



# GUÍA DE USO DEL LENGUAJE NO SEXISTA

ENERO 2024

# SUMARIO

<b>1</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	3
<b>2</b>	<b>ALGUNOS EJEMPLOS DE SEXISMO EN EL LENGUAJE</b>	4
<b>3</b>	<b>LENGUAJE CON PERSPECTIVA DE GÉNERO: SOLUCIONES PRÁCTICAS</b>	5
3.1	Usa sustantivos colectivos o abstractos y perífrasis	5
3.2	En las profesiones, usa las disciplinas y el femenino siempre que exista	6
3.3	Suprime la palabra que da problemas, aunque sea el sujeto	7
3.4	Usa la segunda persona	7
3.5	Usa la forma pasiva	7
3.6	Omite los artículos determinantes (o todo el complemento)	7
3.7	Usa pronombres	8
3.8	Usa artículos determinantes sin marca de género	8
3.9	Utiliza verbos que no necesitan complemento de persona	8
3.10	Reformula	8
3.11	Desdobra solo si es indispensable	9
3.12	La barra inclinada: solo en estos casos	9
3.13	No uses el femenino plural como plural genérico	10
3.14	Nunca en comunicación externa: @, x, e	10
3.15	Caso específico: las citas bibliográficas	11
3.16	El masculino no marcado	11
3.17	Orden de presentación de género	11
<b>4</b>	<b>DECÁLOGO DE VERIFICACIÓN PARA USAR EL ESPAÑOL DE FORMA INCLUSIVA EN CUANTO AL GÉNERO EN LOS DOCUMENTOS DE ACCIÓN CONTRA EL HAMBRE</b>	12
<b>5</b>	<b>TRATAMIENTO DE IMÁGENES DESDE UNA PERSPECTIVA DE GÉNERO</b>	13
5.1	Uso de imágenes, fotografías, ilustraciones, vídeos e iconos	13
5.2	Uso de audios y locuciones	16
5.3	Manejo y visualización de datos desde la perspectiva de género	16
	<b>ANEXO: BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES</b>	17

# 1 INTRODUCCIÓN

Este manual se dirige a todas las personas que nos expresamos en nombre de Acción contra el Hambre. Se presenta con la vocación de servir de guía para un uso no sexista del lenguaje, ofreciendo recomendaciones y recursos para garantizar que nuestras comunicaciones promuevan una imagen igualitaria de mujeres y hombres.

Cómo nos comunicamos de manera interna y hacia el exterior reproduce y reafirma nuestro punto de vista igualitario con respecto al género. Pero no solo: también tiene el poder de promover un cambio, derribando clichés sexistas y evitando que los estereotipos de género se perpetúen.

Tal y como recoge la Agenda para el Desarrollo Sostenible en su objetivo número 5, el compromiso es que en 2030 la igualdad de género sea una realidad global. Hacemos extensivo ese objetivo al lenguaje desde ya, poniendo veto en nuestras narrativas a las fórmulas misóginas y a los micromachismos normalizados en la lengua castellana.

Dada la capacidad que tiene el lenguaje para establecer y asentar actitudes culturales y sociales e incluso para generar patrones de pensamiento, el uso de un sistema de comunicación basado íntegramente en códigos inclusivos resulta esencial para promover la igualdad y combatir desde la base los prejuicios de género.



## 2 ALGUNOS EJEMPLOS DE SEXISMO EN EL LENGUAJE

Es habitual en castellano el uso del masculino plural para aludir a varias personas (*los alumnos, los ciudadanos, los políticos...*), sin que de ello se pueda deducir si nos estamos refiriendo solo a hombres o a hombres y mujeres. Sin embargo, cuando se utiliza el femenino plural (*las alumnas, las ciudadanas, las políticas...*) se sobreentiende automáticamente que se alude a un grupo compuesto únicamente por mujeres.

Mostrar a las mujeres como apéndices de los hombres (*los migrantes y sus familias, los jefes de gobierno y sus esposas...*), utilizar el femenino con connotaciones peyorativas o de inferioridad (*las limpiadoras, las azafatas, las enfermeras...*) o hacer distinciones en temas de la esfera privada al referirnos a una mujer (*señora, señorita*) y no así al referirnos a un hombre (*a los que se alude siempre con señor*) son otros ejemplos de usos sexistas muy normalizados en el lenguaje.



## 3 LENGUAJE CON PERSPECTIVA DE GÉNERO: SOLUCIONES PRÁCTICAS

En nuestras comunicaciones y narrativas la pauta será utilizar un lenguaje no sexista o de género neutro. Este código de comunicación comprende un conjunto de estrategias lingüísticas y discursivas que nos permiten expresarnos sin discriminar ni excluir a las mujeres.

El lenguaje no sexista o de género neutro –que tiene cada vez más presencia social y académica en diferentes idiomas– presenta a mujeres y hombres con igual valor, dignidad, integridad y respeto. Con este propósi-

to, se evita cualquier palabra, expresión y forma de comunicación que suponga una fuente de discriminación, prejuicios y estereotipos o que excluya del mensaje a la mujer o al colectivo femenino. Supone una perspectiva de la comunicación igualitaria e integradora de ambos géneros que no solo no discrimina ni excluye a las mujeres, sino que también las visibiliza.

A continuación, se recogen 17 soluciones para referirnos a mujeres y hombres de forma igualitaria e inclusiva en nuestras comunicaciones:

### 3.1 USA SUSTANTIVOS COLECTIVOS, ABSTRACTOS O PERÍFRASIS

Los sustantivos colectivos (*ciudadanía*), abstractos (*infancia*) o los epicenos –que designan a individuos de ambos sexos (*víctima*)– serán la fórmula idónea para referirnos a conjuntos de personas:

Los ciudadanos, las ciudadanas

La ciudadanía

Los niños, las niñas

La infancia

Los damnificados, las damnificadas

Las víctimas



## 3.2 EN LAS PROFESIONES, USA LAS DISCIPLINAS Y EL FEMENINO SIEMPRE QUE EXISTA

Ejemplos prácticos en el contexto de Acción contra el Hambre, relacionados con la comunidad científica, ingenierías o profesiones de ámbito técnico.

### Los científicos

- El personal científico
- La comunidad científica
- Personal de investigación
- Equipo científico y técnico
- Instituciones científicas
- El ámbito científico

### Financieros

- Equipo financiero
- La gestión financiera
- El personal de finanzas

### Médicos

- Personal sanitario
- Equipo médico y de enfermería
- Profesionales de la salud

### Educadores

- Personal docente
- Equipo educativo
- Profesionales en pedagogía
- En el ámbito educacional
- Quienes ejercen la labor educativa
- La labor docente es llevada a cabo por...

### Los voluntarios

- El voluntariado
- Las personas voluntarias
- Equipo de voluntariado

### Ingenieros

- Equipo de ingeniería
- Profesionales de ingeniería
- Personal técnico en ingeniería



### 3.3 SUPRIME LA PALABRA QUE DA PROBLEMAS, AUNQUE SEA EL SUJETO

Nos serviremos del contexto narrativo para aportar la información pertinente y evitar que la omisión conlleve ambigüedad o error:

*Se ha vacunado a niños desnutridos*

*Se ha vacunado a menores con desnutrición*

La supresión del término problemático podrá hacerse también mediante el uso del 'se' impersonal:

*El encargado hará un informe en el terreno*

*Se hará un informe en el terreno*

Otra opción serán las formas verbales como el infinitivo, el imperativo o el gerundio:

*Los que quieran pueden firmar aquí la petición*

*Firmar aquí la petición*

*El interesado puede enviar sus preguntas a...*

*Envía tus preguntas a...*

*Los que soliciten la beca de comedor podrán...*

*Solicitando la beca de...*

### 3.4 USA LA SEGUNDA PERSONA

Esta fórmula, además, transmite cercanía y genera empatía, colocando a la audiencia en el lugar de quien habla:

*Ante una emergencia uno tiene que priorizar la ayuda esencial*

*Ante una emergencia tienes que priorizar la ayuda esencial*

### 3.5 USA LA FORMA PASIVA

Y, si el mensaje lo permite, prescinde del sujeto:

*Los colaboradores pueden ingresar sus donativos hasta el día...*

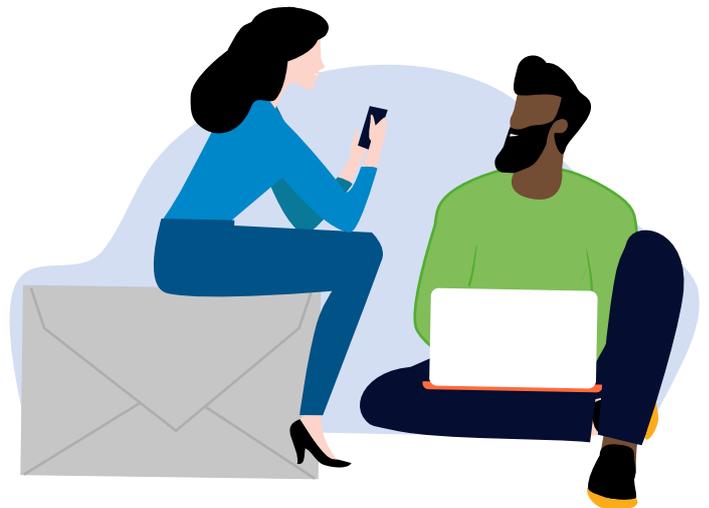
*Los donativos pueden ser ingresados hasta el día...*

### 3.6 OMITE LOS ARTÍCULOS DETERMINANTES (O TODO EL COMPLEMENTO)

Así, al prescindir del sesgo de género aportado por el artículo, el sustantivo adquiere el matiz de la colectividad, representando a hombres y mujeres:

*El nuevo pozo de agua potable abastece a los desplazados*

*El nuevo pozo de agua potable abastece a personas desplazadas*



### 3.7 USA PRONOMBRES INDEFINIDOS O RELATIVOS

Podremos optar entre innumerables fórmulas sin género, tales como Quien, Quienes, Alguien, Nadie, Cada cual, Cualquiera... La imprecisión de género es la clave de estos pronombres, que pueden emplearse para reemplazar a términos que sí indican inequívocamente la forma masculina o femenina:

Los que quieran sumarse a esta campaña...

Quienes quieran sumarse...

Uno nunca abandona su país por capricho...

Nadie abandona su país...

### 3.8 USA ARTÍCULOS DETERMINANTES SIN MARCA DE GÉNERO

Las opciones son limitadas (*Bastante, Cada, Tal, Tales...*), pero resultarán muy útiles para sustituir los artículos que tienen diferente sufijo para el masculino y para el femenino.

Todos los migrantes han recibido un kit

Cada migrante ha recibido un kit

Muchos alumnos no tienen ordenador...

Hay bastante alumnado que no tiene ordenador...

### 3.9 UTILIZA VERBOS QUE NO NECESITEN COMPLEMENTO DE PERSONA

Así podrás prescindir de *Nosotros, Ellos* y otros objetos indirectos en los que se identifica el género:

Ponte en contacto con nosotros en...

Infórmate en...

### 3.10 REFORMULA

Un mensaje bien estructurado será capaz de transmitir toda la información necesaria sin necesidad de que tengamos que recurrir a términos o fórmulas que incurran en la exclusión o la invisibilización de las mujeres. Basta con afinar la creatividad y reformular hasta lograr una frase que no deje a nadie fuera:

Somos solidarios

La solidaridad nos mueve

Bienvenido a nuestro canal de noticias

Te damos la bienvenida a...

Estamos comprometidos con la lucha contra la desnutrición

Tenemos un compromiso con la lucha contra la desnutrición...



### 3.11 DESDOBLA SOLO SI ES POSIBLE

El desdoblamiento léxico es la mención expresa de los dos géneros. Por ejemplo, decir o escribir “los niños y las niñas” en vez de utilizar el masculino no marcado (“los niños”) cuando nos referimos a menores de ambos géneros.

La Fundación del Español Urgente - Fundéu - que vela por el buen uso de nuestra lengua en los medios de comunicación- recomienda no abusar de esta fórmula y hacer un uso muy moderado de los desdoblamientos para no generar hastío en la audiencia. Además, el desdoblamiento puede dificultar la redacción de textos con limitación de caracteres, como titulares, rótulos o *tuits*.

En el lenguaje publicitario, en temas de formación u en otros ámbitos, cuando buscamos un impacto en la audiencia o nos enfrentamos a restricciones de espacio, es necesario aplicar un criterio de economía en la redacción, especialmente en titulares, y puede ser imposible usar el desdoblamiento o cualquiera de las fórmulas comentadas. No obstante, en tales casos, la claridad de un mensaje no sexista se respalda mediante el contexto, las imágenes o el contenido.

La pauta en nuestras comunicaciones será desdoblar solo en los siguientes casos:

- Como último recurso, si las soluciones de los diez epígrafes previos no sirven.
- Si la mención de ambos sexos es relevante para el mensaje (*Las niñas y niños víctimas de violencia sexual recibirán atención integral*. Así expresamos inequívocamente que también hay víctimas masculinas).
- En los encabezamientos, vocativos y saludos (*Estimado socio, estimada socia...*). En este uso nuestra recomendación es alternar el orden de presentación de géneros (*Estimada socia, estimado socio...* Ver epígrafe 3.17).
- El desdoblamiento con conjunción disyuntiva (*Madres o padres...*, *Voluntarios o voluntarias...*) debe usarse cuando exprese una alternativa real excluyente (*Las personas menores de edad deben ir acompañados por su madre o su padre*).
- Es importante que el desdoblamiento no genere ambigüedad (*Apadrina a un niño o una niña...* ¿Acaso queremos expresar que el padrino puede elegir el sexo de su ahijado?).

### 3.12 LA BARRA INCLINADA: SOLO EN ESTOS CASOS

En la comunicación escrita, el empleo simultáneo de las terminaciones masculina y femenina separadas por una barra (*o/a*) se limitará únicamente a textos de formularios, ofertas de empleo, encabezados u otros documentos-tipo:

*Si quieres hacerte socio/a,  
rellena este cuestionario...*

*En Acción contra el Hambre  
estamos buscando una persona  
licenciada en Ingeniería para cubrir puesto...*

*Estimado/a internauta...*



### 3.13 NO USES EL FEMENINO PLURAL COMO PLURAL GENÉRICO

Igual que descartamos el masculino plural por no considerarlo inclusivo evitaremos el uso del femenino plural por la misma razón, a excepción de que se use para definir a un grupo de mujeres. La regla para sustituir esta fórmula en nuestras comunicaciones es aplicar cualquiera de las alternativas que hemos explicado en los epígrafes anteriores:

#### Las enfermeras han atendido a la población...

*El personal de enfermería ha atendido a la población*

Para referirnos en lenguaje escrito a una audiencia de hombres y mujeres con minoría de hombres:

#### Todas podréis participar en nuestro taller de liderazgo

*Todas y todos podréis... / Todos y todas podréis... / Podréis participar...*

En el ámbito de la comunicación oral (ponencias, charlas, reuniones, mesas de trabajo...) se contempla una excepción que sí permite el uso del femenino plural para dirigirnos a la audiencia cuando esté compuesta en su gran mayoría por mujeres.



### 3.14 NUNCA EN COMUNICACIÓN EXTERNA @, X, E

Aunque goza de cierta aceptación en ámbito coloquial e informal de la sociedad, en Acción contra el Hambre queda excluido el uso de @, x, e para la comunicación externa.

El uso de estos símbolos está al margen de la normativa ortográfica, por lo que con frecuencia son motivo de problemas. Por ejemplo:

- De concordancia (Oficina del ciudadano@, donde “del” es masculino).
- De pronunciación (Son imposibles de transcribir fonéticamente, dificultando la comprensión y accesibilidad del documento para todas las personas, por ejemplo, para quienes utilizan sistemas auditivos de comunicación).
- De inclusión, al dejar fuera a las personas que no se identifican con ninguno de los géneros binarios, sobre todo dentro del activismo de los colectivos LGTBIQA+.
- De navegabilidad en el ámbito online, ya que la arroba puede dar lugar a equívocos y generar enlaces incorrectos en los canales digitales.

### 3.15 CASO ESPECÍFICO: LAS CITAS BIBLIOGRÁFICAS

Se prescribe el estilo Chicago para las citas de autoría, las notas al pie de página y las referencias bibliográficas. Este estilo establece que al indicar la autoría de una obra referida se escribirá íntegramente el nombre y apellido de las personas que la firman, nunca sus siglas. De este modo se evita la identificación automática de una sigla con un nombre masculino.

Así:

- Nota a pie de página:  
Fatou Kandé Senghor. *Wala Bok: Une histoire orale du hip hop au Sénégal* (Ed. Amalion, 2015).
- Bibliografía:  
Senghor, Fatou Kandé. *Wala Bok: Une histoire orale du hip hop au Sénégal*. Ed. Amalion, 2015.

### 3.16 EL MASCULINO NO MARCADO

Como establece la Fundación del Español Urgente - Fundéu, el masculino es el género no marcado en lengua española. Esto significa que es el de sentido más general (los alumnos, los ciudadanos...) y el que se emplea por defecto cuando no hay morfemas específicos (*el participante...*).

En nuestras comunicaciones, se permite el uso del masculino no marcado en los siguientes supuestos:

- Cuando su sentido sea más claro y comprensible (*Hay un médico por cada mil habitantes*).
- Cuando exista una necesidad de economía lingüística, por ejemplo, en rótulos, titulares,

subtítulos, *tuits*... En estos casos, desdoblarse cada mención en dos géneros supone un circunloquio innecesario y complica la comprensión del mensaje.

- Por cuestiones de concordancia gramatical (*El personal técnico estará disponible para resolver cualquier duda*). En esta frase, se usa "el personal técnico" en masculino no marcado, pero no implica una preferencia de género, sino que sigue las normas de concordancia gramatical del español.

Ante el desdoblamiento sistemático la concordancia es complicada de respetar.

### 3.17 ORDEN DE PRESENTACIÓN DE GÉNERO

Al referirnos a individuos o grupos de personas de ambos sexos, replicar el orden establecido tradicionalmente –primero el masculino y después el femenino– jerarquiza subliminalmente, relegando a las mujeres a un eterno segundo plano. Para evitarlo, proponemos adelantar la mención de la mujer o bien alternar el orden de mención de los dos géneros:

Los tutores y las tutoras del programa Alumni...

Las tutoras y los tutores del programa Alumni...



## 4 DECÁLOGO DE VERIFICACIÓN PARA USAR EL ESPAÑOL DE FORMA INCLUSIVA EN CUANTO AL GÉNERO EN LOS DOCUMENTOS DE ACCIÓN CONTRA EL HAMBRE

1. ¿Hemos utilizado las palabras “hombre”, “niño”, “anciano”, “ciudadano”, “refugiado”, “desplazado”, “beneficiario”, “voluntario” o términos que denoten género masculino, como “director” o “coordinador”, para referirnos a personas que podrían ser mujeres?

En caso afirmativo, debemos considerar la posibilidad de sustituir dichas palabras por términos como “personas”, “infancia”, “tercera edad”, “ciudadanía”, “personas refugiadas”, “personas beneficiarias”, “voluntariado”, “directiva” o “coordinadora”.

2. Cuando se menciona el género de alguien, ¿es necesario hacerlo? ¿Sería posible sustituir dicha mención por una construcción impersonal que no denote género?
3. ¿Se usan estereotipos como “los científicos”, “los médicos”, “las cocineras” o “los ingenieros” para referirnos a las profesiones u ocupaciones que desempeñan personas de ambos sexos? En caso afirmativo, recomendamos mencionar los términos no estereotipados (“las científicas”, “las ingenieras”, “los limpiadores”...) para evitar perpetuar los clichés de género o connotaciones peyorativas.
4. ¿Podemos invertir el género en los términos de nuestro mensaje sin que el relato suene extraño? (*Tras más de un mes trabajando en la misión, las enfermeras comenzaban a acusar el cansancio extremo*). En caso negativo, estaremos ante la pista de que estamos empleando expresiones discriminatorias. (Sería mejor expresarlo así: *Tras más de un mes trabajando en la misión, el personal de enfermería...*).
5. ¿Estamos visibilizando el género cuando el dato no aporta nada significativo en nuestro

mensaje? (*La mujer periodista, la mujer piloto...*). En caso afirmativo, estamos incurriendo en un trato no igualitario hacia las mujeres frente a los hombres que ostentan los mismos cargos.

6. ¿Hemos utilizado expresiones que identifican al sexo femenino con la debilidad, la inferioridad, la dependencia, la subordinación, la desventaja o la anomalía? (Quienes esperaban la llegada del equipo de emergencias lloraban como niñas). Evitemos a toda costa las expresiones sexistas que perpetúan los estereotipos de género.
7. En las fórmulas de tratamiento y cortesía empleadas para referirnos a interlocutores, ¿hemos utilizado el pronombre personal y los adjetivos que concuerdan con su género? ¿Tenemos posibilidad de consultar con la persona en cuestión qué tratamiento prefiere?
8. Si un texto con mención a una persona va a ser traducido, ¿hemos indicado de forma inequívoca el género para que los equipos de traducción puedan utilizar el lenguaje más apropiado en los demás idiomas? Este aspecto es especialmente relevante en las traducciones a árabe, español, francés y ruso, idiomas en los que existe una marca de género lingüística.
9. ¿Nos hemos referido a una mujer con el tratamiento de “Señorita”? En caso afirmativo, se indica sustituir siempre esta fórmula por “Señora”.
10. ¿Hemos utilizado adjetivos con marca de género? (*La precariedad de los jóvenes...*). En caso afirmativo, se aconseja sustituir los adjetivos por sustantivos (*La precariedad juvenil*).

## 5 TRATAMIENTO DE IMÁGENES DESDE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO

### 5.1 USO DE IMÁGENES, FOTOGRAFÍAS, ILUSTRACIONES, VÍDEOS E ICONOS

Al igual que el lenguaje oral y escrito, las imágenes que utilizamos en nuestras comunicaciones pueden discriminar o excluir al colectivo femenino o bien favorecer prejuicios y estereotipos relacionados con los roles sociales asignados tradicionalmente a hombres y mujeres.

Si queremos comunicar de forma no sexista debemos cuidar que las fotografías, los vídeos, las ilustraciones y todo material gráfico sean inclusivos. Para ello, podemos aplicar las siguientes pautas:

- Alternar imágenes de mujeres y hombres en cantidad y notoriedad equivalentes.
- Huir de los estereotipos que presentan:
  - A las mujeres en el entorno doméstico vs. a los hombres en el entorno laboral o de ocio.
  - A las mujeres dedicadas a trabajos asociados tradicionalmente a lo femenino (enfermeras) vs. a los hombres en trabajos asociados tradicionalmente a lo masculino (médicos).
  - A mujeres y hombres vinculados a atributos presuntamente sexuales: (Mujer - Emoción, sensibilidad, maternidad vs. Hombre - Fuerza, éxito, imperturbabilidad).

Ejemplo de mal uso:



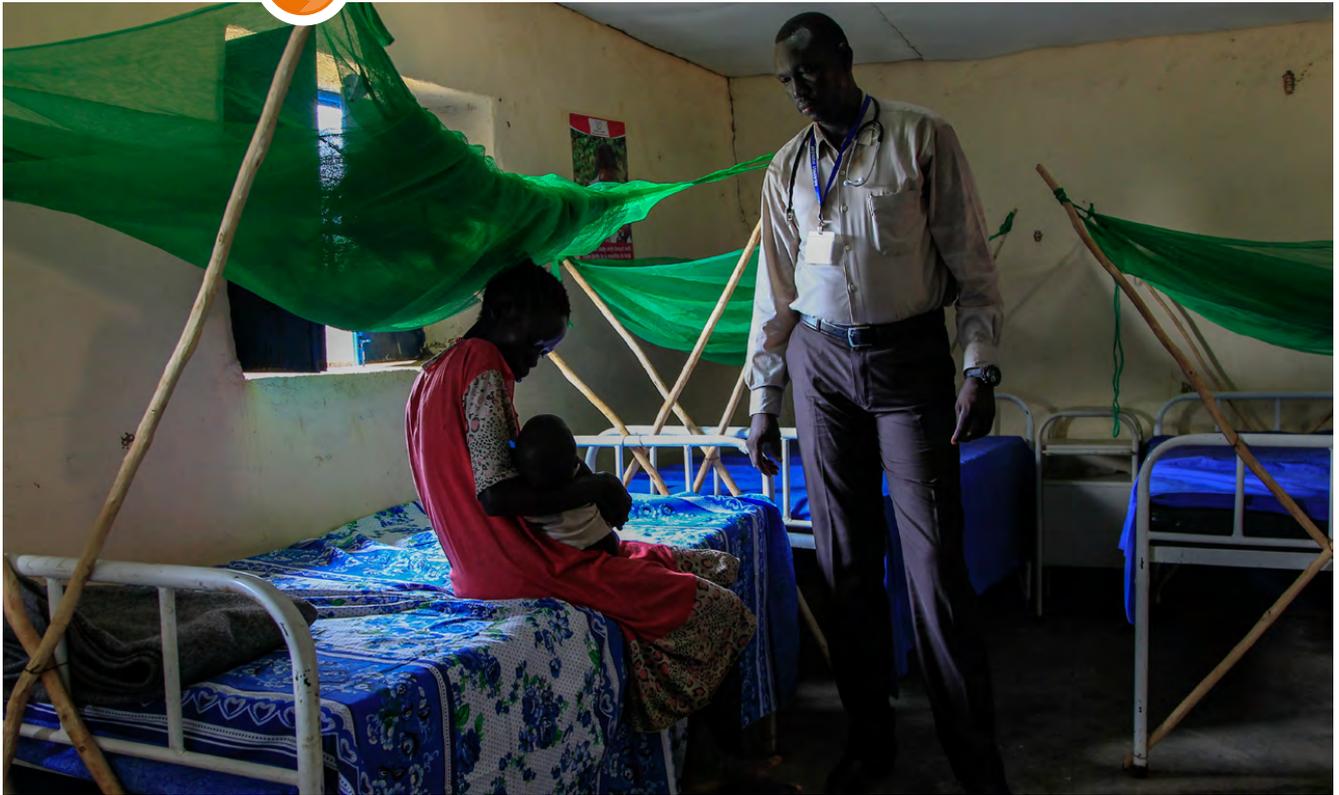
Ejemplo de buen uso:



© Fabeha Monir para Acción contra el Hambre

- Elegir imágenes que transmitan equidad entre ambos sexos, tanto en el ámbito doméstico y privado (compartiendo tareas y responsabilidades familiares, el tiempo de ocio o el deporte) como en el público (compartiendo las tareas de la vida económica, social y política).
- Evitar los estereotipos frecuentes que representan a:
  - Mujeres como víctimas, madres, cuidadoras, débiles o con cuerpos cosificados.
  - Hombres como poderosos, fuertes, deportistas, ligados al trabajo o a la obtención de recursos.

Ejemplo de mal uso:



© Lys Arango para Acción contra el Hambre

Ejemplo de buen uso:



© Olivia Acland para Acción contra el Hambre

Si en los gráficos o infografías se recurre a iconos o símbolos, estos deben incluir la representación de ambos sexos, no solo del masculino.

## 5.2 USO DE AUDIOS Y LOCUCIONES

Vigilaremos que en los audios que acompañan a nuestros videos institucionales la presencia de voces masculinas y voces femeninas esté equilibrada en cantidad y notoriedad.

Tendremos especial cuidado de que los audios (voces en *off*, locuciones, doblajes y cualquier otro recurso de

sonido utilizado en el montaje de videos o pódcast) no reproduzcan estereotipos sexistas (por ejemplo, utilizar voces femeninas para la locución de víctimas o voces masculinas para la locución de personal técnico cualificado).



## 5.3 MANEJO Y VISUALIZACIÓN DE DATOS DESDE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO

Al igual que con las imágenes y los audios, el manejo y la visualización de datos en gráficos, tablas y *dashboards* deben realizarse con una perspectiva de género inclusiva. Esto implica no solo la presentación equitativa de información sobre todos los géneros, sino también la consideración de cómo los datos pueden interpretarse o malinterpretarse en términos de género. Para lograr una comunicación de datos no sexista y equitativa, se recomienda seguir las siguientes pautas:

- **Equilibrio en la representación de datos:** Asegurarse de que los datos sobre diferentes géneros se presenten de manera equilibrada. Esto incluye evitar la sobrerrepresentación de un género sobre otro, a menos que sea justificado por el contexto del dato.
- **Uso de categorías de género apropiadas:** En contextos donde la identidad de género es relevante, incluir categorías de género más allá del binario masculino/femenino, en la medida de lo posible. Esto promueve la inclusión y el reconocimiento de la diversidad de género.
- **Evitar la perpetuación de estereotipos de género:** Ser conscientes de cómo la presentación de

ciertos datos podría reforzar estereotipos. Por ejemplo, evitar gráficos que implícitamente sugieran que ciertas habilidades o roles son exclusivos de un género.

- **Diseño inclusivo en la visualización de datos:** Utilizar colores, formas y diseños en gráficos y tablas que no impliquen prejuicios de género. Por ejemplo, evitar automáticamente asociar el color rosa con mujeres y el azul con hombres.
- **Claridad y contexto:** Asegurarse de que la presentación de los datos sea clara y esté acompañada de suficiente contexto para evitar malinterpretaciones. Esto es especialmente importante cuando los datos se relacionan con temas sensibles al género.
- **Formación y sensibilización:** Fomentar la capacitación del personal involucrado en el manejo de datos para que sean conscientes de la importancia de una perspectiva de género en su trabajo. Esto incluye entender cómo los sesgos de género pueden influir en la recolección, análisis y presentación de datos.

## ANEXO: BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES

Universidad Complutense de Madrid. Delegación del Rector para la Diversidad e Inclusión. *Guía de comunicación y trato inclusivo*. Ediciones Complutense, 2021.

Aliaga Jiménez, José Luis. *Lenguaje inclusivo con perspectiva de género*. Editado por Gobierno de Aragón, 2019.

Oxfam Intermón. *Lenguaje no sexista. Tips para evitar el uso sexista del lenguaje cotidiano*. 2019.

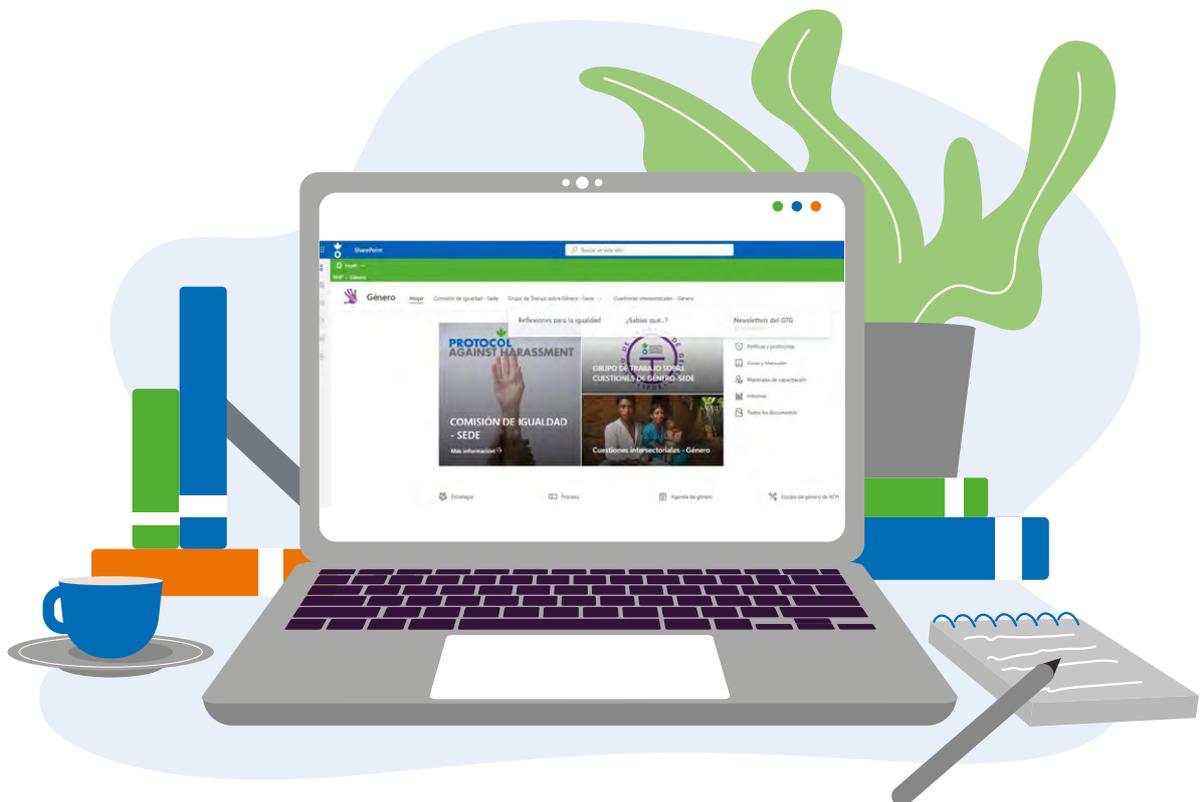
Médicos Sin Fronteras. *Guía para la comunicación inclusiva en español en MSF-OCBA*. 2021.

COCEMFE y Parlamento de Navarra. *Guía de lenguaje inclusivo*. 2019.

Naciones Unidas. *Lista de verificación para usar el español de forma inclusiva en cuanto al género*. 2019.  
[www.un.org/es/gender-inclusive-language/guidelines](http://www.un.org/es/gender-inclusive-language/guidelines)

Fundación del Español Urgente – Fundéu. [www.fundeu.es](http://www.fundeu.es)

## MÁS INFORMACIÓN SOBRE MANUALES Y POLÍTICAS, EN NUESTRO ESPACIO DE GÉNERO EN NO HUNGER FORUM





**ACCIÓN  
CONTRA EL  
HAMBRE**

[www.accioncontraelhambre.org/es](http://www.accioncontraelhambre.org/es)