



unidad de **igualdad**
UNIVERSIDAD DE JAÉN



UNIVERSIDAD DE JAÉN

GUÍA PARA UN USO IGUALITARIO Y NO SEXISTA DEL LENGUAJE Y DE LA IMAGEN EN LA UNIVERSIDAD DE JAÉN

SUSANA GUERRERO SALAZAR

© La autora
© Universidad de Jaén

Diseño y Maquetación: Vicerrectorado de Planificación, Calidad, Responsabilidad Social y Comunicación. Universidad de Jaén.
Edición: Unidad de Igualdad. Universidad de Jaén
Servicio de Publicaciones. Universidad de Jaén.
Depósito legal: J-225-2013
ISBN: 978-84-8439-704-5

Jaén, Octubre de 2012
Publicación para su distribución exclusiva en formato digital

LICENCIA

Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 3.0 Unported.





UNIVERSIDAD DE JAÉN

GUÍA PARA UN USO IGUALITARIO Y NO SEXISTA DEL LENGUAJE Y DE LA IMAGEN EN LA UNIVERSIDAD DE JAÉN

SUSANA GUERRERO SALAZAR

Índice

Presentación	3
Introducción	7
1. La importancia del lenguaje como elemento integrador	8
2. Androcentrismo, sexismo: la regla de inversión	8
3. El género gramatical en español.....	9
3.1 El funcionamiento del género gramatical masculino.....	9
3.2 Alternativas al uso del masculino genérico	10
4. El sustantivo <i>hombre</i>	18
5. Los duales aparentes.....	19
6. Ocupaciones, cargos y profesiones.....	20
7. El tratamiento del discurso	23
7.1 Falta de perspectiva de género.....	23
7.2 Composición no equilibrada.....	23
7.3 Carencia de sistematicidad.....	23
7.4 El salto semántico	24
7.5 Asimetrías al nombrar a las personas.....	24
7.6 Preferencia en el orden	27
7.7 Utilización de estereotipos	28
8. El tratamiento de las imágenes.....	29
8.1 Tipos de imágenes	29
8.2 Tipos de planos.....	29
8.3 Utilización de estereotipos	30
8.4 Códigos lumínicos y cromáticos	30
8.5 Códigos escenográficos y gestuales.....	31
8.6 Imágenes estereotipadas y sexistas.....	32
9. Recuerda	32
10. Anexos	35
10.1 Listado de cargos, ocupaciones y profesiones.....	37
10.2 Normativa y legislación	38
11. Referencias bibliográficas	39
La autora	41

Estimado lector, estimada lectora:

Me es muy grato presentarte la *“Guía para el uso del lenguaje e imágenes no sexistas”*, que hemos editado en nuestra Universidad, con el fin de que pueda convertirse en un instrumento útil y de fácil manejo que nos permita garantizar el tratamiento integrador del lenguaje y las imágenes en nuestra Institución.

Este Guía se enmarca en una de las actuaciones comprometidas en el Plan para la Igualdad efectiva entre mujeres y hombres de la Universidad de Jaén 2011-2015, aprobado por nuestro Consejo de Gobierno, en su sesión de 27 de julio de 2011, con el cual, pretendemos alcanzar mayores cuotas de igualdad efectiva entre las mujeres y los hombres que conformamos nuestra comunidad universitaria.

Para conseguir este objetivo es necesario poner freno a todas aquellas prácticas que tradicionalmente han venido discriminando a las mujeres con respecto a los hombres, al negarles en muchos casos, las mismas oportunidades que a éstos. Se trata de actuaciones que entrañan una discriminación directa basada en el factor sexo y que, afortunadamente, cada vez son menos frecuentes en nuestra sociedad. Sin embargo, aún en nuestros días, es posible encontrar discriminaciones ejercidas contra las mujeres, que adoptan fórmulas mucho más sutiles e indirectas, y que por tanto, resultan mucho más difíciles de detectar y de reparar. Una de estas fórmulas de discriminación indirecta es precisamente la invisibilidad que viene afectando a las mujeres en muchos ámbitos y que aún hoy sigue provocando que queden silenciados sus logros y las aportaciones que éstas realizan a nuestra sociedad. Para garantizar que estas prácticas de invisibilidad y de discriminación queden desterradas de nuestra Institución, es fundamental que hagamos un uso integrador del lenguaje y de las imágenes, tanto a nivel interno, como en la comunicación externa que mantenemos con la sociedad. Un uso que resulte expresivo del compromiso que nuestra Institución mantiene con el derecho a la igualdad efectiva entre mujeres y hombres, como medio de conseguir una sociedad más justa e integrada.

Confío en que este recurso que ahora se pone a tu disposición, ayude a transmitir este compromiso de nuestra Institución y a visibilizar las aportaciones que, tanto los hombres como las mujeres que conformamos la Universidad de Jaén, realizamos a nuestra sociedad, a través de los distintos servicios que venimos desarrollando, en ámbitos como la docencia, la investigación y la transferencia del conocimiento, la transmisión de la cultura y la gestión.

Espero que esta guía sea de tu agrado y poder contar con tu colaboración y apoyo en este objetivo común.

Manuel Parras Rosa
Rector

Pensamiento y lenguaje se desarrollan en una continua influencia recíproca. El lenguaje es un instrumento de creación y expresión del pensamiento. Es el sistema que emplea el ser humano para comunicar a otras personas sus sentimientos e ideas. Al mismo tiempo, el lenguaje transmite los conceptos y juicios; sin olvidar que el aspecto esencial del lenguaje es el de ser un sistema de comunicación inserto en una situación social. A través del lenguaje se transmiten los modelos culturales y valores de una sociedad.

Por todo ello, el lenguaje ha de reflejar los cambios sociales que se producen en una comunidad o sociedad. Tradicionalmente, la lengua también ha contribuido a las discriminaciones sexistas y a la persistencia de prejuicios sociales y de género.

La sociedad ha de incluir en su lengua, en su lenguaje palabras y términos que reflejen los movimientos y cambios que se están produciendo en las mujeres. Palabras que reflejen la presencia de las mujeres en todos los ámbitos profesionales; palabras que aludan a las capacidades de las mujeres y no que hagan referencia a la familia, al marido, a la imagen o ideas estereotipadas de las mujeres; lejos, en muchos casos, ya de la realidad actual.

Desde el lenguaje debemos combatir el sexismo y estereotipos, convirtiéndose así en efecto y causa de cambios sociales.

Otro tanto ocurre con la imagen. Las nuevas tecnologías, los medios de comunicación, la publicidad son actualmente importantes vehículos de transmisión de ideas. Con mucha fuerza y presencia en nuestra sociedad. Aún hoy encontramos con frecuencia una imagen de la mujer que perpetúa roles y conceptos que nada tienen que ver con el tratamiento igualitario al que aspiramos.

Agradecemos a la Universidad de Jaén el magnífico trabajo realizado con la elaboración de la Guía para uso igualitario y no sexista del lenguaje y de la imagen en la Universidad de Jaén, en las que podemos comprobar que el lenguaje, el idioma y la técnica permiten abordar el discurso y la imagen desde una perspectiva de igualdad de género.

Deseamos que trabajos como este contribuyan de manera decidida e inmediata a la eliminación de roles, estereotipos y usos sexistas y discriminatorios hacia la mujer, con el fin, siempre, de alcanzar una sociedad más justa e igualitaria.

Soledad Ruiz Segúin
Directora Instituto Andaluz Mujer

INTRODUCCIÓN

No cabe duda de que los cambios sociales producidos por el feminismo han situado a las mujeres en ámbitos tradicionalmente masculinos. La comunicación actual, y sobre todo la que se realiza desde un ámbito como el universitario, no puede quedarse al margen de esta realidad y debe hacerse eco de los nuevos hábitos lingüísticos que los reflejan.

Desde finales de los años setenta se han desarrollado una serie de trabajos sobre la lengua española que, por un lado, han puesto de manifiesto los usos sexistas así como la imagen estereotipada de las mujeres en la paremiología, en los tacos e insultos, en los eufemismos, en los neologismos, en los diccionarios, en el discurso administrativo, en el periodístico, etc. Por otro lado, se han propuesto una serie de recomendaciones para evitar la ambigüedad de ciertos mensajes y la constante recurrencia a tópicos y estereotipos manidos.

Algunas universidades, sobre todo a través de las Unidades de Igualdad, han visto la necesidad de incluir la perspectiva de género en todos los aspectos, entre ellos, el lenguaje, el cual, ya sea escrito, oral o visual, debe mostrar un trato respetuoso hacia mujeres y hombres. A este objetivo se suma la Universidad de Jaén, que, mediante esta guía, ofrece una serie de recomendaciones dirigidas a toda la comunidad universitaria con el objetivo de orientarla sobre cómo lograr un discurso y una imagen que represente a ambos sexos de modo igualitario.

Se da así cumplimiento a todas las recomendaciones y normativas internacionales, nacionales y autonómicas que se vienen publicando desde los años ochenta y que, en España, han desembocado en la *Ley orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres*; y concretamente, en nuestra comunidad autónoma, en la *Ley 12/2007, de 26 de noviembre, para la promoción de la igualdad de género en Andalucía*. Ambas leyes inciden en la necesidad inminente de erradicar el sexismo lingüístico y visual para avanzar hacia la igualdad.

Con la iniciativa de esta guía queremos poner nuestro grano de arena al compromiso de la Universidad a contribuir a una sociedad más igualitaria, como recoge explícitamente la *Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, por la que se modifica la Ley Orgánica 6/2001 de 21 de diciembre de Universidades*:

Esta Ley no olvida el papel de la universidad como transmisor esencial de valores. El reto de la sociedad actual para alcanzar una sociedad tolerante e igualitaria, en la que se respeten los derechos y libertades fundamentales y de igualdad entre hombres y mujeres, debe alcanzar, sin duda, a la universidad. [...]

La sociedad reclama a la universidad del futuro una activa participación en sus procesos vitales. Por esta razón, la acción de la universidad no debe limitarse a la transmisión del saber; debe generar opinión, demostrar su compromiso con el progreso social y ser un ejemplo para su entorno.

La igualdad entre hombres y mujeres, los valores superiores de nuestra convivencia, el apoyo permanente a las personas con necesidades especiales, el fomento del valor del diálogo, de la paz y de la cooperación entre los pueblos, son valores que la universidad debe cuidar de manera especial.

Sabemos que es imposible en un trabajo didáctico y breve como el que nos ocupa dar cuenta de todos los tipos de textos que se generan en la Universidad: impresos, encuestas, matrículas, normativas, convenios, reglamentos, estatutos, convocatorias, tesis, artículos, libros, guías docentes, exámenes, noticias, anuncios, documentos audiovisuales, etc. Hay que tener en cuenta, además, que estos textos varían según su longitud, finalidad, público, autoría... Por tanto, dado que concurren discursos muy variados con particularidades específicas, nos limitaremos a abordar los conceptos fundamentales relacionados con el sexismo lingüístico, discursivo y visual y propondremos soluciones alternativas que no tratarán, bajo ningún concepto, de ser impositivas, ni tampoco han de entenderse como fórmulas que puedan aplicarse sistemáticamente en todos los casos por

igual, pues no todas las opciones que damos funcionan en todas las situaciones de uso; por tanto, el contexto será determinante a la hora de optar por un procedimiento u otro.

Tomaremos como referencia las obras de la Real Academia Española para ratificar nuestros argumentos y demostrar que el uso no sexista de la lengua que proponemos no contraviene la norma académica, sino que son una manifestación de los usos que nuestra comunidad lingüística está consolidando en pro de la igualdad.

La finalidad de esta guía es aportar una herramienta tanto al alumnado, como al profesorado y al personal administrativo que suponga una ayuda en su actividad investigadora, docente y de gestión. Deseamos que sea útil para construir un discurso académico que represente de manera igualitaria tanto a mujeres como a hombres, sin que por ello se atente contra la naturalidad de la expresión ni de las imágenes.

1. LA IMPORTANCIA DEL LENGUAJE COMO ELEMENTO INTEGRADOR

Los principales agentes de socialización a través de los cuales se gesta y se va desarrollando nuestra identidad son la familia, la escuela, los medios de comunicación y el lenguaje.

Gracias a la facultad del lenguaje, los seres humanos podemos comunicarnos, transmitir pensamientos, sentimientos, conocimientos, ideas. El lenguaje es al mismo tiempo reflejo y modelo de la sociedad. No solo es nuestra mejor herramienta para el conocimiento y la comunicación, sino que debe serlo también como elemento integrador para todas las personas.

Toda lengua cambia y se adapta a las nuevas realidades y necesidades de la comunidad que la utiliza. Solo las lenguas muertas permanecen inmutables. Basta comprobar cómo los cambios tecnológicos y las redes sociales nos han proporcionado palabras inimaginables tan solo hace unos años (*glooglear, bloguera, tuitero*, etc.).

Pero esta revolución no ha sido la única que ha tenido lugar en los últimos tiempos, pues no olvidemos la revolución que las mujeres han protagonizado al conseguir, de manera pausada y pacífica, derechos fundamentales que antes les estaban vetados. Esta profunda transformación social, al mismo tiempo que ha cuestionado a las sociedades patriarcales, ha propiciado el replanteamiento de muchos hábitos lingüísticos como, por ejemplo, las feminizaciones de los términos, el nacimiento de neologismos, los cambios de significados en algunos términos, la preferencia por otras construcciones que eviten el abuso del masculino genérico, etc. Todo ello empieza a apreciarse en mayor o menor medida en todos los ámbitos y, también, como no podía ser de otro modo, en la Universidad.

La incorporación de las mujeres en todas las esferas del mundo académico es un hecho más que consolidado (aunque exista un desfase entre mujeres y hombres en los puestos de responsabilidad). Esta realidad, si no la visibilizamos a través del lenguaje y de las imágenes, es como si no existiera, pero, al mismo tiempo, si la visibilizamos mal, contribuimos a dar una imagen deformada de la realidad.

2. ANDROCENTRISMO, SEXISMO: LA REGLA DE INVERSIÓN

El **androcentrismo** es la visión social que sitúa a los hombres como medida de todas las cosas, de forma que los valores masculinos se consideran los únicos válidos. Tradicionalmente, la experiencia de los hombres ha sido interpretada como universal, despreciando y ocultando los aprendizajes y experiencias de las mujeres, por lo que la realidad se nos ha contado desde la perspectiva masculina.

El **sexismo** es la discriminación hacia las personas de un sexo por considerarlo inferior a otro. El androcentrismo ha condicionado que el sexismo sea fundamentalmente machismo.

El **sexismo lingüístico** ocurre cuando las palabras o estructuras elegidas para elaborar un discurso resultan discriminatorias para un sexo con respecto al otro.

El español no es en sí misma una lengua sexista; sin embargo, sí podemos hacer usos lingüísticos sexistas. La razón de estos usos está fundamentalmente en el androcentrismo. El sistema lingüístico de la lengua española ofrece posibilidades suficientes para evitar, sin agredir las normas gramaticales, cualquier discriminación en este sentido.

La **regla de inversión** nos ayuda a detectar el sexismo lingüístico, visual y social y puede aplicarse a cualquier texto, imagen o situación. Consiste en invertir todas las referencias sexuadas: si hay un término en masculino, cambiarlo a su correspondiente femenino, y viceversa; si aparece la imagen de una mujer en un reclamo publicitario, imaginar el mismo reclamo protagonizado por un hombre, y viceversa. Si el resultado de la inversión resulta extraño es que estamos ante algún tipo de sexismo.

Si aplicamos la regla de inversión a la frase *El tribunal estaba compuesto por tres mujeres catedráticas*, el resultado es: **El tribunal estaba compuesto por tres hombres catedráticos*. Obviamente, nos resulta extraño, pues, sin duda, lo natural en nuestra lengua es *El tribunal estaba compuesto por tres catedráticos*. Con ello hemos conseguido detectar que partíamos de una frase con una redundancia innecesaria (*mujeres catedráticas*) y que, por tanto, lo apropiado para establecer un tratamiento igualitario sería construir la oración inicial de este modo: *El tribunal estaba compuesto por tres catedráticas*.

3. EL GÉNERO GRAMATICAL EN ESPAÑOL

Uno de los errores más comunes consiste en confundir el género gramatical con el sexo biológico, pues aunque todos los sustantivos del español tienen género gramatical, no todos ellos designan a seres sexuados.

El género gramatical es una marca de concordancia entre las palabras y responde a circunstancias de la lengua, por tanto, hay que tener en cuenta que:

- a) No siempre existe una relación entre las terminaciones de las palabras y el género gramatical: *mano* acaba en -o y es un sustantivo femenino; *mapa* acaba en -a y es un sustantivo masculino.
- b) No siempre existe relación entre la terminación y el sexo del referente: *logopeda* acaba en -a y *piloto* acaba en -o, sin embargo, ninguna de estas palabras es femenina o masculina, sino que se trata de términos comunes en cuanto al género, de forma que, dependiendo de la situación, podrán hacer referencia a un hombre (*el logopeda*, *el piloto*) o a una mujer (*la logopeda*, *la piloto*).

3.1 El funcionamiento del género gramatical masculino

Como explica el *Diccionario panhispánico de dudas* de la Real Academia (2005: 311):

En los sustantivos que designan seres animados, el masculino gramatical no solo se emplea para referirse a los individuos de sexo masculino, sino también para designar la clase, esto es, a todos los individuos de la especie, sin distinción de sexos: *El hombre es el único animal racional*; *El gato es un buen animal de compañía*. Consecuentemente, los nombres apelativos masculinos, cuando se emplean en plural, pueden incluir en su designación a seres de uno y otro sexo: *Los hombres prehistóricos se vestían con pieles de animales*; *En mi barrio hay muchos gatos* (de la referencia no quedan excluidas ni las mujeres prehistóricas ni las gatas). Así, con la expresión *los alumnos* podemos referirnos a un colectivo formado exclusivamente por alumnos varones, pero también a un colectivo mixto, formado por chicos y chicas.

La razón de este uso del masculino con valor genérico, esto es, incluyendo a seres de ambos sexos, está en la ley lingüística de la economía expresiva. El problema es cuando esta ley de la economía entra en conflicto con la claridad informativa, pues ocurre con frecuencia que este masculino genera ambigüedad, lo que puede dar lugar a la discriminación y a la ocultación de las mujeres.

La lengua española es suficientemente rica y posee estrategias para, sin faltar en lo más mínimo a la gramática, no incurrir en los malentendidos e imprecisiones que conlleva muchas veces el uso del masculino genérico. La *Nueva gramática de la lengua española* (2009: 87) dice al respecto:

[...] el contexto puede no dejar suficientemente claro, en casos muy específicos, que el masculino plural comprende por igual a los individuos de ambos sexos. Una opción posible es acudir en ellos a las fórmulas desdobladas, como en *Los españoles y las españolas pueden servir en el Ejército*. Otra opción es especificar la doble mención en alguna apostilla o mediante un modificador restrictivo que aclare la extensión del grupo nominal [en estos casos la Academia pone los siguientes ejemplos: *profesionales, tanto hombres como mujeres; los primogénitos heredarán la corona británica sea cual sea su sexo; empleados de ambos sexos*].

3.2 Alternativas al uso del masculino genérico

Nuestro idioma es muy rico y lo normal es que podamos expresar una idea de distintas maneras, de forma que, ante distintas posibilidades, optemos por la que nos resulte más cómoda o se atenga más a nuestro gusto. Pero, no olvidemos que usar un lenguaje inclusivo o no hacerlo puede modificar, favorable o desfavorablemente, la recepción de nuestro discurso.

Todos tenemos una imagen de **nosotros mismos**.
↓
Todas las personas tenemos una imagen de **nosotras mismas**.
↓
Cada persona tiene una imagen de **sí misma**.
↓
Todo el mundo tiene una imagen de **sí mismo**.

A continuación vamos a mostrar algunas alternativas al uso del masculino genérico, sin olvidar que, como ya dijimos en la introducción, no han de entenderse como fórmulas que puedan aplicarse sistemáticamente en todos los casos por igual, pues no todas las opciones que damos funcionan en todas las situaciones de uso; por tanto, el contexto será fundamental a la hora de optar por un procedimiento u otro, teniendo en cuenta, además, que el resultado no debe atentar contra la naturalidad de la expresión ni resultar artificioso o difícilmente legible.

a) Sustantivos abstractos

Son aquellos que denominan cualidades, sentimientos, emociones, instituciones (*rectoría, presidencia, alcaldía, inspección, autoría, adolescencia...*). En algunos contextos resulta muy útil la sustitución, si desconocemos su sexo, del nombre con el que se designa a la persona que desempeña un cargo o profesión (*gerente, redactor, secretario...*) por el que alude al puesto que ocupa, a la titulación que posee o la institución a la que representa (*gerencia, redacción, secretaría...*):

El **gerente** pondrá a disposición del **secretario** los documentos que sean necesarios.



Gerencia pondrá a disposición de **secretaría** los documentos que sean necesarios.

b) Sustantivos colectivos

Son aquellos que en singular aluden a un grupo de personas con independencia de su sexo (*alumnado, estudiantado, profesorado, personal, juventud, voluntariado, equipo, funcionariado*):

Requisitos para **estudiantes extranjeros**.



Requisitos para **alumnado extranjero**.

La plataforma virtual favorece la interacción entre **los profesores** y **los alumnos**.



La plataforma virtual favorece la interacción entre **el profesorado** y **el alumnado**.

c) Sustantivos epicenos

Son aquellos que, con independencia de que su género gramatical sea masculino o femenino, designan, indistintamente, a seres de uno u otro sexo (*persona, víctima, criatura, vástago, personaje, ser...*):

Damos la bienvenida **a todos los** que accedan a nuestra web buscando información sobre nuestra institución.



Damos la bienvenida **a todas las personas** que accedan a nuestra web buscando información sobre nuestra institución.

d) Perífrasis

Cuando no dispongamos de una palabra que designe globalmente a hombres y a mujeres, podemos recurrir a construcciones perifrásticas como *comunidad universitaria, comunidad escolar, equipo docente, equipo investigador, grupo de investigación, público lector...* Estas construcciones no recargan el texto y, a diferencia de los desdoblamientos, pasan desapercibidas:

La entrada a la facultad dificulta el acceso a **los discapacitados**.



La entrada a la facultad dificulta el acceso a **las personas discapacitadas**.

Hay que tener en cuenta las intervenciones que se producen entre **los participantes**.



Hay que tener en cuenta las intervenciones que se producen entre **las personas participantes/que participan**.

En los textos administrativos resultan de gran utilidad las perífrasis que se forman con el sustantivo colectivo *personal* y con el sustantivo epiceno *persona*:

Personal	Personas
Personal médico	Personas discapacitadas
Personal contratado	Personas asociadas
Personal asalariado	Personas afiliadas
Personal laboral	Personas inmigrantes
Personal directivo	Personas expertas
Personal formador	Personas interesadas
Personal docente	Personas matriculadas
Personal investigador	Personas mayores
Personal administrativo	Personas de la tercera edad

e) Aposiciones

Las aposiciones o aclaraciones, además de visualizar de forma específica a las mujeres, eluden las engorrosas redacciones que, a veces, provocan el uso de los desdoblamientos o el empleo de las barras:

El objetivo es promocionar **a todos los deportistas**.



El objetivo es promocionar **a todos los deportistas, tanto mujeres como hombres**.

f) Desdoblamientos

Los desdoblamientos o duplicaciones (*chicas y chicos*, *alumnos y alumnas*) tienen la ventaja de hacer visibles a las mujeres y la desventaja de ser muy repetitivos y lentificar mucho el discurso. Por ello, a pesar de ser un procedimiento muy conocido y recurrente, también es el más criticado. Su utilización se ha multiplicado en los últimos años, sin duda por la nueva representación mental en diversidad que vamos incorporando y que nos hace pensar y comunicar la realidad implicando en ella a las mujeres y no solo a los hombres.

El empleo del desdoblamiento, aunque debería ser esporádico, es una de las opciones que ofrece nuestra lengua a quien lo desee, está documentada desde hace siglos en textos literarios prestigiosos y la utiliza el propio diccionario académico en muchas de sus entradas. Conviene usarlos solo excepcionalmente, sobre todo por cuestiones estilísticas, y cuando no dispongamos de otro recurso más económico:

Los alumnos y las alumnas podrán matricularse a partir del próximo lunes.



El alumnado podrá matricularse a partir del próximo lunes.

No obstante, hay dos situaciones en las que los desdoblamientos resultan especialmente útiles:

- En ciertos usos vocativos en los que se interpreta como señal de cortesía, como el comienzo de un discurso o de una conferencia (*señoras y señores*, *amigas y amigos*), de una carta o correo electrónico (*Estimado señor*, *estimada señora*), etc.

- b) Cuando se trate de cargos, profesiones u oficios tradicionalmente ocupados por hombres o por mujeres, ya que el uso del desdoblamiento ayuda a romper la asociación estereotipada de esa situación con algún sexo concreto:

La función principal del **rector o rectora** es representar a su Universidad.
Se convocan dos plazas de **limpiador o limpiadora**.
Se requieren **planchadoras o planchadores**.

En el caso de usar los desdoblamientos conviene alternar el orden y no situar siempre en primer lugar el término masculino, como es frecuente, así evitaremos consolidar la idea de que damos prioridad a un sexo sobre otro.

Según advierte la Real Academia en el *Diccionario panhispánico de dudas*, para paliar la pesadez expresiva que conlleva el abuso de estas formas dobles, se han comenzado a utilizar construcciones incorrectas o agramaticales como *⓪las y los ciudadanos* o *⓪las y los profesores*, en las que se atenta contra las reglas que rigen la concordancia al hacerse concertar un determinante de género femenino con un nombre en masculino.

g) Palabras no marcadas

Existen palabras en español que no tienen marca de género, con lo que no se asocian a ningún sexo. Veamos algunos casos.

- **Sustantivos comunes en cuanto al género:** son aquellos que poseen una única terminación para los dos géneros gramaticales (*cónyuge, consorte, logopeda, periodista, agente, estudiante...*). En aquellos contextos en que es posible suprimir el determinante, el uso de estos sustantivos resulta muy útil, ya que no se especifica el sexo de la persona o personas referentes:

La Universidad de Jaén tiene aproximadamente 16 000 **alumnos**.
↓
La Universidad de Jaén tiene aproximadamente 16 000 **estudiantes**.

Los titulares de las plazas.
↓
Titulares de las plazas.

Este procedimiento resulta especialmente apropiado en el pie de firma de documentos, impresos o formularios, ya que puede evitar el uso del masculino genérico o de las barras:

El representante	→	El/la representante	→	Representante
El solicitante	→	El/la solicitante	→	Solicitante
El titular	→	El/la titular	→	Titular

- **Adjetivos con una única terminación:**

En la mesa redonda intervendrán **distintos** participantes. **Dichos** ponentes serán especialistas en la materia.
↓
En la mesa redonda intervendrán **diferentes** participantes. **Tales** ponentes serán especialistas en la materia.

- **Pronombres sin marca de género:** *quien/quienes, alguien, nadie.*

Los que presenten el carné de estudiante, tendrán un descuento.



Quienes presenten el carné de estudiante, tendrán un descuento.

Cursos de idioma dirigidos a **aquellos** que quieran perfeccionar su segunda lengua.



Cursos de idioma dirigidos a **quienes** quieran perfeccionar su segunda lengua.

El documento debe ser firmado por **el solicitante** de la beca.



El documento debe ser firmado por **quien solicite** la beca.

¿**Alguno** quiere salir a la pizarra?



¿**Alguien** quiere salir a la pizarra?

¿**Ninguno** tiene dudas?



¿**Nadie** tiene dudas?

- **Determinantes sin marca de género:** *cada, cualquier, su/sus.*

Todo/el estudiante tendrá derecho a revisar su examen.



Cada estudiante tendrá derecho a revisar su examen.

Todos los asistentes al congreso recibirán una carpeta con materiales.



Cada asistente al congreso recibirá una carpeta con materiales.

Podrá solicitar la beca **todo estudiante** que esté matriculado en la Universidad de Jaén.



Podrá solicitar la beca **cualquier estudiante** que se haya matriculado en la Universidad de Jaén.

Debemos velar por la integridad de **los alumnos** y porque se cumplan los derechos de **los mismos**.



Debemos velar por la integridad del **alumnado** y porque se cumplan **sus** derechos.

La normativa se dirigía a **los voluntarios** y les explicaba los deberes y obligaciones de **los mismos**.



La normativa se dirigía **al voluntariado** y les explicaba **sus** deberes y obligaciones.

h) Estructuras con se

Las estructuras con *se* (*se solicitará, se adjudicará, se recurrirá, se abonará, se requerirá, etc.*) pueden evitar muchos sujetos contruidos en masculino genérico:

Cuando **el alumno** solicite la devolución de la matrícula...



Cuando **se** solicite la devolución de la matrícula...

El usuario abonará las tasas antes del 31 de septiembre.



Se abonarán las tasas antes del 31 de septiembre.

Para solicitar la ayuda, **uno** puede acceder a la documentación que se encuentra en la página web.



Para solicitar la ayuda, **se** puede acceder a la documentación que se encuentra en la página web.

i) Expresiones sinónimas

- Podemos recurrir a expresiones sinónimas que, sin utilizar el masculino genérico, aporten el mismo significado:

El 90% votó a favor, **los otros/los demás** se abstuvieron.



El 90% votó a favor, **el resto** se abstuvo.

Hay que respetar los derechos **de los demás/de los otros**.



Hay que respetar los derechos **ajenos**.

Los restantes vocales.



El resto de vocales.

Te animamos a **participar como candidato**.



Te animamos a **presentar tu candidatura**.

Es de **todos** conocido.



Es de **sobra** sabido.

- Podemos sustituir muchas estructuras formadas por verbo copulativo o perífrasis verbales que se acompañan de complementos en género masculino por otras sin marca de género:

Para ser **catedrático** se requiere...



Para obtener **una cátedra** se requiere...

Están exentos del pago de la matrícula **los becados y los pertenecientes** a familias numerosas.



Tienen exención del pago de la matrícula **quienes tengan beca o pertenezcan** a familias numerosas.

El alumno está obligado a acatar la normativa de la biblioteca.



El alumnado tiene la obligación de acatar la normativa de la biblioteca.

El director o directora de departamento **está obligado** a convocar las reuniones con una semana de antelación.



El director o directora de departamento **tiene la obligación** de convocar las reuniones con una semana de antelación.

- Algunos adjetivos masculinos pueden sustituirse por una preposición seguida de un sustantivo que evita aludir al sexo de la persona referente:

discapacitado	→	con discapacidad
titulado	→	con titulación
adoptado	→	en adopción
afiliado	→	con filiación
cualificado	→	con cualificación
autorizado	→	con autorización
indocumentado	→	sin documentación

El tribunal estará compuesto por profesionales **acreditados**.



El tribunal estará compuesto por profesionales **con acreditación**.

h) Elisión de masculinos innecesarios

A veces, las redacciones pueden simplificarse, omitiendo masculinos innecesarios:

A través de este sitio, la institución quiere ponerse a disposición **de todos los miembros de la comunidad** universitaria de la Universidad de Jaén.



A través de este sitio, la institución quiere ponerse a disposición **de toda la comunidad** universitaria de la Universidad de Jaén.

Los saludos que dan comienzo a los actos académicos o a las propias clases aluden con frecuencia al público en género gramatical masculino, lo que también puede evitarse:

Buenas tardes **a todos**, rogamos **estén atentos**.



Buenas tardes, rogamos **presten atención**.

La forma *nosotros* del denominado plural de modestia, bastante frecuente en el discurso académico, puede eliminarse, puesto que mediante la desinencia verbal ya se indica que se trata de una primera persona del plural:

Nosotros abogamos por la inclusión de la perspectiva de género en la Universidad.



Abogamos por la inclusión de la perspectiva de género en la Universidad.

También puede omitirse en gran número de ocasiones la palabra *usuario*, que aparece, sobre todo, en la documentación administrativa:

Cuando **el usuario** abone las tasas, recibirá la certificación solicitada.



Al abonar las tasas, se recibirá la certificación solicitada.

Si **el usuario** realiza la reclamación en los primeros cinco días, recibirá la respuesta en el plazo de un mes.



Si se realiza la reclamación en los primeros cinco días, se recibirá la respuesta en el plazo de un mes.

La apelación directa, utilizando verbos en segunda persona o las formas *usted/ustedes*, un recurso típicamente publicitario, sirve para enmascarar el sexo de la persona a la que nos dirigimos:

Hazte socio y colabora con nuestro proyecto



Asóciate y colabora con nuestro proyecto

Hazte suscriptor del boletín universitario



Suscríbete al boletín universitario

¡Estudie a partir de los sesenta! Decida usted volverse estudiante. Información Aula para Mayores

k) Barras

El uso de la barra (/) para separar las terminaciones al final de palabra tiene el inconveniente de que afea el texto y dificulta su lectura. Por ello solo debe utilizarse en impresos y otros textos esquemáticos (tablas, listas, gráficos...) cuya finalidad es ser rellenados. También son útiles en el encabezamiento de las cartas y correos electrónicos (*Queridos/as amigos/as*).

En los impresos, siempre que podamos, es mejor optar por soluciones sin variación de géne-

ro como las que proponemos a continuación:

Sr./Sra.:	→	Nombre y apellidos:
Nacido/a en:	→	Lugar de nacimiento:
Domiciliado/a en:	→	Domicilio:
Licenciado/a en	→	Licenciatura:
Originario/a	→	País de origen:

Uno de los problemas más usuales que afecta al uso de las barras es la falta de sistematicidad, que hace que aparezca en algunos casos y se olvide en otros. Esto crea problemas a la hora de interpretar el texto. Además, hay que saber usarlas de modo correcto:

- La barra se escribe siempre sin espacio de separación previo ni posterior y puede alternar con los paréntesis: *Querido(a) amigo(a)*.
- Cuando la forma femenina no presenta variaciones gráficas respecto de la masculina, aquella se forma con la última vocal: *presidente/a, compañero/a*.
- Cuando presenta variaciones gráficas respecto de la forma masculina, se forma con todas las letras que hay a partir de la vocal tónica: *alcalde/esa*.
- Cuando la barra afecta a una forma contracta debe emplearse de modo correcto: *Datos del/de la destinatario/a*.

I) Arroba

En los últimos años se ha extendido el uso de la arroba (@) para reemplazar la terminación de género (*alumn@, discapacitad@...*). Sin embargo, puesto que no es un signo lingüístico y no se puede leer, no debe emplearse en ningún texto cuya finalidad sea la lectura. A lo sumo, puede justificarse en algún tipo de discurso desenfadado, dirigido a gente joven, sobre todo en el espacio digital.

Como reclamo publicitario, sin embargo, la arroba es tan pertinente como cualquier otro símbolo visual, pues no olvidemos que la publicidad conforma un discurso heterogéneo donde cabe todo.

4. EL SUSTANTIVO *HOMBRE*

En la lengua española el sustantivo *hombre* posee dos significados fundamentales, que coinciden con las dos primeras acepciones que aparecen en el diccionario académico:

hombre.

1. m. Ser animado racional, varón o mujer.
2. m. **varón** (| ser humano del sexo masculino).

El contexto, como siempre, nos ayuda a saber qué significado es el correcto. Si soy una mujer y veo escrita en la puerta de unos lavabos la palabra *hombre*, no entro, porque el contexto me hace interpretar perfectamente que se trata de un espacio solo para varones. Sin embargo, cuando el término no está bien contextualizado, puede resultar ambiguo y dar lugar a errores en la interpretación. Así ocurre en las dos frases siguientes, donde podemos dudar sobre si se están refiriendo a *hombre* en el sentido de 'varón' o en el sentido de 'género humano':

El *hombre* debe adaptarse a los nuevos cambios sociales.
Los estudios sobre el *hombre* no son usuales.

La lengua española puede subsanar sin ningún tipo de problemas cualquier ambigüedad en este sentido, pues posee tanto términos para referirse al mismo tiempo a los dos sexos (*personas, seres humanos, gente, humanidad...*), como términos específicos para el sexo masculino (*varón*):

El *ser humano* debe adaptarse a los nuevos cambios sociales.
Los estudios sobre los *varones* no son usuales.

5. LOS DUALES APARENTES

Son aquellos pares de palabras cuyo significado cambia dependiendo del sexo al que designan. En su forma gramatical masculina adoptan un sentido positivo o neutro; sin embargo, en su forma gramatical femenina, indican menor categoría profesional (*gobernante/gobernanta*) o algo denigrante (*zorro/zorra*). Este hecho, es decir, el que haya términos en femenino ocupados con un sentido denigrante o infravalorativo para las mujeres, dificulta su empleo de manera igualitaria.

Es lo que sucede con *asistente/asistenta*. Si observamos los significados que aparecen en el diccionario académico del sustantivo *asistenta*, vemos que el hecho de que esté ocupado con el sentido de ‘sirvienta’ nos obliga a usar el término común *la asistente* cuando queremos indicar que se trata de una mujer que realiza labores de asistencia.

asistenta.

1. f. Mujer que sirve como criada en una casa sin residir en ella y que cobra generalmente por horas.
2. f. Criada seglar que sirve en convento de religiosas de las órdenes militares.
3. f. En algunas órdenes religiosas de mujeres, monja que asiste, ayuda y suplente a la superiora.
4. f. Mujer del antiguo **asistente** (| | funcionario público).
5. f. Criada que servía en el palacio real a damas, señoras de honor y camaristas que habitaban en él.

asistente.

4. com. Persona que, en cualquier oficio o función, realiza labores de asistencia.

Algo similar ocurre con las formas *ayudanta* y *ayudante*. El hecho de que el femenino *ayudanta* esté ocupado obliga a conservar la forma común *ayudante* para designar en el ámbito académico a este tipo de profesora.

ayudanta.

1. f. Mujer que realiza trabajos subalternos, por lo general en oficios manuales.

ayudante.

5. com. Profesor subalterno que ayuda a otro superior en el ejercicio de su facultad.

Muchos de estos usos discriminatorios han desaparecido, pero otros aún persisten, como explica *La nueva gramática de la lengua española* (2009: 105):

Han desaparecido casi por completo los sustantivos femeninos que designaban antiguamente a la esposa del que ejercía ciertos cargos (*la coronela, la gobernadora, la jueza*), y se han impuesto los significados en los que estos nombres se refieren a la mujer que pasa a ejercerlos. Frente a estos nuevos usos, reflejo evidente del cambio de costumbres en las sociedades modernas y del progreso en la situación laboral y profesional de la mujer, se percibe todavía, en algunos sustantivos femeninos, cierta carga depreciativa o minusvalorativa que arrastran como reflejo de la cultura y de la sociedad en las que se han creado [...]

Las transformaciones sociales, sin duda, han contribuido a la desaparición de muchos duales aparentes (nadie relaciona ya la palabra *alcaldesa* con el significado ‘mujer del alcalde’) y a que otros estén en proceso de desaparición (es el caso de *mujer pública*, sintagma que las nuevas generaciones no interpretan ya como ‘prostituta’, sino como ‘mujer que tiene presencia e influjo en la vida social’ de igual modo que lo tiene el *hombre público*). Estos cambios suceden porque, como ya dijimos, la lengua se adapta a las necesidades de la comunidad que la utiliza.

6. OCUPACIONES, CARGOS Y PROFESIONES

Siempre que tengamos que redactar un *documento cerrado*, optaremos por el empleo del género gramatical que aluda sin equívocos al sexo de la persona a la que va destinado. Como regla general, recomendamos feminizar y masculinizar los términos que aludan a ocupaciones, cargos y profesiones, manteniendo inalterados los sustantivos de una sola terminación, salvo en aquellos casos en los que el uso ya haya consolidado la forma feminizada (*presidenta*) o masculinizada (*modisto*). Además, como explica el Diccionario panhispánico de dudas, cuando el nombre de una profesión o cargo está formado por un sustantivo y un adjetivo, ambos elementos deben ir en masculino o femenino dependiendo del sexo del referente (*técnica administrativa, detective privada, intérprete jurada, etc.*).

Si se trata de un *documento abierto*, para evitar cualquier tipo de ambigüedad, emplearemos los términos o construcciones alternativos al masculino genérico que vimos en el epígrafe 3.2. En los documentos administrativos, aunque hemos avanzado bastante, todavía aparecen formas de tratamiento y cortesía formuladas en masculino, aunque puedan ser cumplimentados tanto por hombres como por mujeres. Estas fórmulas deben evitarse, sobre todo en los impresos y formularios, donde solo deben figurar, en la medida de lo posible, epígrafes del tipo *nombre y apellidos, firmado...* No obstante, si es necesario que aparezca la fórmula de tratamiento, esta debe presentar la doble forma (*Sr./Sra.*).

Cuando se trate de un texto que va a estar vigente durante un tiempo (como puede ser una normativa) o cuando construyamos un discurso sin saber a qué personas concretamente va dirigido, habrá que tener en cuenta que debe ser interpretado dando cabida a ambos sexos, por lo que conviene utilizar términos genéricos o usar desdoblamientos:

Compete a la **Presidencia** convocar las reuniones
Corresponde al **vicerrector o vicerrectora...**

En el caso de las rotulaciones, se pueden adecuar al sexo de la persona que ocupa el cargo en ese momento o, todavía mejor, optar por palabras igualmente válidas para uno u otro sexo (*vicerrectorado de estudiantes, secretaría, jefatura, etc.*).

En cuanto a los títulos o certificados, estos deben adecuarse al sexo de las personas que los obtengan, como ya constató la *Orden de 22 de marzo de 1995 del Ministerio de Educación y*

Ciencia, por la que se adecua la denominación de los títulos académicos oficiales a la condición masculina o femenina de quienes los obtengan (BOE n.º 74, de 28 de marzo), según indicaciones de la Real Academia Española:

TÍTULOS

Graduado/Graduada
Técnico/Técnica
Técnico Superior/Técnica Superior
Bachiller/Bachiller

TÍTULOS UNIVERSITARIOS

Diplomado/Diplomada
Ingeniero Técnico/Ingeniera Técnica
Arquitecto Técnico/Arquitecta Técnica
Graduado Social Diplomado/Graduada Social Diplomada
Maestro/Maestra
Licenciado/Licenciada
Ingeniero/Ingeniera
Arquitecto/Arquitecta
Doctor/Doctora
Doctor Ingeniero/Doctora Ingeniera

TÍTULOS POSTGRADO

Profesor Especializado/Profesora Especializada
Médico Especialista/Médica Especialista
Enfermero Especialista/Enfermera Especialista

TÍTULOS DEPORTIVOS

Técnico Deportivo Elemental/Técnica Deportiva Elemental
Técnico Deportivo de Base/Técnica Deportiva de Base
Técnico Deportivo Superior/Técnica Deportiva Superior

El Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas oficiales señala que la denominación del título de Grado será "*Graduado o Graduada en... por la Universidad...*", y en el caso del doctorado "*Doctor o Doctora por la Universidad...*".

Aunque la Academia recomienda la feminización de las profesiones (*técnica, arquitecta, médica...*) y aconseja mantener inalteradas aquellas denominaciones que por su terminación valen tanto para el masculino como para el femenino (*el bachiller/la bachiller*), no siempre el uso sigue estos dictámenes. Unas veces, el rechazo a feminizar algunos términos se debe al prestigio que se le presupone a la forma masculina, lo cual hace que algunas personas prefieran *la abogado* o *la médico* a *la abogada* o *la médica*, a pesar de ser estas últimas las formas correctas, como observamos en las siguientes entradas tomadas del *Diccionario panhispánico de dudas*:

abogado -da. 'Licenciado en Derecho'. El femenino es abogada («Ellas son brillantes abogadas» (País [Esp.] 30.5.97). No debe emplearse el masculino para referirse a una mujer: ⊗la abogado.

médico, -ca. 'Persona que ejerce la medicina'. El femenino es médica: («La médica quiere tratarle la cistitis con nitrato de plata» (Futoransky Pe [Arg. 1986])). No debe emplearse el masculino para referirse a una mujer. ⊗la médico.

Otras veces la reticencia se produce porque la forma femenina está ocupada con otro significado. Es el caso de la voz *secretaria*, que se relaciona con la realización de tareas subalternas, lo cual hace que algunas mujeres, cuando desempeñan un alto cargo de la Administración, se autodenominen en masculino (*secretario*).

Por otra parte, hay términos comunes en cuanto al género, es decir, que aunque son válidos igualmente para aludir a los dos sexos (*presidente, juez...*), se han feminizado (*presidenta, jueza...*) y el uso los ha consolidado, aunque no sin críticas por parte de un sector que piensa que estas feminizaciones contradicen la gramática de nuestra lengua, sin acordarse de que términos como *aprendiza* y *oficiala* (para aludir a la mujer que trabaja en una fábrica) o *dependienta* (para la que trabaja en una tienda) se acuñaron hace años sin ningún tipo de problema. Y que también tenemos casos inversos, esto es, términos que se han masculinizado contradiciendo las normas de la morfología española. Es el caso del término *modista*, que, a pesar de ser un sustantivo común en cuanto al género (como todas las palabras que acaban en *-ista*: *artista, periodista...*) ha formado el masculino *modisto*. De lo cual deducimos que, aunque las normas son necesarias para cohesionar las lenguas, los cambios también lo son y suceden porque la comunidad lingüística percibe, por razones muy diversas, la necesidad de adaptarlas a nuevas realidades.

Igual que existe la tendencia a feminizar las palabras cuando las mujeres ejercen profesiones tradicionalmente masculinas, se da, aunque en menor medida, la masculinización de voces que aluden a profesiones tradicionalmente femeninas, cuando los hombres las desempeñan. Es lo que ha ocurrido, por ejemplo, con el término *azafata*, como se comprueba en la última edición del diccionario académico (2001):

azafata.

(De *azafate*).

1. f. Mujer encargada de atender a los pasajeros a bordo de un avión, de un tren, de un autocar, etc.
2. f. Empleada de compañías de aviación, viajes, etc., que atiende al público en diversos servicios.
3. f. Muchacha que, contratada al efecto, proporciona informaciones y ayuda a quienes participan en asambleas, congresos, etc.
4. f. Criada de la reina, a quien servía los vestidos y alhajas que se había de poner y los recogía cuando se los quitaba.

La feminización de la profesión dificultó en principio la aceptación de la forma masculina *azafato*, por lo que se impuso *auxiliar de vuelo*. Sin embargo, en la actualidad, al mismo tiempo que se ha masculinizado el oficio, se ha difundido la forma masculina, por lo que la Academia ha enmendado el artículo, que rezará así en la próxima edición de su diccionario:

azafato, ta.

(De *azafate*).

1. m. y f. Persona encargada de atender a los pasajeros a bordo de un avión, de un tren, de un autocar, etc.
2. m. y f. Empleado de compañías de aviación, viajes, etc., que atiende al público en diversos servicios.
3. m. y f. Persona que, contratada al efecto, proporciona informaciones y ayuda a quienes participan en asambleas, congresos, etc.
4. f. Criada de la reina, a quien servía los vestidos y alhajas que se había de poner y los recogía cuando se los quitaba.

Por último, cabe recordar que existen trabajos tradicionalmente desempeñados por mujeres y no muy prestigiados socialmente, que suelen aparecer solo en su forma femenina (*limpiadora, señora de la limpieza, señora de compañía...*). Puesto que son trabajos que pueden desempeñar los dos sexos, se recomienda utilizar fórmulas que engloben a ambos (*personal de limpieza, acompañante...*).

En definitiva, como norma general, siempre que conozcamos el sexo de la persona que ocupa un cargo u oficio, debemos referirnos a ella en masculino o femenino según corresponda. De esta forma, hacemos visibles a las mujeres y contribuimos también a cambiar la idea de que algunos oficios y puestos de responsabilidad están siempre ocupados por los hombres. Como para la masculinización o feminización de los términos no parecen existir normas fijas, sobre todo en las palabras que terminan en *-nte, -l* o *-z*, hemos aportado en uno de los anexos de esta guía un “Listado de ocupaciones, cargos y profesiones” de uso frecuente en el ámbito universitario, tanto en sus formas masculinas como femeninas.

7. EL TRATAMIENTO DEL DISCURSO

A continuación vamos a resumir los principales problemas detectados en el discurso académico.

7.1 Falta de perspectiva de género

Todavía se emiten informes, investigaciones, estadísticas, etc. sin perspectiva de género, de forma que se nos aportan datos globales, sin desagregar por sexos, con lo que se nos oculta la incidencia que poseen mujeres y hombres en los distintos ámbitos universitarios, información que es de gran relevancia. La infografía en este sentido resulta muy interesante, pues los gráficos muestran claramente las situaciones de desigualdad o desequilibrio.

7.2 Composición no equilibrada

Los estudios que han analizado los textos educativos han llamado la atención sobre el abuso de ejemplos y de referencias sobre varones. En el ámbito académico también es fácil comprobar que la mayoría de las fuentes que se utilizan y se citan son masculinas, hecho que contribuye a fomentar el androcentrismo. Hay que procurar, en la medida de lo posible, que tanto la presencia de mujeres como de hombres sea equilibrada.

7.3 Carencia de sistematicidad

Los nuevos hábitos lingüísticos en pro de un lenguaje igualitario empiezan a calar en mayor o menor medida dependiendo del grado de sensibilización y de formación adquiridos en este sentido. Casi todas las instituciones, la universitaria también, empiezan a incorporar en su páginas web, en sus impresos, etc. algunas de las recomendaciones que hemos aportado en el epígrafe 3.2. Sin embargo, el rasgo más común es la heterogeneidad a la hora de aplicarlas, pues es fácil detectar que, con frecuencia, solo se tienen en cuenta en una parte del discurso, cuando hubiera sido fácil mantener la coherencia en la totalidad:

Bienvenido/a al espacio web del Servicio de Atención y Ayudas **al Estudiante** de la Universidad de Jaén. Desde aquí queremos poner a disposición de **nuestros usuarios** un medio que facilite la información y comunicación entre **ambos**.



Bienvenido/a al espacio web del Servicio de Atención y Ayudas a **Estudiantes** de la Universidad de Jaén. Desde aquí queremos poner a **vuestra** disposición un medio que **nos** facilite la información y la comunicación.

Es necesario, por tanto, que el discurso sea coherente en todas sus partes, por lo que se recomienda revisar todo el documento, tanto el título, como el cuerpo, como las notas a pie de página, etc.

7.4 El salto semántico

El salto semántico sucede cuando se emplea un vocablo aparentemente en su sentido genérico (es decir, incluyendo a hombres y a mujeres); sin embargo, más adelante, descubrimos que se trata de un uso específico (referido solo al varón). El desconcierto que produce manifiesta que el discurso estaba creado desde un punto de vista androcéntrico, ya que solo se pensaba en los varones.

El 40% de **los profesores** está descontento con el sistema de acreditación; sin embargo, **las profesoras** lo están en un 60%.



El 40% de **los profesores varones** está descontento con el sistema de acreditación; sin embargo, **las profesoras** lo están en un 60%.

En principio podíamos pensar que ese 40% afectaba al profesorado en general y que *los profesores* era un masculino genérico que incluía a las profesoras. Pero, el resto del discurso nos aclara que no, que solo ellos estaban incluidos. Hubiera sido, por tanto, más correcto y sin ninguna ambigüedad la segunda redacción que hemos propuesto.

Relacionado con el salto semántico está otro sesgo sexista que se repite con mucha frecuencia y que consiste en citar a las mujeres como si constituyeran una categoría aparte y, por tanto, quedaran excluidas de otros colectivos.

Se ofertan actividades deportivas para **jóvenes, mayores y mujeres**.



Se ofertan actividades deportivas **para ambos sexos, tanto para jóvenes como para mayores**.

7.5 Asimetrías al nombrar a las personas

Es usual encontrar, en un mismo texto, un tratamiento muy distinto a la hora de nombrar a mujeres y a hombres. Cuando en un espacio como el académico conservamos los tratamientos más respetuosos para los varones y los más familiares para las mujeres, afianzamos la idea de que los hombres son más importantes y, por tanto, merecedores de ser tratados con más respeto. Hay que tener especial cuidado en que esto no suceda, sobre todo en situaciones frecuentes como pueden ser las presentaciones de las personas que intervienen en una mesa redonda, o las inauguraciones o clausuras de los actos públicos, donde suelen tomar la palabra autoridades o representantes de distintas instituciones.

- Nombre y apellido

Con frecuencia, a los varones se les nombra mediante el nombre y el apellido o solo por el apellido, mientras que en el caso de las mujeres rara vez aparecen solo los apellidos, siendo usual que estos aparezcan precedidos del nombre de pila o que solo aparezca el nombre, incluso a veces de forma acortada (Auxi, Mari...) o con diminutivos (Mariquilla, Pepita, Antoñita...). Esto supone un tratamiento desigual, inadmisibles en el ámbito académico, y que contribuye a

presentar a los hombres de una manera más respetuosa:

Presidieron el acto Antonio Campos, vicerrector de investigación, y **M.^a Asunción**, vicerrectora de Profesorado.



Presidieron el acto Antonio Campos, vicerrector de investigación, y **M.^a Asunción Ponceda**, vicerrectora de profesorado.

En la mesa redonda nos acompañan **Carmencita** Guerrero Hidalgo y Ángel López Bravo.



En la mesa redonda nos acompañan **Carmen** Guerrero Hidalgo y Ángel López Bravo.

Debe evitarse la extendida costumbre de anteponer el artículo a los nombres o apellidos de las mujeres, puesto que es un rasgo despectivo, que, además, no suele darse cuando se trata de hombres:

La Calaf pronunció la conferencia inaugural.



Rosa María Calaf pronunció la conferencia inaugural.

En cuanto a las referencias bibliográficas de las publicaciones científicas, conviene escribir el nombre completo y no solo la inicial, para hacer más visibles a las autoras e impedir que, por razones androcéntricas, sus apellidos lleguen a interpretarse como masculinos:

Guerrero Salazar, **S.** y Cremades García, **R.** (coords.): *El discurso deportivo en los medios de comunicación*, Málaga, VG Ediciones, 2012.



Guerrero Salazar, **Susana** y Cremades García, **Raúl** (coords.): *El discurso deportivo en los medios de comunicación*, Málaga, VG Ediciones, 2012.

- Fórmulas de tratamiento

En la *Orden de 7 de julio de 1986 por la que se regula la confección de material impreso y se establece la obligatoriedad de consignar determinados datos en las comunicaciones y escritos administrativos* (BOE n.º 174, de 22 de julio) se proscribía el uso de las fórmulas de tratamiento de carácter honorífico. Por tanto, la utilización de tratamientos no es exigible en un documento administrativo, aunque suele mantenerse en los casos de máxima representación pública y en los documentos de carácter protocolario. En el ámbito académico, según la *Ley Orgánica 4/2007*, de 12 de abril, por la que se modifica la *Ley Orgánica 6/2001*, de 21 de diciembre, de Universidades, en la disposición adicional decimotercera, sobre *Tratamientos*, dice lo siguiente:

Las autoridades universitarias recibirán el tratamiento de señor o señora, seguido de la denominación del cargo. Los Rectores de las universidades recibirán, además, el tratamiento académico de Rector Magnífico o Rectora Magnífica.

Para referirnos a cualquier persona del ámbito universitario, si decidimos optar por una fórmula de tratamiento, sea *don/doña* o *señor/señora*, debemos hacerlo de manera simétrica y con independencia del estado civil, desterrando, por tanto, el tratamiento de *señorita*, que resulta

obsoleto y que servía para diferenciar a las mujeres solteras (*señoritas*) de las casadas (*señoras*):

Contamos también en nuestra mesa con **Carmen** Guerrero y Don Francisco Navas.



Contamos también en nuestra mesa con **Doña Carmen** Guerrero y Don Francisco Navas.

A mi derecha tenemos a la **señorita Ana** Fernández Rute, abogada.



A mi derecha tenemos a la **señora Ana** Fernández Rute, abogada.

- Condición sexuada

Se observa una tendencia bastante frecuente a nombrar a las mujeres únicamente por su condición sexuada, cuando a los hombres se les suele nombrar por su profesión, estatus social, nacionalidad, etc.:

Hoy, 25 de noviembre, Día internacional contra la violencia de género, vamos a tratar el tema del maltrato y contamos para ello **con dos mujeres y con dos expertos** en la materia.



Hoy, 25 de noviembre, Día internacional contra la violencia de género, vamos a tratar el tema del maltrato y contamos para ello **con cuatro especialistas/dos mujeres y dos hombres especialistas** en la materia.

Otra forma de ocultar la identidad social o profesional de las mujeres, destacando como sustancial su condición sexuada, sucede cuando se emplean de modo redundante los términos *mujer* o *femenina*:

Por la mañana competirán **las mujeres deportistas/las deportistas femeninas**.



Por la mañana competirán **las deportistas/los equipos femeninos**.

No deben confundirse estos casos, donde los términos *mujeres* y *femeninas* resultan innecesarios, con aquellos otros en los que estas palabras son necesarias para evitar interpretaciones erróneas. Es lo que ocurre en los ejemplos siguientes, en los que la introducción de las palabras *femenina* y *mujeres* sirve para visualizar al sexo femenino y evitar que los sustantivos de una sola terminación *policías* y *vigilantes* se interpreten como masculinos, precisamente por lo masculinizadas que están esas profesiones:

Primera promoción femenina de policías.

Primera promoción de mujeres vigilantes.

- Condición de dependencia

Debe evitarse que las mujeres aparezcan dependientes del hombre mediante expresiones como *señora de*, *mujer de*, *esposa de*, *viuda de*.... Estas formas conllevan un tratamiento desigual, pues presentan a las mujeres carentes de autonomía, e incluso de identidad cuando se oculta su nombre:

La mujer de Felipe Caro estuvo en la presentación del libro.



Carmen Reina estuvo en la presentación del libro.

De igual modo hay que evitar presentarlas con papeles secundarios y pasivos, como meras acompañantes y no como protagonistas:

El acto fue inaugurado por el decano de la Facultad que estuvo **acompañado** de la vicerrectora de ordenación académica.



El acto fue inaugurado por la vicerrectora de ordenación académica y el decano de la facultad.

- **Condición de inferioridad**

Los pares léxicos usados para referirnos a ambos sexos han de ser simétricos (*chicos/chicas, mujeres/hombres*) para evitar que las mujeres aparezcan como inferiores o infantilizadas:

Hoy, 25 de noviembre, Día internacional contra la violencia de género, vamos a tratar el tema del maltrato y contamos para ello con **dos hombres y dos chicas**.



Hoy, 25 de noviembre, Día internacional contra la violencia de género, vamos a tratar el tema del maltrato y contamos para ello con **dos hombres y dos mujeres**.

En el grupo de trabajo participan **tres varones y dos hembras**.



En el grupo de trabajo participan **tres varones/hombres y dos mujeres**.

- **Como grupo homogéneo**

En la mayoría de los reclamos publicitarios, títulos de investigaciones y de instituciones,... las mujeres aparecen conformando un grupo uniforme, como si todas tuvieran las mismas inquietudes e intereses. Es lo que sucede cuando se utiliza el singular *mujer* en vez de la forma plural *mujeres*:

La presencia **de la mujer** en la Universidad de Jaén.



La presencia **de las mujeres** en la Universidad de Jaén.

Centro de estudios **sobre la mujer**.



Centro de estudios **sobre las mujeres**.

7.6 Carencia de sistematicidad

Como explica la *Nueva gramática de la lengua española* (2009: 15), el orden que damos a los elementos oracionales responde, entre otras razones, al 'énfasis que otorga el hablante a los segmentos sintácticos que desea resaltar'. Al analizar los diversos discursos que se producen

en el ámbito académico, observamos que, cuando se hace referencia expresa a los dos sexos, se suele presentar en primer lugar el masculino, consolidando así la idea de que este sexo es prioritario con respecto al otro. Para evitar esta asociación lo mejor es alternar el orden:

Acudieron al acto **padres y madres, abuelos y abuelas, niños y niñas...**



Acudieron al acto **madres y padres, abuelos y abuelas, niñas y niños...**

7.7 Utilización de estereotipos

Un estereotipo es una imagen o idea simplificada y deformada de la realidad, que, a fuerza de repetirse, ha sido aceptada como una verdad indiscutible por un grupo o sociedad. Un estereotipo de género es la creencia comúnmente aceptada sobre las cualidades y características psicológicas y físicas de hombres y de mujeres. Por ejemplo: que a los varones les corresponde la ciencia, la razón y la lógica, mientras que a las mujeres la estética, la sensibilidad y la intuición; que las mujeres son habladoras, cariñosas y organizadas, mientras que los hombres son activos, fuertes y emprendedores; etc.

En el cuadro siguiente presentamos algunos de los estereotipos de género más comunes, que son la base de un sistema de valores y de creencias sobre el que las personas construyen sus identidades como hombres y mujeres:

Hombres	Mujeres
estabilidad emocional	inestabilidad
autocontrol	falta de autocontrol
dinamismo	pasividad
agresividad	ternura
dominio	sumisión
independencia	dependencia
racionalidad	intuición
valentía	miedo
fortaleza	debilidad
objetividad	subjetividad

El discurso académico debe estar libre de estereotipos de género, evitando etiquetar a las personas en función de su sexo. No hay que dar por sentado que las mujeres, por el mero hecho de ser mujeres, son dependientes, tiernas, ansiosas, sociables, habladoras, complicadas, sensibles, afectivas...; mientras que todos los hombres son independientes, asertivos, activos, competitivos, agresivos y dominantes.

Por ello hay que evitar que los mecanismos discursivos a la hora de describir los perfiles femeninos sean distintos a los que se utilizan para los masculinos, pues se advierte que aumentan los elementos lingüísticos valorativos y connotativos (como los adjetivos calificativos, los diminutivos...) cuando se trata de mujeres.

Por otra parte, sucede también que la mayoría de las informaciones sobre los hombres giran en torno a su trayectoria profesional, mientras que las de las mujeres se centran en su vida familiar. Además, estas suelen aparecer descritas por su aspecto físico, por su vestimenta, accesorios o peinado, en contextos donde estas cuestiones son nimias y restan protagonismo a su profesionalidad:

La rectora, que acudió a la toma de posesión **con un elegante traje de chaqueta**, dio un magnífico discurso.



La rectora, que acudió a la toma de posesión, dio un magnífico discurso.

Hoy, 8 de marzo, Día internacional de la mujer, vamos a hablar sobre la legislación sobre igualdad de género; contamos para ello con **dos bellas mujeres y dos expertos** en la materia.



Hoy, 8 de marzo, Día internacional de la mujer, vamos a hablar sobre la legislación sobre igualdad de género, contamos para ello con **dos expertas y dos expertos** en la materia.

8. EL TRATAMIENTO DE LAS IMÁGENES

Las imágenes presentan la realidad de un modo fragmentado y selectivo. Cuando imagen y texto están perfectamente trabados, es fácil descodificar la información, es decir, retener la imagen y el contenido verbal simultáneamente; sin embargo, si las imágenes no se corresponden fácilmente con lo que se nos cuenta, hay que hacer un gran esfuerzo interpretativo y puede que se pierda parte del contenido verbal o se malinterprete. Por esta razón, es tan importante que el texto se ajuste a las imágenes y viceversa.

La Universidad debe velar para que las imágenes que difunda a través de los múltiples formatos de los que dispone esté en consonancia con el discurso no sexista que hemos propuesto en esta guía. Si una oferta de trabajo dice *Se necesita personal de limpieza*, pero en la imagen solo aparecen limpiadoras, es fácil que interpretemos que se trata de un reclamo de trabajo solo para las mujeres.

8.1 Tipos de imágenes

Las imágenes pueden ser figurativas (si representan fielmente la realidad), simbólicas (si tienen alguna similitud) o abstractas (si su interpretación es convencional); generalmente son polisémicas y, dependiendo de la intención que persigan, pueden ser más denotativas (descriptivas) o más connotativas (asociadas a valores subjetivos).

Desempeñan distintas funciones con respecto al texto escrito: explicativa (si ayudan a la comprensión), verificativa (si favorecen la verificación), redundante (si hacen de refuerzo), sugestiva (si potencian la imaginación y la creatividad), estética (si producen nuevas sensaciones), recreativa (si poseen una finalidad lúdica), etc.

Los estudios de género han puesto de manifiesto la tendencia a utilizar imágenes de varones fundamentalmente para las tres primeras funciones (explicativa, verificativa y redundante), atendiendo al estereotipo de que los varones representan la autoridad; sin embargo, se suele recurrir más a los personajes femeninos cuando se trata de las funciones sugestiva, estética y lúdica.

Un tratamiento igualitario de la imagen debe utilizar indistintamente personas de uno u otro sexo independientemente de la función que persiga para evitar reforzar estereotipos caducos.

8.2 Tipos de planos

Los planos pueden ser de varios tipos según el encuadre y la aproximación de la cámara a la realidad:

- a) Gran plano general o plano de conjunto: presenta un gran escenario con muchos personajes en el que lo importante es mostrar el paisaje y el ambiente en el que están inmersos. La distancia entre cámara y objeto es muy grande.
- b) Plano general: presenta un escenario amplio en el que se distinguen bien los personajes y las acciones que realizan.
- c) Plano entero: presenta el cuerpo del personaje completo para mostrar la acción que está realizando.
- d) Plano americano o tres cuartos: presenta al personaje desde la cabeza hasta las rodillas, pues interesa la cara y las manos. Es ideal para mostrar una conversación o los movimientos de los personajes.
- e) Plano medio: presenta al personaje de cintura para arriba, con lo que podemos ver su vestimenta, la actividad que está realizando y situar la acción en un contexto.
- f) Primer plano: presenta la cara y hombros del personaje.
- g) Gran primer plano: presenta un rostro que ocupa toda la pantalla, destacando el gesto y la expresión de la cara.
- h) Plano de detalle: muestra en un gran tamaño una parte del personaje o de un objeto, sin sacar el contexto.

Los planos lejanos (gran plano general y plano general) tienen un valor descriptivo, pues se trata de describir a los personajes o el entorno; los planos intermedios (plano entero y americano) poseen un valor narrativo, pues se trata de mostrar la acción de los personajes; y los planos cercanos (plano medio, primer plano, gran primer plano y plano de detalle) poseen un valor expresivo, pues se trata de mostrar sus emociones.

Las imágenes publicitarias utilizan los planos cercanos para los personajes femeninos con muchísima más frecuencia que para los masculinos, debido a que el cuerpo de la mujer, embellecido y erotizado, y sobre todo algunas de sus partes (boca, pechos, piernas...), se emplea como estrategia de seducción para atraer las miradas.

En las imágenes universitarias, el encuadre y la aproximación de la cámara no se deben escoger según el sexo de los personajes retratados, sino en pro de la función que se pretenda conseguir, que no debe ser nunca minusvalorar a ningún tipo de persona.

8.3 Utilización de estereotipos

La angulación es la posición de la cámara con relación al referente, según la cual tenemos tres tipos:

- a) Ángulo normal: la cámara se sitúa a la misma altura que los ojos del personaje.
- b) Ángulo picado: se realiza un encuadramiento desde arriba hacia abajo, lo que hace que lo enfocado aparezca muy pequeño.
- c) Contrapicado: se engrandece el objeto o personaje, ya que la cámara lo encuadra de abajo arriba.

Es habitual que las mujeres sean tomadas con ángulo picado, lo que las disminuye, mientras que los varones son tomados con planos contrapicados, lo que les imprime importancia. Una imagen igualitaria debe cuidar de la disposición y presentación de sus personajes sin caer en este tipo de sesgo sexista.

8.4 Códigos lumínicos y cromáticos

La luz adquiere un valor expresivo cuando la usamos para crear determinadas atmósferas, para producir sensaciones, para resaltar alguna cosa o para suprimir formas. Por ejemplo, una iluminación suave proporciona una apariencia agradable a los personajes, mientras que una iluminación dura o de claro oscuro, que destaca los contornos mediante un fuerte contraste,

puede provocar una apariencia amenazadora.

Los colores que percibimos a través de las imágenes desempeñan también un papel fundamental, pues poseen un simbolismo que nos produce, de manera inconsciente, determinadas sensaciones:

- a) Los colores cálidos proporcionan un efecto estimulante y hacen que los espacios parezcan más grandes y cercanos: el blanco se asocia a la pureza, a la limpieza, a la calma; el amarillo sugiere vitalidad, alegría, diversión; el rojo connota pasión, dinamismo, agresividad...
- b) Los colores fríos producen un efecto sedante y hacen que los espacios parezcan más pequeños y lejanos: el azul simboliza cosas grandiosas e infinitas; el celeste relaja y connota frescor; el azul oscuro sugiere tristeza; el verde relaja y se asocia a la esperanza y a la vitalidad; el gris evoca tristeza, pobreza, frialdad; el negro simboliza el misterio, la muerte, la soledad, aunque se asocia también al dominio y la elegancia.

Los juegos de luces y colores que se emplean en las imágenes también pueden caer en sesgos sexistas, si asignamos, por ejemplo, los colores cálidos y alegres con las imágenes femeninas y los colores oscuros, que connotan seriedad, con lo masculino.

8.5 Códigos escenográficos y gestuales

A veces las imágenes siguen las pautas androcéntricas que hacen de los hombres los únicos representantes del género humano. La Universidad debe procurar la presencia equilibrada tanto de mujeres como de hombres en todas sus imágenes, ya sea para anunciar una actividad, un curso, una competición deportiva... y, más aún, si es algo referido a un área que está muy masculinizada o muy feminizada. Por ejemplo, si se convoca una competición deportiva y la imagen solo representa a chicos haciendo deporte, las chicas pueden sentirse excluidas de ese reclamo.

Otra parte importante en la conformación de la imagen son la escena elegida, los decorados, los objetos que aparecen, la indumentaria de los personajes..., todo lo cual debe estar acorde con el discurso que se emite. Concretamente los gestos de las personas representadas, la expresión facial (especialmente relevantes son la mirada y la boca) y la posición de las manos son claves para interpretar el mensaje icónico. Dependiendo de la intención, haremos que la persona que transmite el mensaje sea más llamativa que el mensaje en sí mismo, o, al revés, cuanto más neutrales son los gestos, la apariencia... más importancia adquirirá el mensaje escrito.

Mujeres y hombres deben recibir el mismo tratamiento, no solo en el discurso (como ya explicamos en el capítulo 7), sino también en sus representaciones visuales. En general, existe la tendencia a retratar a las mujeres de un modo más informal y familiar que a los hombres. Mientras que los varones muestran un gesto de satisfacción, actitud seria y seguros de sí mismos, las mujeres se presentan más cercanas, más infantiles, haciendo mohínes...

Por otra parte, los hombres suelen ser representados de una manera activa (en primer plano, de pie, mirando a la cámara...), mientras que las mujeres suelen aparecer más pasivas (brazos cruzados, miradas bajas, sentadas, en segundo plano...). Las imágenes emanadas de la Universidad deben representar a las personas de modo simétrico, promoviendo mujeres con iniciativa, como sujetos agentes y no como objetos.

La composición de la imagen transmite todo un código simbólico y nos sirve para dar o restar importancia a los elementos, por ello es importante no solo el número de personajes masculinos y femeninos que aparecen, sino también el lugar que asignamos a cada uno de ellos, quiénes van colocados en primer plano, quiénes miran hacia el frente, quiénes no, qué hacen con las manos, cómo están dispuestos (de frente, de espalda, de pie, sentados, flexionados).

8.6 Imágenes estereotipadas y sexistas

Todavía abundan las imágenes estereotipadas que asocian a los varones con el ámbito público y el ocio; mientras que a las mujeres con el ámbito privado y los asuntos emotivos y de interés humanitario (maternidad, responsabilidades domésticas y familiares). En contrapartida, conviene mostrar a las mujeres en ámbitos científicos y tecnológicos y no solo en las profesiones tradicionales (enfermeras, maestras o secretarias), así como a los hombres desempeñando tareas domésticas y cuidando de otras personas; sin añadir, en ningún caso, connotaciones jocosas que desvirtúen la corresponsabilidad.

En las ofertas de concursos, oposiciones y publicidad en general no solo habrá que cuidar que el vocabulario sea inclusivo, sino también que las imágenes favorezcan la pluralidad y no caigan en estereotipos de género. Es muy importante hacer visible la presencia del sexo menos representado en aquellos estudios o situaciones que suelen estar feminizadas o masculinizadas.

Es importante, además, que las imágenes no den por sentado la imposibilidad de un entendimiento entre los sexos, como si se tratara de dos grupos irreconciliables. Al contrario, las representaciones deben mostrar a mujeres y a hombres interactuando, promoviendo así la cooperación y el trabajo en equipo tanto en el ámbito doméstico (compartiendo las tareas y las responsabilidades familiares), como en el privado (compartiendo el tiempo de ocio, relaciones sociales, deportes), como en el público (compartiendo las tareas relacionadas con la vida económica, política y social).

Todas las imágenes emanadas desde el ámbito universitario deben respetar la dignidad y los derechos de mujeres y hombres y evitar cualquier discriminación o subordinación de un sexo con respecto al otro. En este sentido, se deben descartar las imágenes en las que se identifica a la mujeres con sus rasgos sexuales, haciendo hincapié en la sensualidad que puede emanar de su gestos, miradas, poses, etc., como supuesto modelo de deseo sexual. El prototipo que nos presenta la publicidad es el de una mujer joven, delgada y de clase media-alta (las demás son una excepción). Desgraciadamente, la apariencia del cuerpo femenino hace que muchos mensajes visuales presenten a las mujeres exitosas en virtud de lo bellas que son, están o se conservan y no en virtud de lo que son. Sin embargo, las imágenes derivadas de la institución universitaria deben representar mujeres reales, acordes con la diversidad que muestra la realidad académica, donde conviven personas de distintas edades, etnias, capacidades...

La violencia es injustificable en cualquiera de sus manifestaciones (física, verbal, psicológica...). Una de las más difíciles de detectar es precisamente la violencia simbólica, que se ejerce, por ejemplo, cuando aparecen las personas como objetos sexuales, cosificadas, animalizadas o en posturas vejatorias, o se presenta el cuerpo fragmentado y exhibido como objeto de deseo ante la mirada del público.

9. RECUERDA

Las imágenes que se difundan desde el ámbito universitario, acompañadas de un discurso carente de sexismo, ayudarán a la construcción de una sociedad igualitaria. Para ello conviene:

1. Incorporar la perspectiva de género desagregando por sexos.
2. Contar con expertas, pues el hecho de que sean varones la mayoría de las fuentes y las referencias contribuye a fomentar la idea de que la autoridad es masculina.
3. Hacer visibles a las mujeres en el discurso, cuidando no solo el fondo sino también la forma del mensaje, o lo que es lo mismo, empleando los procedimientos antisexistas de los que dispone nuestra lengua. De este modo, contrarrestaremos la sobrerrepresentación masculina.
4. Mostrar a las personas por sus funciones y éxitos profesionales, no por su apariencia física o detalles externos (vestimenta, peinado...).

5. Hacer que discurso e imagen sean coherentes.
6. Cuidar de que no haya sesgos sexistas en la composición de las imágenes, ni en los planos, ángulos, colores, luces, escenografía, gestos...
7. Huir de los estereotipos. Mostrar a las mujeres a través de las imágenes en aquellos ámbitos donde no suelen estar, por ejemplo, deportes o profesiones tradicionalmente masculinas; del mismo modo, hacer visibles a los hombres en el ámbito doméstico, cuidando de personas menores o mayores...
8. Promover la cooperación y el trabajo en equipo, evitando representar a hombres y mujeres como incompatibles.
9. Presentar a todas las personas con dignidad, ni cosificadas, ni animalizadas, ni como objetos sexuales, ni como seres subordinados, ni en situaciones o posturas denigrantes.
10. Representar seres reales, acordes con la diversidad de roles y formas de vida de ambos sexos en la realidad académica, donde conviven personas de distintas edades, etnias, capacidades, situación socioeconómica...

10. ANEXOS

10.1 Listado de cargos, ocupaciones y profesiones

Masculino

ABOGADO
ACADÉMICO
ACREDITADO
ADJUNTO
ADMINISTRADOR
ADMINISTRATIVO
AGENTE
AGREGADO
ANALISTA
ALUMNO
APAREJADOR
ARCHIVERO
ARQUEÓLOGO
ARQUITECTO
ASESOR
ASISTENTE
ASOCIADO
AUDITOR
AUTOR
AUXILIAR
AYUDANTE
BACHILLER
BEDEL
BECARIO
BIBLIOTECARIO
BIÓLOGO
CATEDRÁTICO
CIENTÍFICO
CODIRECTOR
CONSEJERO
CONSERJE
COORDINADOR
DECANO
DEFENSOR
DELEGADO
DELINEANTE

Femenino

ABOGADA
ACADÉMICA
ACREDITADA
ADJUNTA
ADMINISTRADORA
ADMINISTRATIVA
AGENTE
AGREGADA
ANALISTA
ALUMNA
APAREJADORA
ARCHIVERA
ARQUEÓLOGA
ARQUITECTA
ASESORA
ASISTENTE
ASOCIADA
AUDITORA
AUTORA
AUXILIAR
AYUDANTE
BACHILLER/BACHILLERA
BEDEL/BEDELA
BECARIA
BIBLIOTECARIA
BIÓLOGA
CATEDRÁTICA
CIENTÍFICA
CODIRECTORA
CONSEJERA
CONSERJE
COORDINADORA
DECANA
DEFENSORA
DELEGADA
DELINEANTE

Masculino

DIPLOMADO
DIRECTOR
DISCENTE
DISEÑADOR GRÁFICO
DOCTOR
DOCENTE
DOCUMENTALISTA
ECONOMISTA
EDITOR
EDUCADOR
EGRESADO
ENCARGADO
ENFERMERO
ESPECIALISTA
ESTUDIANTE
EXAMINADOR
FACULTATIVO
FARMACÉUTICO
FILÓSOFO
FÍSICO
FUNCIONARIO
GEÓGRAFO
GERENTE
GESTOR
GRADUADO
GRADUADO SOCIAL
HABILITADO
HISTORIADOR
INFORMÁTICO
INGENIERO
INSPECTOR
INTERINO
INTÉRPRETE
INTERVENTOR
INVESTIGADOR
JARDINERO
JEFE
JUEZ
LICENCIADO

Femenino

DIPLOMADA
DIRECTORA
DISCENTE
DISEÑADORA GRÁFICA
DOCTORA
DOCENTE
DOCUMENTALISTA
ECONOMISTA
EDITORA
EDUCADORA
EGRESADA
ENCARGADA
ENFERMERA
ESPECIALISTA
ESTUDIANTE
EXAMINADORA
FACULTATIVA
FARMACÉUTICA
FILÓSOFA
FÍSICA
FUNCIONARIA
GEÓGRAFA
GERENTE/GERENTA
GESTORA
GRADUADA
GRADUADA SOCIAL
HABILITADA
HISTORIADORA
INFORMÁTICA
INGENIERA
INSPECTORA
INTERINA
INTÉRPRETE
INTERVENTORA
INVESTIGADORA
JARDINERA
JEFE/JEFA
JUEZ/JUEZA
LICENCIADA

Masculino

LIMPIADOR
LINGÜISTA
LOGOPEDA
MAESTRO
MATEMÁTICO
MÉDICO
OFICIAL
PERITO
PRESIDENTE
PROFESOR
PROGRAMADOR
PSICÓLOGO
PUBLICISTA
QUÍMICO
RECTOR
RELACIONES PÚBLICAS
RESPONSABLE
SECRETARIO
SOCIÓLOGO
SUBALTERNO
SUBDIRECTOR
SUPERVISOR
TÉCNICO
TÉCNICO DE APOYO
TÉCNICO INFORMÁTICO
TESORERO
TITULADO
TRABAJADOR SOCIAL
TRADUCTOR
TUTOR
UNIVERSITARIO
VICECONSERJE
VICEDECANO
VICEGERENTE
VECEPRESIDENTE
VICERRECTOR
VICESECRETARIO
VIGILANTE

Femenino

LIMPIADORA
LINGÜISTA
LOGOPEDA
MAESTRA
MATEMÁTICA
MÉDICA
OFICIALA
PERITA
PRESIDENTA
PROFESORA
PROGRAMADORA
PSICÓLOGA
PUBLICISTA
QUÍMICA
RECTORA
RELACIONES PÚBLICAS
RESPONSABLE
SECRETARIA
SOCIÓLOGA
SUBALTERNA
SUBDIRECTORA
SUPERVISORA
TÉCNICA
TÉCNICA DE APOYO
TÉCNICA INFORMÁTICA
TESORERA
TITULADA
TRABAJADORA SOCIAL
TRADUCTORA
TUTORA
UNIVERSITARIA
VICECONSERJE
VICEDECANA
VICEGERENTE/VICEGERENTA
VICEPRESIDENTA
VICERRECTORA
VICESECRETARIA
VIGILANTE

10.2 Normativa y Legislación

Internacional:

- Resolución 14.1 aprobada por la Conferencia General de la UNESCO en 1987.
- Resolución 109 aprobada por la Conferencia General de la UNESCO en 1989.
- Recomendación N° R (90) 4 del Comité de Ministros del Consejo de Europa, 21 de febrero de 1990.
- Informe sobre el lenguaje no-sexista al Parlamento Europeo, 13 de febrero de 2008.

Nacional:

- Orden de 22 de marzo de 1995 del Ministerio de Educación y Ciencia por la que se adecua la denominación de los títulos académicos oficiales a la condición masculina o femenina de quienes los obtengan (*BOE* n.º 174 de 28 de marzo).
- Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres (*BOE* n.º 71 de 23 de marzo).
- Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, por la que se modifica la Ley Orgánica 6/2001 de 21 de diciembre de Universidades (*BOE* n.º 89 de 13 de abril).

Autonómica:

- Orden de 24 de noviembre de 1992, conjunta de la Consejería de Gobernación y de la Consejería de Asuntos Sociales de la Junta de Andalucía, sobre la eliminación del lenguaje sexista en los textos y documentos administrativos (*BOJA* n.º 126 de 5 de diciembre).
- Orden conjunta de 19 de febrero de 1993 de las Consejerías de la Presidencia y de Asuntos Sociales, por la que se dictan normas para el cumplimiento del principio de no discriminación por razón de sexo en el empleo de imágenes en la información y divulgación de la acción institucional de la Junta de Andalucía (*BOJA* n.º 24 de 6 de marzo).
- Instrucción de 16 de marzo de 2005, de la Comisión General de Viceconsejeros, para evitar un uso sexista del lenguaje en las disposiciones de carácter general de la Junta de Andalucía.
- Ley 12/2007, de 26 de noviembre, para la promoción de la igualdad de género en Andalucía (*BOJA* n.º 247 de 18 de diciembre).

11. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ACADEMIA ESPAÑOLA (2001): *Diccionario de la lengua española*, Madrid, Espasa Calpe.
- ACADEMIA ESPAÑOLA Y ASOCIACIÓN DE ACADEMIAS DE LA LENGUA ESPAÑOLA (2005): *Diccionario panhispánico de dudas*, Madrid, Santillana Ediciones Generales.
- ACADEMIA ESPAÑOLA Y ASOCIACIÓN DE ACADEMIAS DE LA LENGUA ESPAÑOLA (2009): *Nueva gramática de la lengua española*, Madrid, Espasa, 2 vols.
- ACADEMIA ESPAÑOLA Y ASOCIACIÓN DE ACADEMIAS DE LA LENGUA ESPAÑOLA (2010): *Ortografía de la lengua española*, Madrid, Espasa.
- LLEDÓ CUNILL, EULALIA (2002): *Recomendaciones para la redacción de un discurso académico libre de sexismo y androcentrismo*, Proyecto Lingua ADIEU.

Guías y manuales de lenguaje no sexista en la universidad

- Universidad del País Vasco (2008): *Guía para un uso no sexista de la lengua castellana y de imágenes en la UPV/EHU*, Dirección para la Igualdad de la UPV.
- Universidad de Valencia (2009): *Hacia la igualdad desde el lenguaje. Guía para un uso no sexista del lenguaje*, Unidad de Igualdad.
- Universidad de Granada (2010): *Guía de lenguaje no sexista*, Unidad de Igualdad.
- Universidad Politécnica de Madrid (2010): *Manual de lenguaje no sexista en la Universidad Politécnica de Madrid*, Unidad de Igualdad.
- Universidad Autónoma de Barcelona (2011): *Guía para un uso no sexista del lenguaje en la Universitat Autònoma de Barcelona*, Servicio de Lenguas de la UAB, Observatorio para la Igualdad de la UAB.
- Universitat Jaume I (2011): *Guía de tratamiento no sexista de la información y la comunicación en la Universitat Jaume I*, Unidad de Igualdad.
- Universidad de Alicante (2011): *Guía para un discurso igualitario en la Universidad de Alicante*, Unidad de Igualdad, Centro de Estudios sobre la Mujer.
- Universidad de Murcia (2011): *Guía de uso no sexista del vocabulario español*, Unidad para la Igualdad entre Mujeres y Hombres.
- Universidad de Cantabria (s.f.): *Guía de uso del lenguaje no sexista*, Vicerrectorado de Campus y Desarrollo Social.
- Universidad de Cantabria (2011): *Guía UC de Comunicación en igualdad*, Unidad de Igualdad.
- UNED (2012): *Guía de lenguaje no sexista*, Oficina de Igualdad.
- Universidad de Salamanca (2012): *Guía de igualdad. 1) Líneas básicas del plan de igualdad entre mujeres y hombres de la Universidad de Salamanca, 2) y de la utilización de un lenguaje inclusivo*, Unidad de Igualdad.



Susana Guerrero Salazar

Doctora en Filología Hispánica, es profesora titular del área de lengua de la Universidad de Málaga. Premio Extraordinario de Licenciatura y Premio Extraordinario de Doctorado. Es vicepresidenta del Patronato Ejecutivo de la Fundación Alonso Quijano y vocal de la Asociación de Estudios Históricos sobre la Mujer de la Universidad de Málaga (de la que ha sido vicepresidenta y presidenta).

Ha impartido conferencias y cursos de especialización en distintas universidades nacionales e internacionales. Sus principales líneas de investigación son la lexicología y el análisis del discurso. Es autora de numerosos artículos, colaboraciones en libros y reseñas sobre lengua española. De sus libros destacan: Voces comentadas del español actual (Sarriá, 2001), La parodia quevediana de los mitos. Mecanismos léxicos (Universidad de Málaga, 2002), La creatividad en el lenguaje periodístico (Cátedra, 2007). Es coautora también de Medios de comunicación y español actual (Aljibe, 2002), El lenguaje político español (Cátedra, 2002), Manual de lenguaje administrativo no sexista (Ayuntamiento de Málaga y AEHM, 2002), Guía para un uso igualitario del lenguaje administrativo (Diputación de Málaga, 2004), Guía para un uso igualitario del lenguaje en las corporaciones locales. "Hablemos en igualdad" (Diputación de Almería, 2006) y Guía para un uso igualitario del lenguaje periodístico (Diputación Provincial de Málaga, 2006).

Ha coordinado los libros Lengua española y medios de comunicación: Norma y uso (2005), Nacimiento y consolidación del Premio de Divulgación Feminista Carmen de Burgos (1993-2005) (VG Ediciones, 2007), Avanzando hacia la igualdad en las Ciencias Sociales (Diputación de Málaga, 2007), Nuevas tendencias de la lengua española en los medios de comunicación (VG Ediciones, 2008), Estudios actuales sobre lengua, literatura y su didáctica (VG Ediciones y UMA, 2009), Educar en igualdad en una sociedad mediática (Universidad de Málaga, 2011) y El discurso deportivo en los medios de comunicación (VG Ediciones, 2012).



unidad de **igualdad**
UNIVERSIDAD DE JAÉN



UNIVERSIDAD DE JAÉN



Instituto Andaluz de la Mujer
CONSEJERÍA DE LA PRESIDENCIA E IGUALDAD



Unión Europea

Fondo Social Europeo

Andalucía
se mueve con Europa