igualdad	Utilizar determinantes sin género	Cada miembro del Grupo de Igualdad
Aquellos responsables de proyecto...		Cada responsable de proyecto...
El juez decidirá	Utilizar 'se'	Se decidirá judicialmente
Para continuar el proceso el implicado enviará la solicitud		Para continuar el proceso se enviará la solicitud

En lugar de...	podemos utilizar...	y decir...
Los trabajadores pueden participar en la elaboración del plan estratégico	Formas personales de los verbos	Podemos participar... Puedes participar en la elaboración del plan estratégico. Usted puede participar...
El empleado velará por su propia seguridad		Tendremos que... Tendrás que velar por tu propia seguridad. Usted tendrá que... Tendrán que
A la celebración acudieron los trabajadores y familiares de los mismos	Evitar masculinos falsamente genéricos	A la celebración acudieron el personal y sus familiares
Es responsabilidad de ambos		Es responsabilidad de una y otro Es responsabilidad de ambas partes
Si el operario trabaja adecuadamente, conseguirá mayor rentabilidad	Formas no personales de los verbos	Trabajando adecuadamente, se conseguirá mayor rentabilidad
Para conseguir una gestión de equipos más efectiva el coordinador utilizará herramientas como la asertividad		Utilizando herramientas como la asertividad, se podrá conseguir una gestión de equipos más efectiva
Las subvenciones concedidas al que cree una empresa	Pronombres relativos sin género	Las subvenciones concedidas a quien cree una empresa
El que llegue antes que apague la alarma		Quién llegue antes

2. Desdoblamientos y soluciones a problemas de estilo

• Desdoblamientos

Cada vez es más frecuente el recurso a los **desdoblamientos** y comienza a no resultar tan ajeno al uso cotidiano del lenguaje. Sin embargo se debe limitar su uso para no ralentizar excesivamente el discurso y es más aconsejable utilizar alguno de los recursos que se han enumerado en la tabla anterior.

En todo caso, en su utilización se debe procurar alternar el uso de la forma femenina y masculina, para evitar comenzar siempre por esta última.

- Los trabajadores de la empresa → Las trabajadoras y trabajadores de la empresa
- Los socios que deseen participar → Los socios y las socias que deseen participar
- Los usuarios del comedor → Las y los usuarios del comedor

También se generaliza el uso de barras (/) y arrobas (@) pero también en estos casos deben utilizarse sólo en determinados casos y no de forma indiscriminada.

• Barras (/)

El uso de las barras puede ser un recurso válido en el caso de documentos administrativos (formularios, fichas, impresos de solicitud...).

- Licenciados/as
- Desempleadas/os
- Jubilados/as

Se debe recordar que todos los elementos que concuerden con el sustantivo deben llevar barras: doscientos/as asociados/as.

Como inconveniente, su utilización puede dificultar la lectura de los textos, crear confusión para concordar gramaticalmente o provocar rechazo estilístico.

• Arroba (@)

Soluciona aparentemente el problema en el lenguaje escrito, pero no en el oral. Al igual que las barras este recurso ha de ser utilizado cuando no existen otras fórmulas más adecuadas.

La estrategia de aplicar la @ puede ser válida para el lenguaje informal, especialmente cuando está dirigido a la juventud, pero en general la alternativa tiene que pasar por el uso de otros recursos.

- Operari@s
- Técnic@s

3. Fórmulas de tratamiento

La designación asimétrica de mujeres y hombres en el campo político, social y cultural constituye una constante debido a la tradicional vinculación de las mujeres al ámbito privado y doméstico.

La utilización de formas de tratamiento igualitario contribuye de forma directa a la sensibilización y promoción de la igualdad y el lenguaje incluyente, tanto en las comunicaciones dirigidas al personal como hacia el exterior en las relaciones de la empresa con su clientela, empresas proveedoras u otras entidades del sector.

Estas son algunas de las situaciones más frecuentes:

- **Nombre y apellido:** Ocurre con frecuencia que cuando se trata de un hombre se emplea solo el apellido, mientras que, cuando se trata de una mujer, se suele usar o bien el nombre de pila precedido de alguna forma de tratamiento (señora o señorita) o bien el nombre y apellido. En estas situaciones lo más aconsejable es:
 - Trato simétrico a ambos sexos, utilizando D/D^a- D^a/D., atendiendo al grado de formalidad del texto
 - No utilizar el tratamiento de *señorita*, ya que con él se alude, implícitamente, a la edad y, sobre todo, al estado civil de las mujeres, sin que exista paralelismo ni en el uso ni el significado con el tratamiento de *señorito*.
- **Fórmulas de tratamiento en masculino:** En el lenguaje administrativo es habitual encontrar documentos o formularios redactados en masculino, en la idea de ser abiertos y que puedan referirse a mujeres y hombres. En estos casos se puede evitar:
 - Estableciendo epígrafes como “nombre y apellidos” o “firmado” o
 - Presenciando la doble forma (D. / D^{ña}. y viceversa, D^{ña}. /D.

4. Oficios, profesiones y cargos de responsabilidad

Las ocupaciones de la esfera pública han estado durante siglos reservadas a los hombres. En consecuencia, el léxico que las designa se ha acuñado tradicionalmente en masculino.

La incorporación progresiva de las mujeres al mercado laboral ha provocado la creación de los femeninos de muchos oficios o profesiones para los que sólo existía el masculino.

A este respecto conviene mencionar la Orden de 22 de marzo de 1995 (BOE 28/03/95) del Ministerio de Educación que insta a **reflejar en los títulos académicos oficiales el sexo de quienes los obtienen.**

Como norma general se debe seguir el siguiente criterio: emplear el género femenino cuando un cargo, una profesión o una actividad estén desempeñados por una mujer, siempre que sea posible siguiendo los mecanismos morfológicos para su formación y empleo. En aquellos casos en los que no sea indicado formar directamente el femenino o se estén refiriendo a mujeres y hombres se debe emplear los recursos mencionados con anterioridad: desdoblamientos, utilizar barras, palabras genéricas o indeterminadas.

Designación masculina	Alternativas recomendadas
Administrador	Administradora Administración Personal/Responsable de Administración
Conserje	La conserje Conserjería Personal/Responsable de Conserjería
Ingeniero	Ingeniera

Imágenes¹

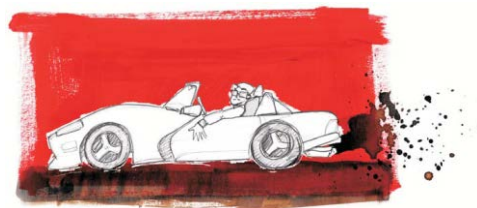
El lenguaje no es, en absoluto, la única, ni siquiera siempre, la más importante forma de comunicación. Más aún, en el ámbito de la empresa y la actividad económica en general, la imagen corporativa desempeña un papel fundamental. A través de las imágenes, los colores, el diseño de la página web o la presencia en las redes sociales una entidad está comunicando constantemente y transmitiendo mensajes y valores concretos. La combinación de ambos elementos (comunicación escrita y soportes de imágenes) debe ser coherente con el objetivo final de aportar mensajes basados en la igualdad de mujeres y hombres.

En este sentido las imágenes que se utilicen deben:

- Visibilizar a las mujeres, **evitando** el uso de la **figura masculina** como **genérica** que pretende representar a toda la plantilla o el uso de iconos, símbolos o logotipos, androcéntricos o sexistas.



- **Evitar** el uso de **imágenes estereotipadas** de mujeres y hombres



¹ Guía sobre estrategias de comunicación incluyente. Gobierno de Navarra, 2009.
Ilustraciones: Alberto Labad.

<http://www.navarra.es/NR/rdonlyres/8346E44F-1C60-4850-AAC8-7934034AB5C6/118955/GUIADECOMUNICACION1213.pdf>

- **Visibilizar** adecuadamente a las **mujeres** y a los **hombres** sin caer en estereotipos de roles familiares, sociales, uso de **espacios públicos y privados**, tipo de actividades o acciones llevadas a cabo...



Comunicación Web

El avance tecnológico y el desarrollo de la actividad empresarial en mundo globalizado, hace que la presencia de las entidades en Internet y las redes sociales sea una exigencia ineludible y una forma de comunicación amplia que no podría obtenerse por medios tradicionales. Por todo ello, el lenguaje, simbólico y escrito, que se emplee es determinante para fijar la imagen de empresa: lo que se quiere transmitir y lo que efectivamente se transmite. Por todo ello, en el diseño de la web corporativa se deben tener en cuenta los siguientes elementos:

- ✓ Representación equilibrada de mujeres y hombres
- ✓ Representación de mujeres y hombres en roles distintos a los tradicionales
- ✓ Visibilización de las mujeres
- ✓ Uso de voces masculinas y femeninas en proporción equilibrada para las locuciones
- ✓ Inclusión de enlaces a contenidos de igualdad de forma visible, preferiblemente en la portada del sitio web. De esta forma, se logra visibilizar las cuestiones de género y se manifiesta el interés de la entidad por la promoción de la Igualdad de Oportunidades
- ✓ Minimizar el número de *clics* necesarios para llegar a los contenidos relacionados con la Igualdad de Oportunidades entre mujeres y hombres, estableciendo rutas de acceso sencillas

CLAVES PARA LA UTILIZACIÓN DE UNA COMUNICACIÓN INCLUYENTE

- 1 Evitar el uso del masculino genérico.
- 2 Personalizar el mensaje cuando se sabe a quién va dirigido.
- 3 Nombrar el cargo o profesión en vez de la persona.
- 4 Limitar el uso de desdoblamientos y barras (a/o).
- 5 Nombrar de forma alternativa a mujeres y hombres y cambiar el orden de precedencia.
- 6 Hablar de la empresa, del sitio... en lugar de hablar de nosotros, todos...
- 7 Modificar la síntesis de la oración cuando el sujeto es un masculino genérico. Tú, usted... en lugar de vosotros.
- 8 Hacer referencia a “las mujeres” no a “la mujer”. Hay que tener en cuenta que no hay una sola mujer, ni un solo modelo de mujer.
- 9 Representar de forma equilibra equilibrada a mujeres y hombres en las imágenes.
- 10 Incluir imágenes que contribuyan a romper los estereotipos de género.
- 11 Nombrar a mujeres y hombres en acciones formativas y presentaciones desde la preparación de las mismas.
- 12 Ser consciente del valor y la capacidad transformadora del lenguaje.