



Presentación

Este fin de siglo e ingreso a un nuevo milenio nos sitúa como testigos/as de algunas paradojas comunicacionales, por un lado nos enfrentamos ante la explosión tecnológica de los medios de comunicación social, la televisión por satélite, cable, internet, acceso global a informaciones de procedencias diversas pero que a su vez deriva en una cultura mediática que sesga, marginaliza e invisibiliza a las mujeres.

Preocupación que en esta última década ha sido ampliamente analizada por comunicadoras/es de todo el mundo, dando lugar a un importante proceso de análisis y reflexión que derivó en declaraciones y plataformas mundiales como la Declaración de Bangkok, la Plataforma de Acción de Toronto o la Plataforma de Acción Mundial aprobada en Beijing, con la introducción del capítulo "J", por mencionar algunos, y que permitieron desarrollar una serie de acciones para debatir estrategias de análisis y evaluación de las representaciones de las mujeres que se difunden a través de los distintos medios de comunicación masiva, ante un panorama complejo que evidencia la clara desigualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en los medios de comunicación y que tiene como uno de sus vértices centrales al uso del lenguaje inclusivo y/o sexista.

La mayoría de las noticias responden a la visión masculina/universal/natural del mundo a través del uso de términos genéricos que designan tanto a hombres como a mujeres. En la construcción de los discursos el sexismo o el lenguaje inclusivo son casi paradigmas ineludibles, sacralizados e imposibles de profanar.

Sin embargo, en algunos medios de comunicación del país se evidencia el esfuerzo de las/los periodistas por comenzar a nombrar al mundo y a sus protagonistas como son, en femenino y en masculino, aunque ello

implique una alteración del orden habitual; ya que cuesta asumir la naturaleza sexista dominante del lenguaje y, a través de su uso, la invisibilización de las mujeres.

Este documento trabajo tiene el objetivo de re-pensar el lenguaje y los discursos a partir de la "condición sexuada de la humanidad"¹ habitada también por mujeres con existencias y voces propias, que desde sus realidades diversas crean y recrean mundos y cotidianidades, para proyectar existencias posibles en equidad, derechos y reconocimientos desde los lenguajes, la información, la comunicación y la difusión masiva.

Lic. Elizabeth Salguero Carrillo
Directora Ejecutiva
Red Nacional de Trabajadoras
de la Información y Comunicación RED-ADA

¹ Carmen Alario et al, "Nombra" Comisión Asesora sobre Lenguaje del Instituto de la Mujer, Instituto Andaluz de la Mujer, 1995

A manera de introducción

Periodistas, jefes/as de redacción, directores/as, correctoras/es trabajadoras y trabajadores de la información construimos cotidianamente lenguajes que se difunden a través de distintos medios y los usamos para reflejar la realidad, los hechos y sus protagonistas en un mundo cambiante.

Dentro de esta realidad dinámica, el lenguaje que nos permite nombrar a lo que nos rodea también cambia como la propia realidad. Se incorporan nuevos términos o nuevas visiones para hacer visibles aquellos elementos, existencias o quehaceres de las personas; por ejemplo, computadoras y/o ordenadores, senadora o diputada, concejala o alcaldesa, por mencionar tan sólo algunos. La lengua se re-crea, se inventa, se innova y se enriquece para posibilitar la comunicación y la existencia en relación con nuestro entorno.

Dentro de estos cambios, cada vez es más evidente la presencia de una humanidad habitada por hombres y por mujeres. El uso de "hombre" para denominar a todo el género humano es falaz, anacrónico y definitivamente injusto, porque las mujeres siempre han estado presentes y por tanto deben ser nombradas reconociendo su rol en la vida privada y pública. Los barrios, las comunidades, las ciudades, las sociedades existen en la medida en que están conformadas por ambos, hombres y mujeres.

La discriminación empieza en el lenguaje

Un uso del lenguaje que representa a las mujeres y a los hombres y que nombra sus experiencias es un lenguaje sensato:

- **NO OCULTA**
- **NO SUBORDINA**
- **NO INFRAVALORA**
- **NO EXCLUYE**
- **NO QUITA LA PALABRA
A NADIE**

Instituto Andaluz de la Mujer

Eulàlia Lledó, investigadora de los sesgos sexistas y androcéntricos de la lengua apuntaba que: "Es ya un hecho común, sabido y tópico, que la lengua está impregnada de una de las discriminaciones sociales más extendidas y amplias: la subordinación sexual, que se caracteriza por tratar de una forma jerarquizada a mujeres y hombres; esta subordinación está presente en cualquier parcela de la realidad, tiñe cualquier

manifestación o actividad humana, lógico es pues que también afecte a algunos usos de la lengua".²

La Discriminación en la lengua

- ***El Androcentrismo***

Tomando los conceptos de Lledó el androcentrismo "es una visión parcial del mundo, es la consideración que lo que han hecho los hombres es lo que ha hecho la humanidad (o que todo lo que ha realizado el género humano lo han realizado sólo los hombres), es creer que la experiencia masculina incluye y es la medida de las experiencias humanas, es decir, valorar sólo lo que han hecho los hombres, considerar que los hombres son el centro del mundo y el patrón para medir cualquier persona. El androcentrismo se refleja en una frase como : "todos los hombres son mortales" referida a toda la humanidad; se manifiesta de una manera clara también cuando, por ejemplo se denomina al sufragio masculino, sufragio universal. Podemos ver un reflejo de este androcentrismo en los usos lingüísticos cuando se utiliza el masculino como presunto genérico³

² Eulàlia Lledó, "La construcción del sentido: La representación en la lengua", Ediciones de las Mujeres No.23, 1996, ISIS Internacional, págs. 90-91 (fotocopias).

³ Op.Cit.Pág.91

- ***El Sexismo***

"El sexismo lo entendemos como la ideología de la supremacía masculina. Esa supremacía la refleja nuestro lenguaje."⁴

"El sexismo es más bien una actitud caracterizada por el menosprecio y desvaloración, por exceso o por defecto, de lo que somos o hacemos las mujeres; frases con intención insultante como "Todas las mujeres sois iguales" o "Las mujeres son irracionales", son claramente sexistas."⁵

En la construcción de mensajes el androcentrismo y el sexismo se conjuncional en el denominado *lenguaje sexista* que utiliza términos globalizadores de género y sólo masculinos para referirse tanto a hombres como mujeres. También es conocido como lenguaje inclusivo o con sesgo de género.

La construcción de mensajes responden a la visión "masculina/universal/natural del mundo", pero que a su vez menosprecia y se nutre de estereotipos discriminadores, como ejemplo:

La inteligencia del hombre

El instinto y la naturaleza de las mujeres. Afirmaciones ligadas al mundo de lo salvaje y no al de la racionalidad.

El mundo público es de los hombres

El mundo privado, la casa corresponde a las mujeres.

Los hombres son fuertes, no lloran

Las mujeres son sensibles, delicadas.

La evolución del hombre o la historia escrita por el hombre

Afirmaciones en las que es inexistente la presencia de la mujer.

El Señor Pérez, no importa su estado civil.

La Señorita Pérez - soltera
La Señora **de** Pérez
- casada
Para las mujeres no existe un término que sea independiente del estado civil. Esta práctica tradicional es también discriminatoria y otorga propiedad al hombre frente a la mujer.

Frases populares, juicios y afirmaciones "célebres" que también contribuyen al reforzamiento del lenguaje sexista, a la discriminación y menosprecio de la condición equitativa de las mujeres.

Veamos algunos ejemplos⁶ :

"Detrás de un gran hombre existe una gran mujer"

"A la mujer le dijo: Multiplicaré tus trabajos y miserias en tus preñeces; con dolor parirás los hijos y estarás bajo la potestad de tu marido, y él te dominará." Génesis, versículo 16 (3761 antes de J.C.)

"No es que yo sea machista, machista es dios que las hizo inferiores"

"Debe estar siempre de buen humor, manejar diestramente los asuntos de la casa, conservar con la mayor diligencia los utensilios domésticos y no excederese en los gastos". Leyes de Manu, Regla N° 150 (1280 a de J.C.)

"Si tu marido tiene otras, no olvides que tú eres la catedral, las otras las iglesias"

"Si las mujeres fueran buenas dios tendría una"

⁶ AMARC, "La Mujer. Recopilación de juicios y prejuicios sobre las mujeres"
Instituto de la Mujer de España, "Una propuesta para evitar el sexismo en el lenguaje", tomado de
INTERNET
Revista Perspectiva N°5, enero-marzo 1997, Isis Internacional

"Los hombres son superiores a las mujeres, porque Dios les ha otorgado la preeminencia sobre ellas. Los maridos que sufran desobediencia de sus esposas pueden castigarlas". Corán, versículo 38 (Siglo VII d.de J.C.)

"... Todo señor y jefe de familia puede castigar a la mujer y a la familia sin que nadie pueda interponerse". Valle de Barréges (Siglo XIV d. de J.C.)

"No hay manto ni saya que peor siente a la mujer o a la doncella que quiere ser sabia" Martín Lutero

"Con esta carga nacemos las mujeres, de estar obedientes a sus maridos, aunque sean unos perros". Mujer de Sancho Panza, Miguel de Cervantes.

"¿No sabes que soy mujer?. Cuando pienso, tengo que hablar" William Shakespeare

"Hay tres clases de mujeres: las hermosas, las inteligentes y la mayoría"

"El hombre es el único animal que hace daño a su pareja" Isidoro Loi

Los juicios, prejuicios o el anquilosamiento de estereotipos discriminatorios cambian. La reivindicación de los derechos de las

personas, su valoración y reconocimiento han introducido procesos importantes y fundamentales de reflexión que se reflejan en la lengua, en la construcción de mensajes y noticias, así como en la utilización de términos y diversos recursos para nombrar, en el marco del respeto y la equidad, a hombres y mujeres, sin el menosprecio de ninguno.

- ***La adjetivación***

La adjetivación es otro recurso que puede incidir en el uso del lenguaje sexista; ya que los adjetivos son las palabras que modifican a los sustantivos, se sustantivizan o existen sustantivos que se adjetivizan.⁷

Dentro de los adjetivos existen algunas especificidades como:

Adjetivos calificativos: describen al sustantivo proporcionando información sobre alguna cualidad interna o externa de la persona, objeto o hecho de la realidad. Existen dos tipos de adjetivos calificativos:

a) *Adjetivos calificativos positivos:* Favorables al sustantivo, como halagos, exaltación de virtudes, etc. "*La bella, joven e inteligente señorita de la zafra cruceña 1996, que despliega encanto y donaire*"

⁷ Manuel Seco, *Manual de Gramática Española*, Madrid, 1954

b) Adjetivos calificativos negativos: Desfavorables o peyorativos.
"Las falsas Veritos intentaron venta fraudulenta de R.T.P."

Adjetivos determinativos: Concretan la significación del sustantivo, por lo general son pronombres que cumplen una función adjetiva.

Adjetivos explicativos: Su presencia deja patente una cualidad del sustantivo. Se colocan delante de los sustantivos, por ejemplo: *la blancura de la nieve, anciano profesor, majestuoso edificio, hermosa mujer de piel canela, etc.*

Adjetivos específicos: Restringe el significado del sustantivo y va, por lo general después del nombre, por ejemplo: *una mujer pobre, un niño pequeño, un cuadro grande, no tener un traje malo.* Común en algunos avisos clasificados.

"Se necesita *señorita soltera, joven y de buena presencia,* presentarse en horas de la tarde"

Adjetivos demostrativos: Son los que actualizan y presentan al sustantivo. La diferencia entre éstos y los adjetivos calificativos, sean positivos o negativos, es que siempre anteceden al sustantivo, como por ejemplo, *esta mujer fue violada en inmediaciones de Villa Candelaria y luego abandonada en la quebrada del río.*

Adjetivos indefinidos: Presentan un carácter demostrativo vago, como: *cualquier día, una joven, tal motivo, otro libro, etc.*

Adjetivos posesivos: Son los que demuestran posesión, *mi, tu, suyo, etc.*

Es usual en pie de fotos por ejemplo utilizar, "*En la fotografía el Dr. Juan Justiniano junto a su esposa*", casi nunca se utiliza "*La Sra. Juana María Armaza junto a su esposo*"

Adjetivos cuantitativos: Delimitan la extensión del sustantivo.

Adjetivos numerales

- cardinales: *uno, dos, tres, etc.*
- ordinales: *primero, segundo, tercero, etc.*
- múltiplos: *doble, triple, etc.*
- partitivos: *medio, tercio, etc.*

Adjetivos atributivos: Son los que sirven de aditamento como: *tienes un bonito jardín.*

Adjetivos predicativos: Son los adjetivos que tienen valor de predicado, como *tu jardín es bonito.*

Las notas de prensa, por lo general, utilizan los adjetivos explicativos o específicos, ya que permiten aclarar y asegurar la veracidad de la fuente y casi siempre puntualizando en el cargo público o la profesión de las fuentes o protagonistas de las noticias.

El uso de adjetivos calificativos lo utilizan particularmente los suplementos sociales, donde las mujeres, principalmente las adolescentes

y jóvenes son: *hermosas, bellas, cautivantes, sexis, espectaculares, llamativas, futuras reinas, inteligentes, guapas, bien dotadas, etc.*

Los adjetivos calificativos son utilizados, por lo general, en artículos de opinión y en algunas ocasiones para definir a ciertos casos que posibilitaran un seguimiento periodístico futuro como por ejemplo "*las falsas Veritos*"

- ***Los Estereotipos***

Los medios de comunicación masiva, la modernidad y el consumo han definido estereotipos y nuevos modelos de las mujeres, que refuerzan la discriminación a través del uso del lenguaje sexista.

La imagen arcaica de la mujer madrosoa sufre una serie de mutaciones y los mensajes mediáticos son los principales estructuradores de una serie de nuevas imágenes de mujer.

Adriana Santa Cruz y Vivian Erazo ya en 1980, en su estudio titulado "Compropolitán: El modelo transnacional y su modelo femenino" afirmaban: "Con coherencia y complicidad, los medios de comunicación actuales siguen planteando estereotipos de la mujer ideal que tienen por objetivo la funcionalidad del sistema que consolidó su poderío en el consumismo. De todos estos medios las revistas femeninas no son, por

ciento los únicos agentes interesados que determinan las pautas de conducta y las aspiraciones de la mujer Latinoamérica de hoy. Pero sí son el vehículo más descarado del proyecto alienante que se le asigna junto con el cine y la publicidad en general: el que determina el modelo más avanzado de la mujer objeto y el molde más eficiente de la mujer "perfecta" de las sociedades modernas. Son la cúspide la pirámide mitológica, el *american dream* femenino transnacionalizado; son los puntales de la ideología de las mujeres de las clases dominantes, el sueño enajenante de las mujeres de las clases medias y el polo imposible para las mujeres de clases bajas.

En los medios producidos por agentes locales y dirigidos a las clases medias bajas y bajas encontramos contradicciones que no son más que aparente. La mujer que esos medios promueven es la abnegada, la que perdona, la que se sacrifica por su amor y por sus hijos. Su sexualidad empieza la noche de bodas. Es profundamente creyente y si transgrede cualquiera de estas normas, es la pecadora, la "mala mujer" de las canciones. Vivirá su vida con resignación, esperando que un milagro o un príncipe azul la rescate, con el intento de impedirle buscar en sus compañeros de clase la fuerza y la conciencia necesarias para quebrar el sistema que la oprime. Se trata pues, de medios -revistas baratas, fotonovelas, historietas, algunas radionovelas- (añadiría telenovelas, programas de entretenimiento televisivo) que refuerzan el statu quo y son funcionales al sistema." ⁹

Los estereotipos de mujer que se incorporan en los mensajes de los medios de comunicación están:

- ***La Ama de Casa:*** Esposa ejemplar, madre abnegada, madresposa y paradigma estructurador de la condición genérica que condena a las mujeres sólo al ámbito de lo privado, al cuidado de los/las hijas, el esposo, los hermanos, los padres, suegros, etc. Esta mujer es sensible, sentimental, sometida y sólo tiene valor en tanto su maternidad es exaltada. En la cultura y sociedad patriarcal representa el simbólico ideal de mujer¹⁰.
- ***Mujer Ejecutiva:*** Empresaria, mujer de éxito, joven, bella, moderna y con poder de decisión, que también ha incursionado en la política a partir de las condiciones mencionadas. Es una mujer que tiene un buen nivel de consumo, está informada de marcas, procedencias de productos, tendencias de la moda etc. La cultura imperante de su vida está ligada básicamente al consumo. También están asociadas a su rol de madresposa, son el ideal de mujer ejecutiva que proyectan precisamente revistas como Buenhogar, Vanidades o Cosmópolis⁸.
- ***Mujer Oficinista:*** Trabajadora de oficina sin rango elevado, puede ser profesional, técnica media, también madresposa. Su nivel de consumo se asocia al de la mujer de clase media con aspiraciones de ascenso social.

¹⁰. Op.Cit.

- ***Mujer Objeto:*** Mujer objeto sexual, cosificada, discriminada, sólo para el deleite visual y el placer de otros. No tiene opinión, no importa quién es, sólo interesa en tanto belleza, juventud, dotes físicas, etc.
- ***Mujer Benefactora:*** Mujer, madresposa, de sector económicamente alto que realiza distintas actividades de beneficencia, caridad y similares.

Algunas desigualdades del Lenguaje

Las asimetrías o desigualdades del lenguaje en cuanto a la designación de mujeres y hombres es evidente principalmente en las titulaciones de cargos en campos como el político, económico y social en general, producto sin duda de la larga tradición discriminatoria.

En muchos casos los mensajes que se emiten por los distintos medios de comunicación, por ejemplo, se refieren a las mujeres con familiaridad, a diferencia del trato que dan a los hombres; algunas de las noticias excluyen sus títulos y profesiones o anteceden al nombre el artículo.

Estos son algunos ejemplos:

"*Mónica volverá a la política*", se prescinde del apellido. Esto no ocurre cuando la prensa se refiere a otra figura política, siempre se incluye nombre y apellido, e incluso título y/o profesión.

"*Remedios Loza busca recomponer CONDEPA*", se prescinde de su cargo de diputada o jefa de una fracción del partido, cosa distinta ocurre cuando la prensa se refiere a cualquier otro político, a ellos siempre le antecede la función pública. En otros casos simplemente se refieren a ella como *la comadre*.

"El ministro de informaciones, Lic. Ernesto Machicao compartió un almuerzo con periodistas de Palacio de Gobierno. En la foto *una simpática periodista* junto al titular de informaciones"

En cuanto a la feminización de los títulos profesionales son importantes los avances que se han realizado al respecto, por ejemplo, la Real Academia Española a través de un dictamen en 1995 se mostró favorable a la feminización de los títulos académicos y para que adecuen en su expresión a la naturaleza masculina o femenina de quienes la obtengan; además de mantener inalterado el uso de aquellas denominaciones, que por su terminación valen tanto para masculino como femenino.¹⁴

***Denominaciones
Tradicionales***

***Denominaciones
Actuales***

¹⁴ Op. cit, págs. 31 a 33

Diplomado en Altos
Estudios

*Diplomada en Altos
Estudios*

Graduado Técnico en
Educación

*Graduada Técnica en
Educación*

Arquitecto

Arquitecta

Médico

Médica

Ingeniero

Ingeniera

Juez

Jueza

Alcalde

Alcaldesa

Concejal

Concejala

Senador

Senadora

Diputado

Diputada

Ministro

Ministra

Repensando el lenguaje

El lenguaje es más que palabras. El lenguaje comunica nuestros pensamientos y da forma a nuestras ideas. El lenguaje es el principal vehículo de la comunicación humana. Todo lenguaje refleja las tradiciones y estructuras socioculturales que dieron origen a las palabras expresadas y a la tradición oral. Es por eso que el idioma castellano, como tantos otros idiomas, refleja las estructuras patriarcales de la sociedad occidental.

La ideología patriarcal, que otorga superioridad y poder a los hombres y que ha prevalecido en todas las sociedades por más de cinco mil años, ha sido incorporada en nuestro lenguaje, en las definiciones que se dan a las personas y cosas y está presente en las estructuras gramaticales. El uso de la palabra Hombre, como sinónimo de ser humano, refleja la posición que el hombre ha tenido a través de la historia, refuerza su papel jerárquico y las relaciones de poder y dominación masculina en sociedades patriarcales.

Lo que oculta

En el lenguaje sexista lo masculino precede, domina y oculta lo femenino. Ejemplos:

"Todos los *Hombres* son iguales" (Párrafo N°6 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos).

"*Hombre*: especie humana en general" (Diccionario de la Real Academia de la Lengua).

"Los *Padres* de familia fueron citados, y a la reunión asistieron veinte mujeres y cuatro hombres".

"La reunión fue para los *Hombres* de prensa"

Frase como ésta última son anacrónicas frente a la presencia de mujeres en las profesiones de Comunicación Social.

"Se hizo una encuesta al *Hombre* de la calle. Esta frase se refiere a la época en que la mujer estaba recluida en su casa. Hoy, esta expresión no tiene validez.

En el lenguaje sexista la mujer recibe su identidad en función a su relación con el varón. Al varón se le dice *Señor*, independientemente de su estado civil. A la mujer se le denomina *Señorita* o *Señora* según sea soltera o casada.

A la casa se le dice: *Señora de...*(...) la preposición *De* significa propiedad. Estos tratamientos con que se distingue a la mujer en función a su relación con el varón, deben ser cuestionados. En una sociedad igualitaria, estos tratamientos tienen que ser eliminados y reemplazados

por nuevas formas que establezcan claramente que el ser humano se distingue y valor por sí mismo y no en función de otros.¹¹

Fuente: "No al lenguaje sexista. Creatividad y Cambio." Lima, Perú. 1989.

Extractado de "Perspectivas N°5". 1997, Isis Internacional

El mundo y la humanidad en femenino y masculino

Muchos elementos de la naturaleza tienen género gramatical femenino y masculino, sin que necesariamente estén asociados al sexo de las personas, por ejemplo la tierra o *la Pachamama* es femenina así como la luna; el sol o *los Apus* son masculinos.

No obstante, cuando se quiere denominar a hombres y mujeres generalmente se utilizan términos inclusivos para nombrar a ambos, por ejemplo:

Los profesores de establecimientos fiscales

Los ciudadanos cruceños desfilaron en inmediaciones de la Plaza Principal

Los niños del ciclo primario no participarán del desfile escolar del 6 de agosto

Los campesinos de las zonas productoras de coca

Los comerciantes minoristas bloquearon las principales vías del centro de la ciudad

En todos estas frases, extraídas de la prensa escrita, se evidencia la utilización preeminente del género masculino para referirse tanto a hombres como a mujeres, y de forma consciente o no se invisibiliza, ignora o esconde a las mujeres, excluyéndolas de los procesos de representación simbólica y que se generan con la lengua desde el momento en que comienzan a nombrarse a las personas.¹²

En los casos mencionados bien podría apelarse al uso de palabras o expresiones genéricas y abstractas que incluyen a ambos sexos, por ejemplo:

profesores/profesoras, docentes o el profesorado; en vez de los profesores o los maestros

ciudadanos y ciudadanas

niñas y niños en edad escolar o el alumnado; en lugar de los alumnos

campesinos y campesinas, en vez del campesinado o los campesinos

ser humano, persona o gente; en lugar de los hombres o el hombre

¹² Carmen Alario, et.al. op.cit. págs.

la adolescencia, en vez de los adolescentes

la juventud para sustituir a los jóvenes.

Las denominaciones genéricas no subordinan ni a hombres ni a mujeres, no invisibilizan ni ocultan la presencia de nadie y representan simbólicamente a ambos, promoviendo la visibilidad y la equidad de las personas.

"El conjunto de unas y otros son las personas, pero la palabra "hombre" no representa a la mujer y se hace, por tanto, necesario nombrarla. Lo mismo ocurre con el rojo y el azul: ambos son colores, pero son diferentes y el uno no incluye ni representa al otro. Decir diferentes, no significa opuestos ni complementarios. Es la innegable existencia de la diferencia sexual, la que reclama utilizar el femenino y el masculino, o términos que verdaderamente representen a mujeres y a hombres, tanto si hablamos de seres como de pueblos, categorías, grupos o experiencias humanas.

La diferencia sexual está ya dada en el mundo, no es el lenguaje quien la crea. Lo que debe hacer el lenguaje es, simplemente, nombrarlas, puesto que existe.

Si tenemos en cuenta que hombres y mujeres tenemos el mismo derecho a ser y a existir, el hecho de no nombrar esta diferencia, es no respetar uno de los derechos fundamentales: el de la existencia y la representación de esa existencia en el lenguaje".¹³

¹³ Op.cit. pág. 13

Una de las maneras de nombrar la existencia de hombres y mujeres está en el uso de términos genéricos, tanto femeninos como masculinos, que si representan igualmente a hombres y mujeres.

Por ejemplo, en la mayoría de instrucciones que se imparten en bancos, alcaldías, boletas de migración etc. sólo se utiliza el género masculino como norma.

Veamos algunos ejemplos:

Se utiliza

Estimado cliente: cancele esta factura en la sucursal de Electropaz

A todos nuestros usuarios de Tarjetas de Crédito

A todos los interesados

Firma del cliente

En muchos formularios se utiliza nacido en

Podría utilizarse

Estimada clientela: cancele esta factura en la sucursal de Electropaz.

A nuestras y nuestros usuarios de Tarjetas de Crédito

A todas las personas interesadas

Firma del (a) cliente

Natural de

Otra forma de evitar el lenguaje inclusivo y sexista es la eliminación del artículo, por ejemplo:

Estudiantes
Profesionales
Escolares
Docentes
Profesorado
Infractor (a)
Denunciante

Así mismo, en lugar del pronombre impersonal **uno**, que trata de tener un sentido general, se podría utilizar la persona, una persona, alguien o cualquier persona.

La construcción de la equidad empieza con el uso del lenguaje, representando de igual manera a hombres y mujeres, sin ocultar, ni subordinar, sin excluir ni cosificar, sin infravalorar ni negar la existencia a nadie.

La equidad y la justicia también se construye desde el lenguaje, desde las noticias y desde la información. El compromiso está en cada uno de nosotros, hombres y mujeres que a través de esos recursos establecemos nexos con los lectores, registramos la cotidianidad y la historia.

La Paz, abril de 1999