

**Guía orientativa para el uso  
igualitario del lenguaje y  
de la imagen en la  
Universidad de Málaga**

**Edita:**

UNIDAD DE IGUALDAD - VICERRECTORADO DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA DE LA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

**Autora:**

SUSANA GUERRERO SALAZAR

**Imprime:**

GRÁFICAS ANAROL S.L.

C/ Sal Marina, 2. Pol. Ind. Alameda 29006 - Málaga.

# ÍNDICE

Prólogo.....	05
Presentación .....	07
1. Compromiso de la Universidad ante el uso igualitario del lenguaje y de las imágenes.....	09
2. Marco legislativo.....	13
3. Sexismo social, sexismo lingüístico y regla de inversión.....	15
4. Alternativas al masculino genérico.....	16
5. El sustantivo <i>hombre</i> .....	28
6. Oficios, profesiones y cargos de responsabilidad.....	28
7. Duales aparentes.....	33
8. Principales sesgos sexistas en el discurso.....	34
9. Sexismo en las imágenes y regla de inversión .....	40
10. Principales sesgos sexistas en las imágenes.....	41

---

## ANEXOS

I. Recomendaciones para una situación comunicativa igualitaria.....	45
II. Recomendaciones para un tratamiento igualitario del lenguaje.....	46
III. Recomendaciones para un tratamiento igualitario de la imagen.....	48
IV. Listado de oficios, profesiones y cargos de responsabilidad.....	49
V. Bibliografía .....	52



## PRÓLOGO

La guía pretende ofrecer recursos y estrategias a quienes forman parte de la Universidad de Málaga, aspira a convertirse en una herramienta de trabajo útil que pueda ser utilizada como instrumento para revisar y redactar los documentos y ayudarnos a expresarnos en nuestros discursos.

Una herramienta de trabajo que nos acompañe en nuestra actividad docente, investigadora y de gestión.

Con la elaboración de esta guía, se pretende concienciar a la comunidad universitaria a utilizar un lenguaje no sexista, que como transmisor de conceptos y actitudes sociales, debe ser objeto de un adecuado uso que nos permita avanzar hacia una igualdad real entre mujeres y hombres, y de forma que las mujeres aparezcamos como personas con el mismo reconocimiento, los mismos valores y derechos que los hombres.

El lenguaje y la imagen, además de ser unos medios importantes por los que las personas se comunican y se relacionan, son un instrumento de transmisión de la realidad en la que vivimos.

A lo largo de las páginas se va desarrollando la idea de que la lengua castellana puede utilizarse de manera que promueva la equidad de hombres y mujeres tanto en el entorno docente, en el investigador o en el administrativo.

La finalidad es poner a disposición de sus lectoras y lectores la información necesaria para que su uso de la lengua española no refleje discriminación por razón de género, ni en el ámbito interno de la institución ni en muchas de las actividades que se organiza con y para personas ajenas a la Universidad.

La Universidad de Málaga como institución académica que tiene establecido como uno de sus valores la igualdad y en cuyo Plan Estratégico figura como uno de sus objetivos consolidar las políticas de igualdad entre mujeres y hombres pone a tu disposición este recurso que esperamos ayude a transmitir el compromiso con las políticas de igualdad de nuestra Institución y a visibilizar las aportaciones tanto de las mujeres como de los hombres que la conforman.

**Adelaida de la Calle Martín**

RECTORA DE LA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

## PRESENTACIÓN

Es un placer para el Instituto Andaluz de la Mujer presentar una publicación para el uso no sexista del lenguaje, un importante paso en el avance de nuestra sociedad hacia la igualdad real entre mujeres y hombres.

Son muchas las críticas que recibe el uso no sexista del lenguaje. Críticas que a veces se fundamentan en la falta de conocimiento sobre esta materia, o que, en otras muchas ocasiones, se basan en la plena conciencia del poder que tiene la palabra, el lenguaje, en el pensamiento de las personas y de toda la sociedad.

El lenguaje determina la estructura y la construcción de nuestra identidad, tanto personal como social. Con el lenguaje pensamos, interpretamos, comunicamos, sentimos y definimos. Es uno de los agentes de socialización más importantes, con el que la sociedad produce y reproduce roles.

El lenguaje ha sido un importante instrumento de canalización de la sociedad patriarcal durante siglos. Una sociedad que evoluciona, que poco a poco avanza hacia la igualdad, un avance que tiene también su reflejo, y su instrumento de cambio, en el mismo lenguaje. La lengua va adaptándose de forma paulatina a los cambios que impone la sociedad, y en materia de género no va a ser menos.

Hace más de medio siglo fueron los movimientos feministas quienes abrieron el debate para poner encima de la mesa que existía un lenguaje que excluía a las mujeres y que era necesario cambiar. Cuando las mujeres entraron en algunas profesiones, como la medicina, la abogacía, etc, nadie podía imaginar que se pudieran usar palabras como médica, abogada, arquitecta,... Hoy en día es una realidad absolutamente natural, lo que demuestra no sólo la flexibilidad y la capacidad evolutiva del lenguaje, sino también la necesidad de impulsar dicha evolución para visibilizar a las mujeres. Porque sólo se ve aquello que se nombra.

Es fundamental que la sociedad tome conciencia de los usos y expresiones que impiden la visibilización de la mujer. Y es imprescindible que instituciones como las universidades, factorías de conocimiento y saber, contribuyan a esa toma de conciencia.

La Universidad de Málaga produce una gran variedad de textos visuales y escritos. En todos ellos esta guía será de gran utilidad a la hora de transmitir conocimiento desde una perspectiva de género. Felicito por ello esta iniciativa, e invito a toda la comunidad universitaria a hacer uso de tan valioso instrumento de transformación.

**Silvia Oñate Moya**

DIRECTORA INSTITUTO ANDALUZ DE LA MUJER



# 1. COMPROMISO DE LA UNIVERSIDAD ANTE EL USO IGUALITARIO DEL LENGUAJE Y DE LAS IMÁGENES

El lenguaje es uno de los agentes de socialización más importantes, de modo que determina no solo la construcción de la identidad personal y colectiva, sino también la conducta social. En estrecha relación con nuestro pensamiento, el lenguaje nombra e interpreta la realidad en la que vivimos, es decir, la crea y la modela. Por ello, aunque cambiar algunos usos lingüísticos no va a llevar aparejados grandes cambios sociales, no hacerlo sí que puede repercutir en ralentizarlos, pues supone no dar visibilidad a las mujeres e insistir en el androcentrismo.

Desde los años setenta se ha ido forjando una amplia bibliografía generada por expertas lingüistas de distintas universidades que 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 de los medios de comunicación, etc.

A la vista de los usos sexistas detectados en estas investigaciones, se han propuesto alternativas que demuestran que el español es una lengua muy rica que dispone de recursos suficientes para mostrar en igualdad a mujeres y a hombres sin transgredir las normas gramaticales de nuestro idioma.

Las primeras guías de uso no sexista se editaron para la lengua inglesa en los años setenta, pero fue a finales de la década de los ochenta cuando este tipo de guías empiezan a proliferar en el resto de los países, incluido España, sobre todo a partir de que la UNESCO reivindicara el uso de un lenguaje que nombrara explícitamente a las mujeres (Resolución 14.1 y Resolución 109). Diversos organismos se hacen eco de sus propuestas y comienzan a emanar documentos que recomiendan que la igualdad comience por reflejarse a través de la lengua. Estos primeros trabajos se dirigieron, principalmente, al ámbito administrativo,

con el objetivo de que se incorporara un lenguaje igualitario en la práctica habitual de la administración pública, dando así cumplimiento a las distintas recomendaciones y normativas impulsadas desde Europa y cristalizadas, en principio, en los diversos planes de igualdad y, posteriormente, en la propia legislación española (Guerrero Salazar 2007).

Aunque las recomendaciones en español empiezan a editarse en los ochenta, no es hasta finales de la primera década del siglo XXI cuando surgen específicamente en el ámbito académico, sobre todo con la puesta en funcionamiento de las unidades de igualdad, que han sido sus principales impulsoras (Guerrero Salazar 2013). 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 duodécima, indica textualmente que «las universidades contarán entre sus estructuras de organización con unidades de igualdad para el desarrollo de las funciones relacionadas con el principio de igualdad entre hombres y mujeres».

Las guías y recomendaciones para el uso no sexista del lenguaje han estado rodeadas de polémica, sobre todo por parte de un sector que opina que este tipo de iniciativas están basadas en presupuestos ideológicos y suponen un intento de manipulación lingüística. El informe de Ignacio Bosque, «Sexismo lingüístico y visibilidad de la mujer», publicado en el *Boletín de Información Lingüística de la Real Academia Española (BILRAE)*, que apareció íntegramente el 4 de marzo de 2012 en el diario *El País*, deja claro su disconformidad con la existencia de estos trabajos. Este informe se basa en el análisis de nueve de estos, algunos de los cuales han sido creados desde y para el ámbito universitario (concretamente los de la Universidad de Granada, Universidad de Murcia, Universidad Politécnica de Madrid y UNED). De las guías analizadas, solo justifica la realizada por tres profesoras de la Asociación de Estudios Históricos sobre la Mujer de la Universidad de Málaga para el Ayuntamiento de Málaga (Ayala, Guerrero y Medina 2002), a la que el académico considera una excepción por ser la más completa y porque sus autoras son tres lingüistas.

Con la polémica suscitada en los medios de comunicación tras la aparición del informe académico, una serie de lingüistas firmaron un documento en apoyo a Ignacio Bosque. Inmediatamente después, el profesor Moreno Cabrera publicaba un documento denominado «Acerca de la discriminación de la mujer y de los lingüistas en la sociedad». Reflexiones críticas de J. C. Moreno Cabrera», que contraargumenta el informe y el manifiesto, pues, según él, no toman en cuenta los conceptos lingüísticos de *actuación* y *competencia*:

Las guías que se critican en el informe de la RAE y en este manifiesto no dejan lugar a dudas, por su título, de que se centran en la actuación y no en la competencia lingüística: *guía para un uso del lenguaje no sexista, guía de uso no sexista del lenguaje, propuestas para un uso no sexista del lenguaje*, son expresiones que aparecen en los títulos de algunas de estas guías. Por supuesto, que dichas guías hayan logrado sus propósitos de mejor o peor manera no contradice los

objetivos a los que se pretende llegar, que no son otros que recomendaciones sobre el uso de la lengua; es decir, sobre la actuación, no sobre la competencia lingüística. Estas guías ofrecen pautas de estilo discursivo, heterogéneas y más o menos detalladas, que intentan cumplir con un doble objetivo: de un lado, evitar los casos de ambigüedad en el uso del género gramatical, y de otro (y sobre todo), evitar un empleo discriminatorio de la lengua (para con la mujer, en este caso) en contextos donde existe demanda social u obligación de un trato igualitario de la ciudadanía, extensible a lo formal. Estas guías, por tanto, no son gramáticas descriptivas de una parte de la competencia lingüística del español. Sin embargo [...] se las critica inmerecidamente como si lo fueran.

Efectivamente, las guías solo aportan recomendaciones, lo que no ha de entenderse como una obligación, sino como sustituciones optativas. Cito textualmente a Moreno Cabrera:

[...] ninguna guía intenta cambiar la competencia gramatical, sino la actuación gramatical y, como todas las lenguas ofrecen diversas posibilidades de expresar lo mismo, se pide que se elija la menos ofensiva para aquellas personas que se puedan sentir discriminadas, que no tienen por qué ser todas.

Este es el espíritu de las recomendaciones de la Universidad de Málaga, que sigue la línea de otras instituciones prestigiosas relacionadas con la lengua española. Entre ellas, el Instituto Cervantes, que tiene como objetivo la promoción y enseñanza de nuestro idioma y la difusión de la cultura de España e Hispanoamérica, y que posee una magnífica *Guía de comunicación no sexista* (a la que, por cierto, no se nombra en el informe académico), en cuyo prólogo, redactado por Carmen Caffarel Serra, directora del Instituto Cervantes en el momento de la publicación, se explica:

Si lengua e ideología son ámbitos estrechamente relacionados, como los analistas críticos del discurso están poniendo de manifiesto, ha de aceptarse la capacidad de las lenguas para reflejar las ideas fundamentales de las colectividades que las hablan, así como para influir sobre ellas, incluidas las imágenes sociales referidas al sexo o al género. Por otro lado, la sociolingüística ha demostrado que el uso cotidiano de la lengua revela diferencias propiamente lingüísticas, de distinto grado y condición, entre hombres y mujeres, y que esas diferencias pueden funcionar como marcas de grupo que denotan percepciones sobre el género, por lo general acordes con las conductas y hábitos sociales de una época o una comunidad determinadas. Siendo así, una entidad como el Instituto Cervantes, destinada a la difusión de la lengua y la cultura, transmisora de una imagen de España y del mundo hispánico ligada al respeto y a la tolerancia, al tiempo que referente nacional e internacional en cuanto a la planificación del estatus social del español, no puede ser indiferente a los usos de la lengua española que reflejan y transmiten ideas y actitudes discriminatorias por razón de sexo o de género (Briz Gómez 2011: 13).

No cabe duda de que las lenguas evolucionan de acuerdo a las transformaciones sociales que van aconteciendo y, en este sentido, la presencia y las aportaciones de las mujeres en todos los ámbitos han ocasionado cambios que afectan a los usos lingüísticos. La Universidad no puede quedarse al margen de esta realidad. Se hace, por tanto, necesario **comunicar en igualdad**, es decir, fomentar una realidad comunicativa y de participación equilibrada que reduzca progresivamente la visión androcéntrica en el ámbito académico, pues una gestión inadecuada en las comunicaciones (escritas, orales, iconográficas o digitales) supone un obstáculo a la consecución de la igualdad definitiva, en la medida que se refuerzan roles y estereotipos sexistas.

Si lo que no se nombra ni se hace visible no existe, lo que se nombra o se visualiza mal constituirá un reflejo inadecuado de la sociedad. Es responsabilidad de la Universidad velar para que no se incurra en tratamientos desiguales o que afecten a la visibilidad real de mujeres y de hombres. Contribuir a evitar esto es el propósito de la presente guía, cuyo objetivo es proporcionar una serie de recomendaciones que eviten un empleo sexista de la lengua y de las imágenes emanadas de nuestra universidad. No es un reglamento ni se persigue con él ningún tipo de imposición, sino que se trata de presentar opciones normativas que, sin violentar nuestra lengua ni crear expresiones artificiosas, puedan orientar los usos lingüísticos en pro de conseguir una comunicación más igualitaria. En la misma línea, se aconsejan pautas para un tratamiento de las imágenes que represente por igual a mujeres y a hombres.

La Universidad de Málaga produce una gran variedad de textos visuales y escritos, tanto en el interior de su propia institución como en su relación con la sociedad en su conjunto o con personas concretas (correos electrónicos, impresos, encuestas, matrículas, normativas, reglamentos, estatutos, nombramientos, convenios, convocatorias, tesis, artículos, libros, guías docentes, memorias, exámenes, noticias, anuncios, documentos audiovisuales, material didáctico, etc.). Cada uno de estos textos posee particularidades específicas en cuanto a su forma y estilo, y varían considerablemente según su finalidad, público o autoría. En un trabajo como el que presentamos, que pretende ser breve y didáctico, resulta inabarcable abordar el uso incluyente del lenguaje y de las imágenes en cada uno de estos documentos. Por tanto, trataremos de modo general los conceptos fundamentales relacionados con el sexismo lingüístico, discursivo y visual, entendiendo que las soluciones que proponemos no han de entenderse como fórmulas que puedan aplicarse sistemáticamente en todos los casos por igual; sino que el contexto será determinante a la hora de optar por un procedimiento u otro. Hemos marcado con un asterisco (\*) únicamente los ejemplos incorrectos.

Estas recomendaciones tratan de dar respuesta a una demanda de una parte de la comunidad universitaria malagueña que, bien por dar cumplimiento a la legislación vigente o bien por convicción ideológica, quiere emplear usos lingüísticos e iconográficos más acordes con una sociedad que avanza hacia la igualdad. Se trata de una herramienta de consulta que

pretende mostrar de forma ágil y práctica todos los recursos disponibles para adquirir hábitos comunicacionales igualitarios y respetuosos hacia mujeres y hombres. Para ello nos hemos marcado dos objetivos específicos:

1. Hacer visible la presencia de las mujeres tanto en los mensajes como en las imágenes.
2. Propiciar que tanto las imágenes como los mensajes emitidos desde cualquier ámbito de la Universidad de Málaga no incurran en sesgos sexistas.

## 2. MARCO LEGISLATIVO

La presente guía es fruto, además del compromiso de la Universidad de Málaga a contribuir a una sociedad más igualitaria, del interés por dar cumplimiento a las normativas internacionales, nacionales y autonómicas. No podemos olvidar que la revisión del lenguaje y de las imágenes es la primera actividad transversal propuesta por la Unión Europea para iniciar los procesos de igualdad, internos y externos, en las organizaciones.

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.

El artículo 4 de la *Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de medidas de protección integral contra la violencia de género* dice en el punto 7:

Las Universidades incluirán y fomentarán en todos los ámbitos académicos la formación, docencia e investigación en igualdad de género y no discriminación de forma transversal.

Por su parte, la *Ley orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres*, dice en el artículo 25:

1. En el ámbito de la educación superior, las Administraciones públicas en el ejercicio de sus respectivas competencias fomentarán la enseñanza y la investigación sobre el significado y alcance de la igualdad entre mujeres y hombres.
2. En particular, y con tal finalidad, las Administraciones públicas promoverán:
  - a) La inclusión, en los planes de estudios en que proceda, de enseñanzas en materia de igualdad entre mujeres y hombres.
  - b) La creación de postgrados específicos.
  - c) La realización de estudios e investigaciones especializadas en la materia.

Esta Ley incluye como uno de los criterios generales de actuación de los poderes públicos «la implantación de un lenguaje no sexista en el ámbito administrativo y su fomento en la totalidad de las relaciones sociales, culturales y artísticas».

La *Ley 12/2007, de 26 de noviembre, para la promoción de la igualdad de género en Andalucía* incide en la necesidad inminente de erradicar el sexismo lingüístico y visual para avanzar hacia la igualdad:

Artículo 4.10. Principios generales.

10. La adopción de las medidas necesarias para eliminar el uso sexista del lenguaje, y garantizar y promover la utilización de una imagen de las mujeres y los hombres, fundamentada en la igualdad de sexos, en todos los ámbitos de la vida pública y privada.

Artículo 9. Lenguaje no sexista e imagen pública.

La Administración de la Junta de Andalucía garantizará un uso no sexista del lenguaje y un tratamiento igualitario en los contenidos e imágenes que utilicen en el desarrollo de sus políticas.

Capítulo VII

Artículo 57. Imagen de la mujer y del hombre

1. Los poderes públicos de Andalucía promoverán la transmisión de una imagen igualitaria, plural y no estereotipada de los hombres y de las mujeres en todos los medios de información y comunicación, conforme a los principios y valores de nuestro ordenamiento jurídico y las normas específicas que les sean de aplicación.
2. A tales efectos se considerará ilícita [...] los anuncios que presenten a las mujeres de forma vejatoria, bien utilizando particular y directamente su cuerpo o partes del mismo como mero objeto desvinculado del producto que se pretende promocionar, su imagen asociada a

comportamientos estereotipados que vulneren los fundamentos de nuestro ordenamiento, coadyuvando a generar la violencia [...].

A la vista de estos fragmentos, comprobamos que es un imperativo legal que el lenguaje y las imágenes emanadas desde la Universidad no incurran en ningún sesgo sexista.

### 3. SEXISMO SOCIAL, SEXISMO LINGÜÍSTICO Y REGLA DE INVERSIÓN

Según la definición del diccionario académico, *sexismo* es la ‘discriminación de personas de un sexo por considerarlo inferior al otro’. Entendemos, por tanto, la expresión *sexismo lingüístico* como la discriminación que sufre un sexo con respecto al otro debido a los usos lingüísticos empleados.

La lengua española no es sexista en sí misma, aunque podamos incurrir en usos lingüísticos sexistas, que, si queremos, podemos evitar sin agredir las reglas gramaticales. Se trata de optar por otras posibilidades expresivas que ofrece nuestro idioma.

No debemos confundir sexismo lingüístico con sexismo social:

- A veces empleamos nuestra lengua simplemente para describir una realidad que puede ser sexista. A esto llamamos **sexismo social**:
  - \* *El Consejo está compuesto por 20 varones y 2 mujeres.*
  - \* *El diagnóstico de igualdad de género de la UMA revela que la plantilla de PDI está compuesta mayoritariamente por hombres.*
- Otras veces, sin embargo, son las palabras o estructuras elegidas para elaborar un discurso las que resultan discriminatorias. A esto llamamos **sexismo lingüístico**:

*\*Las **mujeres universitarias** secundaron la huelga.*

*Las universitarias secundaron la huelga.*

*\*A la inauguración del curso asistieron solo **dos profesores y dos mujeres** del Departamento de Filología Española II y Teoría de la Literatura.*

*A la inauguración del curso asistieron solo dos profesores y dos profesoras del Departamento de Filología Española II y Teoría de la Literatura.*

Para detectar el sexismo lingüístico resulta de gran utilidad la **regla de inversión**, que consiste en invertir todas las referencias sexuadas (si hay un término en masculino, cambiarlo a su correspondiente femenino, y viceversa). Si la frase resulta inadecuada o extraña, como ocurre con el ejemplo siguiente, será porque partíamos de una construcción que no era apropiada:

\*Las **mujeres universitarias** secundaron la huelga.

\*Los **hombres universitarios** secundaron la huelga.

Si lo natural en nuestra lengua es decir *Los universitarios secundaron la huelga*, lo lógico será decir *Las universitarias secundaron la huelga*.

Al aplicar la regla de inversión nos puede ocurrir que no encontremos un término equivalente para designar al otro sexo. Estos **vacíos léxicos** revelan roles y estereotipos de género muy interesantes. Así ocurre con *primera dama*, *ama de casa* o *maruja*, que solo se han acuñado en femenino (aunque empieza a utilizarse *\*amo de casa* y *\*marujo*); de igual modo, *cabeza de familia*, *hombría*, *caballerosidad*, *mujeriego* o *soltero de oro* se refieren a los hombres exclusivamente.

## 4. ALTERNATIVAS AL MASCULINO GENÉRICO

El género gramatical es una marca de concordancia entre las palabras. 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.

Los sustantivos referidos a personas se clasifican según el género gramatical en cuatro clases:

- a) Variables, de doble terminación o con marca de género: son aquellos que presentan marcas explícitas para el masculino y para el femenino (*alumno/alumna*, *héroe/heroína*, *alcalde/alcaldesa*, *rector/rectora*, *actor/actriz*, *sacerdote/sacerdotisa*...).
- b) Comunes en cuanto al género: son sustantivos invariables, por tanto, es la concordancia con otros elementos oracionales la que indica el género gramatical (*la periodista/el periodista*, *ese cantante/esa cantante*, *cualificada logopeda/cualificado logopeda*...).



- c) Heterónimos: una palabra distinta marca cada uno de los géneros (*macho/hembra, hombre/mujer, madre/padre, matriarca/patriarca, madrina/padrino, nuera/yerno...*).
- d) Epícenos: son sustantivos que, con independencia de su género gramatical, se refieren a ambos sexos (*persona, personaje, víctima, vástago, criatura, ser...*).

En español, el género gramatical masculino está considerado como el género no marcado, y se utiliza, por un lado, como específico, es decir, para designar al sexo masculino; por otro, como genérico, esto es, incluyendo a los dos sexos:

Específico: *Las alumnas suelen tener mejores expedientes que los **alumnos**.*

Genérico: *La huelga de **alumnos** está convocada para el próximo miércoles.*

Frente a este doble valor del masculino en español, el femenino solo tiene un uso, el específico, ya que únicamente puede emplearse referido a las mujeres, por eso se dice que posee un sentido restrictivo. Es lo que sucede en el siguiente ejemplo, donde los alumnos quedan excluidos:

*Las **alumnas** se han puesto en huelga.*

Hay contextos en que el masculino genérico funciona perfectamente y resulta muy útil por economía lingüística, como sucede con *los ganadores* en el siguiente ejemplo, en el que los sujetos (*Ana y Marco*) están suficientemente identificados y no es necesario el desdoblamiento (*ganadora y ganador*):

*\*Ana y Marco son **la ganadora y el ganador** del concurso literario.*

*Ana y Marco son **los ganadores** del concurso literario.*

Sin embargo, el uso sistemático del masculino genérico puede ocasionar la ocultación de las mujeres, la ambigüedad en la interpretación de las frases e incluso enunciados sexistas, sobre todo cuando sucede el denominado “**salto semántico**”, que consiste en que un vocablo con apariencia de genérico (esto es, se le supone que incluye a hombres y a mujeres) revela más adelante que su valor era específico (solo incluía a los varones):

*\*El 75% de **los alumnos** asiste a clase; sin embargo, **las alumnas** asisten en un 95%.*

*El 75% de **los alumnos varones** asiste a clase; sin embargo, **las alumnas** asisten en un 95%.*

En el caso concreto de documentos cerrados, cartas o correos electrónicos personalizados debemos escribir en masculino o en femenino según el sexo de la persona a la que nos dirijamos. Si, por el contrario, se trata de un documento abierto o un correo electrónico masivo, utilizaremos, en la medida de lo posible, las recomendaciones generales que vamos a ver a continuación para evitar el masculino genérico, sobre todo si la economía lingüística que supone su empleo entra en conflicto con la claridad informativa, genera ambigüedad u oculta a las mujeres. Será preferible evitarlo fundamentalmente en discursos de carácter público con gran repercusión social.

Nuestra lengua es suficientemente rica y posee estrategias para, sin faltar en lo más mínimo a la gramática, no incurrir en las imprecisiones que a veces produce el uso del masculino genérico. A continuación, presentamos algunas alternativas a dicho uso, 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 tipo de texto y el contexto serán fundamentales a la hora de optar por un procedimiento u otro, teniendo en cuenta, además, que el resultado no debe atentar contra la naturalidad y la coherencia discursivas ni resultar artificioso o difícilmente legible.

### ALTERNATIVAS GRÁFICAS: ARROBA, BARRAS Y GUIONES

La **arroba (@)** es un símbolo, no un signo lingüístico, por tanto, como no se puede leer, no debe emplearse en ningún texto cuya finalidad sea la lectura. Su uso se está implantando en textos breves de carácter informal, dirigidos a gente joven, sobre todo en el espacio digital, en el ámbito de las comunicaciones y de la publicidad (encabezamiento de correos electrónicos, iconos o enlaces electrónicos, carteles, circulares, propaganda, anuncios, logotipos...). Sin embargo, en textos académicos no tiene cabida.

*Tod@s contra la violencia de género*

Las **barras (/)** y el **guion (-)**, por su economía gráfica, muestran rápidamente la presencia de los dos géneros. Sin embargo, como no es posible su lectura y, además, el abuso de estas alternativas produce textos farragosos desde el punto de vista gráfico, se aconseja su utilización únicamente en impresos, formularios y otros textos esquemáticos (tablas, listas...), cuya finalidad es ser rellenados. También son útiles en el encabezamiento de las cartas y correos electrónicos.

*D./D.<sup>a</sup> .....con DNI.....autoriza a D./D.<sup>a</sup>.....*

*Queridos/as amigos/as:*

Uno de los problemas más usuales que afecta al uso de estos signos gráficos es la falta de sistematicidad, pues se olvida que deben aplicarse a todos los elementos concordados. Esto puede crear problemas a la hora de interpretar el texto. Lo adecuado sería que los cuestionarios que se realizan a través de la página web de una entidad determinada se adapten automáticamente en sus concordancias de género una vez marcado el sexo de la persona que está rellenando el formulario.

En cuanto al modo correcto de usar estos signos gráficos hay que saber lo siguiente:

- La barra puede alternar con el guión y con los paréntesis: *Estimadas-os compañeros-as*; *Estimados(as) compañeros(as)*; *Estimados/as compañeros/as*.
- Se escriben siempre sin espacio de separación previo ni posterior: *Bienvenidos-as*.
- El orden de aparición de cada marca gramatical en el doblete es opcional: *Queridas/os amigas/os*.
- Cuando la forma femenina no presenta variaciones gráficas respecto de la masculina, aquella se forma con la última vocal: *alumno/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 afecta a una forma contracta debe emplearse de modo correcto: *Datos **del/de la** contribuyente*.

Como regla general, en los impresos, siempre que podamos, es mejor optar por soluciones sin variación de género como las que proponemos a continuación:

*Sr./Sra., D./D.ª:* ▶ *Nombre y apellido:*

*Nacido/a en:* ▶ *Lugar de nacimiento:*

*Domiciliado/a en:* ▶ *Domicilio:*

*El/la interesado/a* ▶ *Persona o entidad interesada*

*El solicitante* ▶ *Solicitante*

*Nivel de estudios: licenciado/diplomado* ▶ *Nivel de estudios: licenciatura/diplomatura*

*Titulado/a en:* ▶ *Con titulación en*

*Categoría profesional: director, administrativo* ▶ *Categoría profesional: dirección de empresa, personal administrativo*

## DESDOBLAMIENTOS O DUPLICACIONES

El uso de desdoblamientos o duplicaciones (*profesores y profesoras, alumnas y alumnos*) es un procedimiento muy conocido y recurrente (aunque también 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.

Aunque 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 y cuando no dispongamos de otro recurso más económico, ya que tienen la desventaja de ser muy repetitivos y lentificar el discurso. Por ello, su empleo, por razones estilísticas, debe ser esporádico, pues, a diferencia de las demás alternativas que vamos a proponer, el abuso de esta recarga el texto, desluciendo el estilo. Conviene, por tanto, no desdoblar dos categorías que se empleen de manera consecutiva, como sucede en el siguiente ejemplo:

*\*Trabajadores y trabajadoras desempleados y desempleadas.*

*Trabajadores y trabajadoras en desempleo.*

En determinados contextos, sin embargo, el uso del desdoblamiento se hace necesario, como indica la *Nueva gramática de la lengua española* (Academia Española 2009: 87):

[...] 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*.

Dado que las formas desdobladas tienen la ventaja de hacer visibles a las mujeres de modo muy explícito, resultan muy útiles en determinadas situaciones:

- a) En ciertos usos vocativos en los que se interpreta como señal de cortesía, como en los saludos protocolarios al comienzo de un discurso o de una conferencia (*damas y caballeros, señoras y señores, amigas y amigos*), de una carta, evento social o correo electrónico (*Estimado señor, estimada señora*), etc. En general, en aquellas situaciones en las que apelamos directamente a la audiencia (agradecimientos, saludos, despedidas, peticiones...), sobre todo si las personas están presentes:

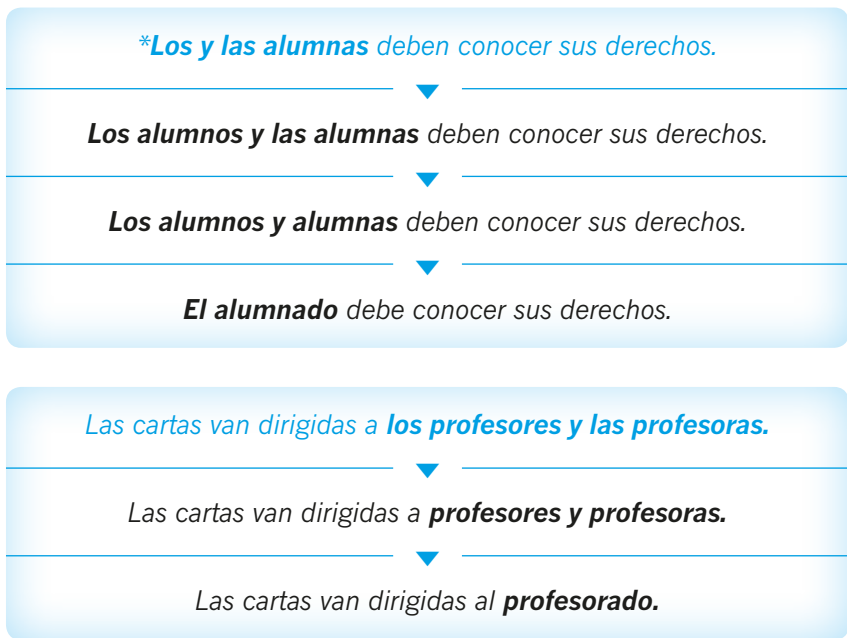
*Muchas gracias, **amigas y amigos**, por vuestra participación en este seminario.*

- b) Cuando nombramos cargos, profesiones u oficios tradicionalmente ocupados por hombres, ya que el uso del desdoblamiento ayuda a romper la asociación estereotipada:

La función principal del **rector o rectora** es representar a su Universidad.  
 Se convocan dos plazas de **planchadoras o planchadores**.  
 Curso **fumigador/fumigadora**.  
 En este tema estudiaremos a los **científicos y científicas** más relevantes del último año.

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 utilizan construcciones incorrectas o agramaticales como *\*las y los ciudadanos* o *\*las 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. Su uso se justifica como medio para evitar la pesadez que produce la duplicación completa (*las profesoras y los profesores*). Solo podría aceptarse como válida en la coordinación de sustantivos comunes en cuanto al género (*los y las representantes, las y los colegas*).

Para evitar el exceso de duplicaciones, en algunos casos, se pueden suprimir algunos artículos, pero siempre, si hay algún recurso que evite la forma desdoblada, conviene usarlo:



Según la norma gramatical, los adjetivos concuerdan en masculino cuando los sustantivos coordinados son de género distinto (*Raúl y Carmen son muy distintos*). En estos casos el masculino genérico no genera ningún tipo de problema, sin embargo, hacer un desdobra-

miento del adjetivo sería incorrecto (\*Raúl y Carmen son muy distinto y muy distinta). Siempre que sea posible puede cambiarse por un adjetivo invariable:

*Raúl y Carmen son muy **distintos**.*

*Raúl y Carmen son muy **diferentes**.*

Una recomendación relacionada con el uso de las formas desdobladas es la de alternar el orden de presentación, pues si antepone el masculino al femenino damos prioridad a un género con respecto al otro, contribuyendo así a fijar simbólicamente la jerarquización social que subordina lo femenino a lo masculino:

***Profesores y profesoras, alumnos y alumnas, padres y madres** se unieron al homenaje de las víctimas.*

***Profesoras y profesores, alumnas y alumnos, madres y padres** se unieron al homenaje de las víctimas.*

## ACLARACIONES

Otra opción para desambiguar un masculino es, como indica la *Nueva gramática de la lengua española* (Academia Española 2009: 87), introducir alguna apostilla o un modificador restrictivo que aclare que se incluye a mujeres y a hombres:

*Debatirán expertos en Aeronáutica militar, **tanto hombres como mujeres**.*

*Participarán en el partido de fútbol empleados **de ambos sexos**.*

## PERÍFRASIS

A diferencia de los desdoblamientos, las construcciones perifrásticas no recargan el texto ni deslucen el estilo. Casi todos los masculinos pueden intercambiarse por esta alternativa: *los docentes* por *el equipo docente*, *los investigadores* por *el equipo investigador*, *los lectores* por *el público lector*, *los médicos* por *el personal médico*, *los políticos* por *la clase política*, *los andaluces* por *el pueblo andaluz...*

***Los interesados** deben enviar su currículum.*

***Las personas interesadas** deben enviar su currículum.*

*Jornadas de orientación laboral para **psicólogos**.*

*Jornadas de orientación laboral **en el campo de la Psicología**.*

*Curso de postgrado para **titulados superiores** en Prevención de Riesgos laborales.*

*Curso de postgrado para **personas con titulación superior** en Prevención de Riesgos Laborales.*

*Se tomará en cuenta la opinión de **los expertos**.*

*Se tomará en cuenta la opinión de las **personas expertas**.*

## SUSTANTIVOS COLECTIVOS Y ABSTRACTOS

Siempre que el contexto lo permita, como alternativa al masculino genérico podemos usar sustantivos colectivos y abstractos, que son los que representan a una colectividad sin marcar el sexo del referente y con independencia del género gramatical asignado. No todos los masculinos genéricos poseen su correspondiente sustantivo colectivo o abstracto y, aunque existan, no siempre son intercambiables. Por tanto, esta alternativa será válida siempre y cuando el contexto permita el cambio sin que el sentido varíe:

*Los **empresarios malagueños** y la UMA firman un convenio.*

*El **empresariado malagueño** y la UMA firman un convenio.*

## PALABRAS NO MARCADAS

Para construir un texto inclusivo, resultan muy útiles las palabras que no tienen marca de género, y que, por tanto, no se asocian a ningún sexo. Así sucede con los sustantivos comunes en cuanto al género y con una serie de pronombres, adjetivos y determinantes invariables que vamos a ver a continuación:

- Sustantivos comunes en cuanto al género:

*Podrán asistir **alumnos** y **profesores** de todas las facultades.*

*Podrán asistir **estudiantes** y **docentes** de todas las facultades.*

La Universidad de Málaga tiene más de **36 000 alumnos**.

La Universidad de Málaga tiene más de **36 000 estudiantes**.

- Adjetivos invariables:

**Distintos** ponentes intervendrán en el coloquio. **Dichos** ponentes serán especialistas en la materia.

**Diferentes** ponentes intervendrán en el coloquio. **Tales** ponentes serán especialistas en la materia.

- Pronombres sin marca de género:

Curso de inglés orientado a **candidatos** que quieran obtener el nivel B2.

Curso de inglés orientado a **quienes** quieran obtener el nivel B2.

¿**Alguno** quiere participar en el proyecto?

¿**Alguien** quiere participar en el proyecto?

**Ninguno** se ha presentado a la revisión.

**Nadie** se ha presentado a la revisión.

**Los que** asistan al curso recibirán un certificado.

**Quienes** asistan al curso recibirán un certificado.

- Determinantes sin marca de género:

Podrá acceder al campus virtual **todo estudiante** de la Universidad de Málaga.

Podrá acceder al campus virtual **cualquier estudiante** de la Universidad de Málaga.



*Todos los* participantes en el curso recibirán un certificado.

**Cada** participante en el curso recibirá un certificado.

El reglamento se dirige a **los voluntarios** y recoge los deberes y obligaciones de **los mismos**.

El reglamento se dirige al **voluntariado** y recoge **sus** deberes y obligaciones.

## OMISIÓN DE TÉRMINOS MASCULINOS INNECESARIOS

En muchas ocasiones las redacciones pueden simplificarse, omitiendo masculinos innecesarios en situaciones como las siguientes:

- Delante de los sustantivos comunes en cuanto al género. Es un buen recurso sobre todo en titulares, anuncios breves, formularios...:

*El curso está dirigido especialmente a los profesionales de los medios de comunicación.*

*El curso está dirigido especialmente a **profesionales** de los medios de comunicación.*

*Formación dirigida a los responsables de área.*

*Formación dirigida a **responsables** de área.*

- Los pronombres personales (sobre todo la forma *nosotros* del denominado plural de modestia), bastante frecuentes en el discurso académico, pueden eliminarse en la mayoría de los casos, puesto que mediante la desinencia verbal ya se indica que se trata de una primera persona del plural:

***Nosotros** promovemos la formación universitaria.*

*Promovemos la formación universitaria.*

- Muchos sujetos en masculino pueden sustituirse por otras estructuras siempre y cuando no se cambie el sentido originario. En las instrucciones para acceder a los diferentes ser-

vicios que proporciona la UMA conviene evitar sustantivos como *usuarios, alumnos, profesores...* y emplear términos más inclusivos o estructuras más neutras (como las oraciones impersonales con *se*):

Como **todos** sabemos...

Como sabemos.../Como **se** sabe...

Es imprescindible que **los interesados** acudan personalmente.

Es imprescindible acudir personalmente.

Si **el usuario** entrega la documentación fuera de plazo, tendrá que pagar una multa.

Si **se** entrega la documentación fuera de plazo, **se** tendrá que pagar una multa.

**Los alumnos propusieron** soluciones alternativas.

**Se propusieron** soluciones alternativas por parte del alumnado.

**Uno** puede presentar la documentación telemáticamente.

**Se** puede presentar la documentación telemáticamente.

## CAMBIOS EN LA REDACCIÓN:

**Todos** suspendieron.

**Nadie** aprobó.

En la clausura del seminario, **todos recibieron** un diploma.

En la clausura del seminario, **nadie se quedó** sin diploma.

*Bienvenidos al curso on-line Cómo leer la publicidad.*

*Os damos la bienvenida al curso on line Cómo leer la publicidad.*

*Se recomienda a los usuarios que utilicen el aula digital.*

*Recomendamos que se utilice el aula digital.*

*Si **el solicitante** abre el documento con una versión anterior de Adobe...*

*Si **usted** abre el documento con una versión anterior de Adobe...*

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

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

*El profesor está obligado a acatar la normativa de la Junta de Facultad.*

*El profesorado tiene la obligación de acatar la normativa de la Junta de Facultad.*

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

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

*Rogamos **estén atentos**.*

*Rogamos **presten atención**.*

***Hazte socio** y recibirás gratuitamente el boletín informativo.*

***Asóciate** y recibirás gratuitamente el boletín informativo.*

## 5. EL SUSTANTIVO HOMBRE

El sustantivo *hombre* posee dos significados fundamentales (el contexto, como siempre, nos ayuda a saber qué significado es el correcto):

a) Como específico, solo referido a los varones:

*Aumenta el número de **hombres** que solicitan la baja paternal.*

b) Como genérico, incluyendo a hombres y a mujeres:

*Antes de estudiar el fundamento ontológico del **hombre** es preciso comprender qué es ontología.*

Si la frase no está bien contextualizada, el término *hombre* puede resultar ambiguo y dar lugar a errores en la interpretación, como sucede en la siguiente frase, en la que podemos dudar sobre si se está refiriendo al ser humano o al varón:

*En los últimos tiempos los hombres han evolucionado mucho.*

Nuestra lengua 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*).

## 6. OFICIOS, PROFESIONES Y CARGOS DE RESPONSABILIDAD

Debido a la incorporación de las mujeres a oficios, profesiones y cargos de responsabilidad tradicionalmente desempeñados por hombres, en los últimos años se han producido nuevas feminizaciones (*bombrera, torera...*) y cambios en los significados de algunas formas femeninas ya existentes (*alcaldesa* ha pasado de ser la ‘mujer del alcalde’ a la ‘mujer que preside un ayuntamiento’). La *Nueva gramática de la lengua española* (Academia española 2009: 105) constata estas transformaciones:

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 [...].

Como regla general, la Real Academia Española recomienda feminizar y masculinizar los términos que aludan a oficios y profesiones, manteniendo inalterados los sustantivos de una sola terminación (*el bachiller/la bachiller, el canciller/la canciller*), 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.*).

Así pues, los títulos o certificados deben adecuarse al sexo de las personas que los obtengan, como se constata en la *Orden de 22 de marzo de 1995 del Ministerio de Educación y Ciencia*, en la que se ofrece un listado de las formas correctas en género gramatical femenino (BOE, 28.3.1995), 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

Los nombres de cargos militares funcionan como sustantivos comunes en cuanto al género: *el/la soldado, el/la cabo, el/la sargento, el/la brigada, el/la teniente, el/la general, el/la capitán...*

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...”.

A pesar de que la Academia recomienda las feminizaciones de los sustantivos de doble terminación, se observan ciertas reticencias en el uso, que pueden deberse a varias razones:

- a) Al prestigio que se le presupone a la forma masculina, lo cual hace que algunas personas prefieran *\*la abogado a la abogada*, a pesar de ser esta última la forma correcta, como observamos en la siguiente entrada tomada 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*.

- b) A que a veces la forma feminizada resulta extraña y poco familiar, debido a que son términos de aplicación muy reciente (*médica, arquitecta...*); será el uso continuado lo que hará que estas formas nos suenen habituales, como lo son aquellas que hacen referencia a profesiones que tradicionalmente han desempeñado las mujeres (*maestras, enfermeras, secretarias...*):

**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*.

- c) A la homonimia o coincidencia de la forma femenina de algunos sustantivos de persona con los nombres de la ciencia, artes o disciplinas. La *Nueva gramática de la lengua española* (Academia Española 2009: 57) dice al respecto:

El hecho de que los sustantivos femeninos de persona que coinciden con nombres de ciencias, artes o disciplinas puedan dar lugar a dos interpretaciones no es óbice para que no se recomiende su uso: *física, informática, matemática, música, política, práctica* (de un puerto), *química, técnica*. Se ha observado que algunos de estos sustantivos encuentran mayor resistencia que otros en su empleo como nombres de persona (*Es música de profesión; Era una política de pura cepa*) mientras que otros muchos (*informática, matemática*) se han impuesto sin dificultad pese a la ambigüedad a la que se alude.

- d) A que la forma feminizada es un vocablo ocupado (*asistenta* ‘criada’), por lo que conserva un significado distinto con respecto al sustantivo de terminación común (*el/la asistente* ‘persona que realiza labores de asistencia’). La forma masculina con respecto a la femenina (*el asistente/la asistenta*) conforman, como veremos, los denominados duales aparentes.

Curiosamente, aunque la Academia recomienda mantener invariables los sustantivos comunes en cuanto al género, el uso ha consolidado las formas femeninas de muchos de ellos, como *presidenta, jueza, jefa...* Hay quien piensa que estas feminizaciones contradicen la gramática de nuestra lengua; sin embargo, términos como *aprendiza, oficiala* (para aludir a la mujer que trabaja en una fábrica), *dependienta* (para la que trabaja en una tienda), *sirvienta...* se acuñaron hace años sin ningún tipo de problema. Por otro lado, 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 todo ello 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. Esta necesidad de adaptación es la razón de que algunos sustantivos que denominaban profesiones tradicionalmente femeninas, hayan creado la forma masculina correspondiente (*enfermero, comadrón, azafato o matrón*), ya que son profesiones que hoy día desempeñan también los varones. Así define el diccionario académico los siguientes términos:

**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.

**matrón, na.**(Del lat. *matrōna*).

1. m. y f. Persona especialmente autorizada para asistir a las parturientas.
2. f. En las aduanas y oficinas semejantes, mujer encargada de registrar a las personas de su sexo.
3. f. Madre de familia, noble y virtuosa.

Un sesgo sexista relacionado con los oficios y profesiones es el que mantiene solo la forma femenina para trabajos tradicionalmente desempeñados por mujeres (*limpiadora, empleada doméstica, señora de la limpieza, señora de compañía...*) y mantiene la masculina para los trabajos tradicionalmente desempeñados por hombres (*fumigador, conductor, vigilante jurado*). Puesto que son trabajos que pueden realizar ambos sexos, se recomienda que las ofertas laborales utilicen fórmulas que engloben a los dos (*personal de limpieza, acompañante, fumigador/a, vigilante jurado/a...*):

*\*Se precisan **secretarias**.*

Se precisa **personal administrativo**/ Se precisan **secretarios/as**.

*\*Empresa de servicios sanitarios necesita **médicos, enfermeras, secretarias y cocineras**.*

Empresa de servicios sanitarios necesita **personal médico, de enfermería, administrativo y de cocina**.

Tampoco debe nombrarse solo a las trabajadoras en las medidas de conciliación que se recogen en los convenios, pues también los trabajadores pueden acogerse a dichas medidas:

*\*Las medidas de conciliación aprobadas mejorarán la calidad de vida de **las trabajadoras**.*

Las medidas de conciliación aprobadas mejorarán la calidad de vida de **las trabajadoras y trabajadores**.



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 **vicerector o vicerectora**...

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 (*vicerectorado de estudiantes, secretaría, jefatura*, etc.).

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 romper la mentalidad de que algunos oficios y puestos de responsabilidad están siempre ocupados por los hombres. Como para la masculinización o feminización de los términos no existen normas fijas, sobre todo en las palabras que terminan en *-nte, -l* o *-z*, incluimos al final de esta guía un “Listado de oficios, profesiones y cargos de responsabilidad”, tanto en sus formas masculinas como femeninas.

## 7. DUALES APARENTES

Los duales aparentes son pares léxicos que cambian su significado según se empleen en género masculino o femenino. Es el caso de *señorita/señorito*. El término femenino era el tratamiento que se le daba a la mujer soltera respecto de la casada; actualmente es una manera de llamar a maestras, dependientas, secretarías (también es un eufemismo para prostituta: *señorita de compañía*). Ninguno de estos significados se aplica al sustantivo *señorito*, que simplemente designa al amo respecto al criado o al joven acomodado y ocioso.

En los duales aparentes, normalmente la forma gramatical femenina indica menor categoría profesional o un tratamiento denigrante.

- Duales aparentes que indican menor categoría profesional:

- *Asistenta* ‘criada’/*asistente* ‘que realiza labores de asistencia’
- *Ayudanta* ‘mujer que realiza trabajos subalternos’/*ayudante* ‘profesor subalterno’
- *Gobernanta* ‘encargada de la administración de una casa o institución’/*gobernante* ‘hombre que gobierna’
- *Secretaria* ‘mujer que realiza trabajos subalternos’/*secretario* ‘alto cargo’

- Duales aparentes que suponen un tratamiento denigrante para las mujeres:

- Bruja/brujo
- Cortesana/cortesano
- Fulana/fulano
- Mujer pública/hombre público
- Golfista/golfo
- Individua/individuo
- Lagarta/lagarto
- Manceba/mancebo
- Mujer pública/hombre público
- Perra/perro
- Verdulera/verdulero
- Zorra/zorro

## 8. PRINCIPALES SESGOS SEXISTAS EN EL DISCURSO ACADÉMICO

### ANDROCENTRISMO

En el ámbito académico 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. Los estudios que han analizado los textos educativos han llamado la atención sobre el abuso de ejemplos y de referencias sobre varones.

Relacionado con el androcentrismo está el hecho de que todavía se emitan informes, investigaciones, estadísticas, etc. que no desagregan por sexos, con lo que se nos oculta la incidencia que poseen las mujeres en los distintos ámbitos universitarios.

### CARENCIA DE SISTEMATICIDAD

Un rasgo muy común es la heterogeneidad y la falta de sistematicidad a la hora de aplicar los procedimientos de uso igualitario del lenguaje, 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. Así sucede en el siguiente ejemplo con el adjetivo *estimado* que debiera aparecer como *estimado/a*:

Estimado amigo/a:

Es mi deseo mantener un contacto directo y personal con el conjunto de la comunidad universitaria y, en general, con cualquier persona que desde cualquier ámbito o condición pueda estar interesada en hacerme llegar sus inquietudes, sus problemas o sus sugerencias. En la medida de mis posibilidades me he propuesto dar contestación personal a todas ellas.

La Rectora Adelaida de la Calle Martín

Hay que prestar atención a que la antefirma de los documentos se corresponda con el sexo de la persona que firma a continuación.

## ASIMETRÍA EN LOS TRATAMIENTOS DE CORTESÍA

En la *Orden Ministerial de 7 de julio de 1986 (BOE, 22.7.1986)*, 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.

En un discurso académico, oral o escrito, conviene recordar que si decidimos nombrar a las personas con los tratamientos de *don/doña* o *señor/señora* debe hacerse en todos los casos, pues no hacerlo con algunas personas contribuye a interpretar que estas tienen menos prestigio:

*En la inauguración estuvieron presentes Don Carlos Ramos y Matilde Alonso.*

*En la inauguración estuvieron presentes Don Carlos Ramos y Doña Matilde Alonso.*

Ni que decir tiene que el tratamiento de *señorita*, que servía para diferenciar a las mujeres solteras (*señoritas*) de las casadas (*señoras*) resulta obsoleto. En el ámbito académico no es recomendable usarlo tampoco como forma de nombrar a profesoras, maestras, secretarias o administrativas.

## ASIMETRÍA AL NOMBRAR A LAS PERSONAS

Si decidimos nombrar a las personas sin ninguna fórmula de tratamiento, conviene también hacerlo de la misma manera, con independencia de que sean hombres o mujeres. Podemos nombrar solo por los apellidos o por los nombres y apellidos.

*\*Presidieron el acto **Adelaida**, rectora de la Universidad de Málaga, y **Carlos de las Heras**, vicerrector de Relaciones Institucionales.*

*Presidieron el acto **De la Calle**, rectora de la Universidad de Málaga, y **De las Heras**, vicerrector de Relaciones Institucionales.*

*Presidieron el acto **Adelaida de la Calle**, rectora de la Universidad de Málaga, y **Carlos de las Heras**, vicerrector de Relaciones Institucionales.*

Esta última opción (incluir nombre y apellido/s) es recomendable sobre todo en textos escritos y en las bibliografías, para visibilizar que se trata de mujeres e impedir que, por razones androcéntricas, sus apellidos lleguen a interpretarse como masculinos:

*Guerrero Salazar, Susana (2006): "Relevancia de la manipulación léxica en el discurso deportivo", en Análisis del discurso: lengua, cultura, valores, Madrid, Arco/Libros, vol. II, pp. 1377-1391.*

Otra asimetría detectada consiste en anteponer el artículo a los nombres o apellidos de las mujeres, lo que no suele ocurrir cuando se nombra a los varones:

*\*La Vigara puso el broche de oro en la clausura.*

*Vigara puso el broche de oro en la clausura.*

*Ana María Vigara puso el broche de oro en la clausura.*

## DENOMINACIÓN REDUNDANTE

Un sesgo sexista consiste en destacar la identificación sexual de las mujeres mediante aposiciones o adjetivos redundantes que restan importancia a las cualidades o acciones que son pertinentes al asunto:

*\*La mención especial fue para **los deportistas y las mujeres deportistas** de la UMA.*

*\*La mención especial fue para **los deportistas y las deportistas femeninas** de la UMA.*

*La mención especial fue para **los deportistas y las deportistas** de la UMA.*

*La mención especial fue para **los y las deportistas** de la UMA.*

Se trata de emplear el sustantivo específico del cargo o profesión sin añadir el término *mujer* (*\*las mujeres deportistas*) ni *femenina* (*\*las deportistas femeninas*), pues cuando nos referimos al otro sexo no añadimos *hombres*, *varones* ni *masculinos* (*\*los deportistas hombres*, *\*los deportistas masculinos*, *\*los deportistas varones*).

La inclusión de estos términos está justificada cuando no resultan redundantes, sino que son necesarios para aclarar, porque el contexto no lo hace, que se trata de mujeres:

*Primera **promoción femenina de vigilantes**.*

*Dos **mujeres policías** intervinieron en la mesa redonda sobre violencia de género.*

## DENOMINACIÓN SEXUADA

Con frecuencia las mujeres son identificadas únicamente por su sexo antes que por sus méritos o por su identidad propia. Esto no sucede cuando se menciona a los hombres, a los que se identifica por su cargo, oficio, profesión, etc.

*\***Tres mujeres y siete alumnos** han reclamado las becas.*

***Tres alumnas y siete alumnos** han reclamado las becas.*

## DENOMINACIÓN DEPENDIENTE

Nombrar a las mujeres por su relación de dependencia con el varón (*hija de, madre de, esposa de, mujer de, señora de, viuda de...*) constituye otro sesgo sexista:

*\*La polifacética novia del guardameta Iker Casillas presentará un acto en la Facultad de Ciencias de la Comunicación.*

**Sara Carbonero** presentará un acto en la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

Por esta razón, conviene evitar nombrar a las parejas por el apellido del hombre, dando así visibilidad y autonomía a la mujer:

*\*Han invitado al acto a los señores González/al señor González y a su esposa.*

Han invitado al acto a Ramón González y a Ana Romero.

Han invitado al acto a Ana Romero y a Ramón González.

Igualmente, hay que procurar reflejar el protagonismo de las mujeres y eludir presentarlas con papeles secundarios y pasivos, como si fueran meras acompañantes:

*\*El vicerrector de comunicación, acompañado de la vicerrectora de extensión universitaria, asistieron al acto.*

**El vicerrector de comunicación y la vicerrectora de extensión universitaria** asistieron al acto.

**La vicerrectora de extensión universitaria y el vicerrector de comunicación** asistieron al acto.

## DENOMINACIÓN INFANTILIZADA

Una manera de desprestigiar a las mujeres consiste en dirigirse a ellas mediante diminutivos o vocablos que las infantilizan con respecto al tratamiento que reciben los hombres en el mismo discurso:

*En el proyecto participan dos **hombres** y dos **chicas**.*

En el proyecto participan dos **hombres** y dos **mujeres**.

He atendido en tutorías a cuatro **alumnos** y a tres **chiquitas**.

He atendido en tutorías a cuatro **alumnos** y a tres **alumnas**.

## DENOMINACIÓN COMO CATEGORÍA APARTE

Otro sesgo consiste en citar a las mujeres como si constituyeran una categoría aparte y, por tanto, quedaran excluidas de otros colectivos.

Se ofertan cursos gratuitos de inglés para **jóvenes, mayores y mujeres**.

Se ofertan cursos gratuitos de inglés **para ambos sexos, tanto para jóvenes como para mayores**.

## DENOMINACIÓN COMO GRUPO HOMOGÉNEO

En la medida de lo posible, hay que evitar el término singular *mujer* cuando realmente queremos referirnos a *mujeres*, pues nombrarlas en singular contribuye a formar la idea de que constituyen un grupo uniforme, como si todas tuvieran los mismos intereses e inquietudes. La mayoría de los reclamos publicitarios, títulos de investigaciones y de instituciones suelen adoptar la forma en singular (*Instituto Andaluz de la Mujer, Día Internacional de la Mujer*):

Jornada sobre las aportaciones de **la mujer** a la universidad.

Jornada sobre las aportaciones de **las mujeres** a la universidad.

La presencia de **la mujer** en la Universidad de Málaga es cada vez más relevante.

La presencia de **las mujeres** en la Universidad de Málaga es cada vez más relevante.

## DISCURSO ESTEREOTIPADO

Nuestra lengua está repleta de léxico (como los duales aparentes), expresiones y todo tipo de fórmulas fijas (como los refranes) que reflejan estereotipos y roles sexistas:

*La mujer en casa y con la pata quebrada.*

*Casa donde manda mujer, no vale un alfiler.*

*Triste está la casa donde la gallina canta y el gallo calla.*

*La mujer y la gallina, hasta la casa de la vecina.*

*A la mujer y a la mula, vara dura.*

A través de múltiples expresiones percibimos cómo determinados comportamientos y situaciones se miden de manera distinta según correspondan a hombres y a mujeres:

*Soltero de oro/solterona*

*Hacerse un hombre/hacerse una mujer*

*Comportarse como un hombre o como un machote/comportarse como una mujer o como una señorita*

*Cojonudo/coñazo*

Los textos emanados de la institución académica deben evitar la transmisión de clichés basados en tópicos sexistas. A veces son los mecanismos discursivos empleados los que incurren en sesgos discriminatorios. Por ejemplo, al describir los perfiles femeninos de manera distinta a los masculinos, con elementos lingüísticos valorativos y connotativos (como los adjetivos calificativos, los diminutivos...).

## 9. SEXISMO EN LAS IMÁGENES Y REGLA DE INVERSIÓN

De la lectura que hagamos de las imágenes depende a menudo que pasemos al texto o desestimemos del todo unos contenidos, pensando que no nos atañen o que no nos representan. Por eso, la elección de fotografías, iconos y colores por parte de la Universidad tiene que ser fruto de una reflexión y no del azar.

Las imágenes, sobretodo publicitarias, expresan, a través de la connotación, sentimientos y emociones, por lo que generan actitudes y promueven respuestas. Incorporar la perspectiva de género en las imágenes supone una nueva manera de mirar el mundo que nos rodea, rompiendo la inercia que nos lleva a encasillar a los personajes atendiendo a su sexo en determinados espacios, posturas, gestos, colores, indumentaria...

Aunque un texto haya sido escrito con un enfoque de género, si se presenta acompañado de una imagen sexista o estereotipada, la relación lenguaje-imagen adquiere finalmente un sesgo discriminatorio. Por esta razón, la Universidad debe cuidar la coherencia entre ambos planos (lingüístico y visual) y 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 estas recomendaciones. De nada vale presentar una oferta de trabajo que diga *Se necesita personal médico* si la fotografía que lo acompaña representa a un grupo de varones ejerciendo la profesión. En el mismo sentido, si la imagen contiene figuras de ambos sexos, es preferible sustituir en el texto el masculino genérico por otras alternativas más inclusivas.

Para detectar el sexismo en las imágenes también resulta de utilidad **la regla de inversión**. 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.

## 10. PRINCIPALES SESGOS SEXISTAS EN LAS IMÁGENES

### ESTEREOTIPOS DE GÉNERO

El lenguaje iconográfico tiende a sintetizar el imaginario colectivo; por ello, cuando incluye personas suele reforzar estereotipos femeninos y masculinos fácilmente reconocibles. Un estereotipo es una imagen o idea aceptada comúnmente por un grupo o sociedad con carácter fijo e inmutable. A los hombres se les atribuyen cualidades como estabilidad emocional, autocontrol, iniciativa, agresividad, dominación, independencia, racionalidad, valentía, fortaleza, etc.; a las mujeres, sin embargo, les corresponde inestabilidad, pasividad, sumisión, dependencia, subjetividad, debilidad, etc.

Basándose en estereotipos y en el reparto tradicional de los ámbitos de actuación (hombres-espacio público/mujeres-espacio privado), la publicidad explota los siguientes tópicos: las mujeres no saben de tecnología ni de reparación de aparatos, no saben conducir; se ocupan de las tareas domésticas, la decoración, la jardinería y el cuidado de menores y mayores. Los hombres, en cambio, son más inteligentes, manitas, no saben de tareas domésticas ni de moda, no cuidan tanto su aspecto físico; se interesan fundamentalmente por el sexo, los deportes y los coches.

### COMPOSICIÓN DESEQUILIBRADA

Una composición igualitaria requiere que el tamaño y posición en la que se incluyan las fotografías en los folletos informativos o en la estructura de la página web no incurran en sesgos sexistas; es decir, que estos aspectos no prioricen en ningún sentido las imágenes que incluyen personajes masculinos.

La Universidad debe ser consciente de que los productos deben ser promocionados igualmente por mujeres y hombres. Por tanto, sus imágenes deben evitar seguir las pautas

androcéntricas que hacen de los hombres los únicos representantes del género humano. Por lo cual debe procurarse la presencia equilibrada tanto de mujeres como de hombres, ya sea para anunciar una actividad, un curso, una competición deportiva... y, más aún, si es algo referido de un área que está muy masculinizada o muy feminizada. Por eso mismo debemos evitar sesgos estereotipados como que los anuncios de posgrados en dirección de empresas presenten únicamente imágenes de varones, mientras que los anuncios de cursos de secretariado, o de formación a distancia, incluyan mujeres jóvenes.

No se consigue un trato igualitario solo porque aparezca el mismo número de figuras masculinas y femeninas, sino por el valor de dichas imágenes. Visualizar determinadas profesiones siempre con hombres o siempre con mujeres contribuye a fijar estereotipos asimétricos que, además de no representar la realidad social de la actualidad, contribuye a considerar profesionalmente inferiores a las mujeres: pilotos y azafatas, médicos y enfermeras, jefes y secretarías, investigadores y becarias, profesores y maestras, etc. Por tanto, se trata de representar a ambos sexos de manera equilibrada y con funciones equitativas.

## ASIMETRÍA EN LAS FUNCIONES

Los estudios de género han puesto de manifiesto la asimetría existente con respecto a las funciones que desempeñan los personajes femeninos y masculinos en la mayoría de las imágenes, pues los primeros se usan sobre todo con una función estética (erotismo), sugestiva (imaginación) y recreativa (finalidad lúdica o paródica); mientras que los segundos se emplean fundamentalmente con una función explicativa (ayudan a la comprensión), verificativa (favorecen la verificación) o redundante (hacen de refuerzo al texto escrito).

Las imágenes que emanan de la Universidad deben mostrar que cualquier personaje, con independencia de su sexo, puede representar cualquiera de las funciones, evitando que las mujeres aparezcan únicamente ligadas a las tareas domésticas y al cuidado, en papeles dependientes (mujer de, esposa de, viuda de, hija de, novia de...), como objeto de placer, como mero adorno o función supletoria con respecto al varón (portadora de premios, azafata de concurso...).

## ASIMETRÍA EN LOS PLANOS

Los planos cercanos poseen un valor expresivo, pues muestran las emociones de los personajes, bien con el plano medio (desde la cintura hacia arriba), el primer plano (desde los hombros hacia arriba) o el gran primer plano (toma de la cara). El plano de detalle es el que retrata una parte del cuerpo (pierna, boca, ojo...). El primer plano es el de mayor importancia, por ello debe evitarse que en las imágenes en las que se muestran personajes masculinos y femeninos, estas ocupen los segundos planos.

Con frecuencia, las imágenes publicitarias utilizan los planos cercanos para los personajes femeninos fundamentalmente como estrategia de seducción, cuando se trata de mostrar

el cuerpo de la mujer embellecido y erotizado, y, sobre todo, algunas de sus partes (boca, pechos, piernas...).

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.

## ASIMETRÍA EN LOS ÁNGULOS

La angulación es la posición de la cámara con relación al referente, según la cual podemos obtener un ángulo normal (la cámara se sitúa a la misma altura que los ojos del personaje), el ángulo picado (se sitúa en lo alto) y el contrapicado (enfoco desde abajo).

Los estudios de género han puesto de manifiesto que las mujeres son mayoritariamente tomadas con ángulo picado, esto es, realizando un encuadramiento desde arriba hacia abajo, lo que hace que lo enfocado aparezca muy pequeño. Los varones, sin embargo, son tomados con planos contrapicados, lo que les imprime importancia, pues la cámara los encuadra de abajo arriba, engrandeciendo al personaje. Curiosamente los ángulos contrapicados se emplean cuando se enfoca con plano de detalle una parte del cuerpo femenino (piernas, pecho, nalgas...), pero no a la mujer entera, con lo que el efecto conseguido es subrayar la sexualización y el erotismo de su cuerpo, que aparece ofrecido como objeto de deseo.

Una imagen igualitaria debe cuidar de la disposición y presentación de los personajes de las imágenes sin caer en este tipo de sesgo sexista.

## ASIMETRÍA EN EL CROMATISMO

Las connotaciones de los colores y los juegos lumínicos marcan tanto a los personajes (ropas, objetos que llevan) como los escenarios en los que aparecen.

Las luces y colores que se emplean en las imágenes pueden incurrir 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.

## ASIMETRÍA EN LA PUESTA EN ESCENA

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). Si en una imagen un hombre aparece detrás como supervisando la tarea que realiza una mujer, las posiciones de los personajes pueden interpretarse como que se trata de un jefe que controla la labor de una de sus trabajadoras.

Por otra parte, en la conformación de la imagen son muy importantes también la escena elegida, los decorados, los objetos que aparecen, la indumentaria de los personajes y, sobre todo, su actitud. Un sesgo sexista consiste en representar a los hombres de una manera activa (en primer plano, de pie, mirando a la cámara, hablando...), mientras que las mujeres suelen aparecer más pasivas (brazos cruzados, miradas bajas, sentadas, en segundo plano...). El resultado presenta a la mujer como simple usuaria o beneficiaria de la gestión masculina.

## ASIMETRÍA EN LOS GESTOS, ASPECTO Y ACCIONES

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. En este sentido, se deben descartar las imágenes en las que se identifica a las mujeres por sus rasgos sexuales, haciendo hincapié en la sensualidad que puede emanar de sus gestos, miradas, poses, etc., como supuesto modelo de deseo sexual. Es inadmisibles que imágenes institucionales traten a las personas como objetos sexuales, cosificadas, animalizadas o en posturas vejatorias, con el cuerpo fragmentado y exhibido como objeto de deseo ante la mirada del público.

También debe evitarse el sesgo sexista que tiende 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...

En cuanto a la apariencia del cuerpo femenino, es importante que las imágenes representen seres reales y no personajes idealizados en el aspecto físico. Esto sucede sobre todo con las mujeres, pues muchos mensajes visuales las presentan exitosas en virtud de lo bellas que son, están o se conservan y no en virtud de lo que son; como seres interesados únicamente por su aspecto físico, en lugar de por su bienestar o salud.

## MUJERES Y HOMBRES ENFRENTADOS

Es importante que las imágenes no den por sentado la imposibilidad de un entendimiento entre los sexos, como si se tratara de dos grupos irreconciliables. Las imágenes que implican competición entre mujeres y hombres perpetúan la lucha entre los sexos y la superioridad de uno sobre otro. Muy al contrario, las representaciones emanadas desde la Universidad deben mostrar a mujeres y a hombres interactuando, promoviendo así la cooperación y el trabajo en equipo.

En definitiva, las imágenes derivadas de la institución universitaria deben representar a seres reales, acordes con la diversidad que muestra el mundo académico, donde conviven personas de distintas edades, etnias, capacidades, aspecto...

# ANEXOS

## I. RECOMENDACIONES PARA UNA SITUACIÓN COMUNICATIVA IGUALITARIA

En una situación comunicativa donde intervengan mujeres y hombres como puede ser una mesa redonda, un acto protocolario (de inauguración, clausura, homenaje, presentación...) conviene tener en cuenta los siguientes aspectos:

1. Dar el mismo tratamiento al presentar o dirigirnos a mujeres y a hombres, pues si 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.
2. Presentar lo más relevante de cada uno de los currículos, evitando las referencias no profesionales a las mujeres.
3. Distribuir de forma proporcionada el tiempo designado a cada ponente con independencia de su sexo.
4. Distribuir de forma coherente los contenidos en cuanto al grado de importancia.
5. Respetar el turno de palabra. No se debe interrumpir a la persona que habla para no restarle autoridad ni deslegitimarla.
6. Las comunicaciones audiovisuales, los vídeos de presentación, etc. deben mostrar a hombres y mujeres reales y acordes con el ámbito universitario. No vale solo con que aparezcan, sino que ambos deben tomar la palabra en las mismas proporciones. Se trata de no dar mayor protagonismo a la voz masculina (prototipo de la voz de autoridad), pues con frecuencia es esta la que explica las características técnicas de un producto o los resultados de una investigación.

## II. RECOMENDACIONES PARA UN TRATAMIENTO IGUALITARIO DEL LENGUAJE

La comunidad universitaria, consciente de la importancia de hacer visibles a las mujeres en todos los ámbitos, ha de incorporar la perspectiva de género desagregando por sexos, contando con expertas e incorporando un lenguaje incluyente homogéneo que no ocasione ambigüedades en la interpretación. Para ello:

1. Evitaremos utilizar un lenguaje sexista, es decir, que discrimine a cualquiera de los sexos. Para detectar el sexismo lingüístico resulta de gran utilidad la llamada regla de inversión, que consiste en sustituir los términos femeninos por los correspondientes masculinos, y a la inversa.
2. Sustituiremos los vocablos masculinos que produzcan ambigüedad o discriminen a las mujeres. Para ello nuestra lengua dispone de sustantivos que con independencia de su género gramatical designan a ambos sexos, como los *epicenos* (*personaje, víctima*), los *colectivos* (*juventud, comité*) y los *abstractos* (*dirección, presidencia*).
3. Recurriremos, siempre que podamos, a términos sin marca de género gramatical, ya que estos engloban fácilmente a mujeres y a hombres, como los pronombres *quien/quienes, alguien* y *nadie*, los sustantivos comunes en cuanto al género (*periodista, cantante*), los adjetivos invariables (*hábil, inteligente*).
4. Evitaremos desdoblamientos y otras construcciones engorrosas, a no ser que sean necesarias, pues es preferible una comunicación efectiva a la economía lingüística.
5. Suprimiremos el uso de la arroba, puesto que no es un signo lingüístico y no puede pronunciarse. Las barras son un recurso muy útil para suplir la falta de espacio en los impresos y formularios.
6. Alternaremos el orden de presentación, ya que, si siempre se opta por anteponer el término o la desinencia masculina a la femenina (*hombres y mujeres, Sr./Sra.*), se contribuye a consolidar la idea de que un sexo es prioritario con respecto al otro.
7. Personalizaremos, escribiendo en masculino o femenino el documento, según el sexo de la persona a la que va dirigido.
8. Visibilizaremos a las mujeres nombrando en femenino los cargos, oficios o profesiones que desempeñen. De esta manera, mostraremos que las mujeres, en la actualidad, comparten protagonismo con los hombres en el ámbito público.
9. No incluiremos a las mujeres en el término *hombres*, sino que, cuando queramos referirnos a los dos sexos, usaremos *personas, seres humanos, individuos, gente, humanidad...*

10. Otorgaremos el mismo tratamiento a hombres y a mujeres. O los nombraremos por los apellidos, o solo por el nombre, o por ambos, o con las fórmulas de tratamiento (*señora/señor* o *don/doña*), pero siempre de modo simétrico.
11. Presentaremos a las mujeres por su identidad social o profesional y evitaremos presentarlas por su condición sexuada. Por tanto, debemos suprimir términos como *mujer* o *femenina* siempre que resulten redundantes.
12. No citaremos a las mujeres como categoría aparte.
13. Evitaremos establecer relaciones de dependencia. Las mujeres deben aparecer nombradas con personalidad en sí mismas, de modo que se reconozcan y valoren como personas independientes. Para ello hay que evitar expresiones como *esposa de*, *mujer de*, *señora de*, *viuda de*, *hija de*, que presentan al sexo femenino con un papel secundario o subordinado con respecto al masculino.
14. Huiremos de las expresiones que contribuyen a afianzar estereotipos sexistas que dificultan el avance hacia la igualdad.
15. Mostraremos a las mujeres por sus funciones y éxitos profesionales, no por su apariencia física o detalles externos (vestimenta, peinado...).

### III. RECOMENDACIONES PARA UN TRATAMIENTO IGUALITARIO DE LA IMAGEN

Para que se dé una comunicación igualitaria se necesita que tanto el discurso como la imagen que lo acompañe se adecuen, es decir, que a un mensaje no sexista le corresponda una imagen neutra, libre de todo tipo de sesgo y estereotipo. Las imágenes emanadas desde la Universidad deben procurar:

1. Hacer visibles a las mujeres evitando que la figura masculina se convierta en el referente que abarca a todos los seres humanos.
2. Tratar que las imágenes manifiesten un equilibrio en cuanto a la frecuencia de aparición de hombres y mujeres.
3. Cuidar de que no haya sesgos sexistas en la composición de las imágenes, ni en los planos, ángulos, colores, luces, escenografía, gestos, aspecto, acciones...
4. No caer en estereotipos y roles familiares y sociales (tipo de actividades o acciones llevadas a cabo, etc.).
5. Evitar reflejar los usos de los espacios públicos y privados de manera estereotipada o sexista (mujeres presentadas en interiores).
6. Incluir imágenes de mujeres en los ámbitos tradicionalmente masculinizados y hombres en los tradicionalmente feminizados para contribuir al avance de la cultura de la igualdad.
7. Representar a los dos sexos realizando conjuntamente actividades tanto públicas como privadas, promoviendo así el trabajo en equipo y el compañerismo.
8. Presentar seres reales sin los sesgos sexistas que imponen los cánones de belleza imperantes, que vinculan el éxito de las mujeres a su aspecto físico (jóvenes, bellas y delgadas).
9. Presentar mujeres activas (manipulando máquinas, manejando cámara, conduciendo autobuses...), combatiendo el rol pasivo estereotipado.
10. Utilizar bien la alternancia de personajes (en unas fotos una mujer, en otras un hombre...) o bien la duplicidad (hombre-mujer) en la misma imagen.
11. 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.
12. Representar la diversidad de mujeres y de hombres que existe en la Universidad de Málaga (diferentes etnias, culturas, estratos sociales, edades, aspectos, capacidades).



#### IV. LISTADO DE OFICIOS, PROFESIONES Y CARGOS DE RESPONSABILIDAD

MASCULINO	FEMENINO	MASCULINO	FEMENINO
ABOGADO	<b>ABOGADA</b>	CANCELLER	<b>CANCELLER</b>
ACADÉMICO	<b>ACADÉMICA</b>	CARTÓGRAFO	<b>CARTÓGRAFA</b>
ACREDITADO	<b>ACREDITADA</b>	CATALOGADOR	<b>CATALOGADORA</b>
ADJUNTO	<b>ADJUNTA</b>	CATEDRÁTICO	<b>CATEDRÁTICA</b>
ADMINISTRADOR	<b>ADMINISTRADORA</b>	CIENTÍFICO	<b>CIENTÍFICA</b>
ADMINISTRATIVO	<b>ADMINISTRATIVA</b>	COAUTOR	<b>COAUTORA</b>
AEROTÉCNICO	<b>AEROTÉCNICA</b>	CODIRECTOR	<b>CODIRECTORA</b>
AGENTE	<b>AGENTE</b>	COMADRÓN	<b>COMADRONA</b>
AGREGADO	<b>AGREGADA</b>	COMPOSITOR	<b>COMPOSITORA</b>
AMANUENSE	<b>AMANUENSE</b>	CONCEJAL	<b>CONCEJALA</b>
ANALISTA	<b>ANALISTA</b>	CONSEJERO	<b>CONSEJERA</b>
ALUMNO	<b>ALUMNA</b>	CONSERJE	<b>CONSERJE</b>
APAREJADOR	<b>APAREJADORA</b>	CÓNSUL	<b>CÓNSUL</b>
APODERADO	<b>APODERADA</b>	CONSULTOR	<b>CONSULTORA</b>
APRENDIZ	<b>APRENDIZ/APRENDIZA</b>	COORDINADOR	<b>COORDINADORA</b>
ARCHIVERO	<b>ARCHIVERA</b>	CORRECTOR	<b>CORRECTORA</b>
ARQUEÓLOGO	<b>ARQUEÓLOGA</b>	CREATIVO	<b>CREATIVA</b>
ARQUITECTO	<b>ARQUITECTA</b>	CRÍTICO	<b>CRÍTICA</b>
ARTESANO	<b>ARTESANA</b>	DECANO	<b>DECANA</b>
ASALARIADO	<b>ASALARIADA</b>	DEFENSOR	<b>DEFENSORA</b>
ASESOR	<b>ASESORA</b>	DELEGADO	<b>DELEGADA</b>
ASEGURADOR	<b>ASEGURADORA</b>	DELINEANTE	<b>DELINEANTE</b>
ASISTENTE	<b>ASISTENTE</b>	DIPLOMADO	<b>DIPLOMADA</b>
ASOCIADO	<b>ASOCIADA</b>	DIRECTIVO	<b>DIRECTIVA</b>
AUDITOR	<b>AUDITORA</b>	DIRECTOR	<b>DIRECTORA</b>
AUTOR	<b>AUTORA</b>	DIRIGENTE	<b>DIRIGENTE</b>
AUXILIAR	<b>AUXILIAR</b>	DISCENTE	<b>DISCENTE</b>
AVIADOR	<b>AVIADORA</b>	DISEÑADOR GRÁFICO	<b>DISEÑADORA GRÁFICA</b>
AYUDANTE	<b>AYUDANTE</b>	DOCTOR	<b>DOCTORA</b>
AZAFATO	<b>AZAFATA</b>	DOCENTE	<b>DOCENTE</b>
BACHILLER	<b>BACHILLER/BACHILLERA</b>	DOCUMENTALISTA	<b>DOCUMENTALISTA</b>
BEDEL	<b>BEDEL/BEDELA</b>	ECONOMISTA	<b>ECONOMISTA</b>
BECARIO	<b>BECARIA</b>	EDITOR	<b>EDITORA</b>
BIBLIÓGRAFO	<b>BIBLIÓGRAFA</b>	EDUCADOR	<b>EDUCADORA</b>
BIBLIOTECARIO	<b>BIBLIOTECARIA</b>	EGRESADO	<b>EGRESADA</b>
BIOFÍSICO	<b>BIOFÍSICA</b>	EJECUTIVO	<b>EJECUTIVA</b>
BIÓGRAFO	<b>BIÓGRAFA</b>	ENCARGADO	<b>ENCARGADA</b>
BIÓLOGO	<b>BIÓLOGA</b>	ENFERMERO	<b>ENFERMERA</b>
BIOQUÍMICO	<b>BIOQUÍMICA</b>	ENTRENADOR	<b>ENTRENADORA</b>
BOMBERO	<b>BOMBERA</b>	ESCRITOR	<b>ESCRITORA</b>
BOTÁNICO	<b>BOTÁNICA</b>	ESPECIALISTA	<b>ESPECIALISTA</b>

MASCULINO	FEMENINO
ESTADÍSTICO	ESTADÍSTICA
ESTUDIANTE	ESTUDIANTE
EXAMINADOR	EXAMINADORA
FACULTATIVO	FACULTATIVA
FARMACÉUTICO	FARMACÉUTICA
FARMACÓLOGO	FARMACÓLOGA
FILÓSOFO	FILÓSOFA
FINANCIERO	FINANCIERA
FISCAL	FISCAL/FISCALA
FÍSICO	FÍSICA
FORMADOR	FORMADORA
FUNCIONARIO	FUNCIONARIA
GEÓGRAFO	GEÓGRAFA
GERENTE	GERENTE/GERENTA
GESTOR	GESTORA
GOBERNADOR	GOBERNADORA
GRADUADO	GRADUADA
GRADUADO SOCIAL	GRADUADA SOCIAL
GUÍA	GUÍA
HABILITADO	HABILITADA
HISTORIADOR	HISTORIADORA
ILUSTRADOR	ILUSTRADORA
IMPRESOR	IMPRESORA
INFORMÁTICO	INFORMÁTICA
INGENIERO	INGENIERA
INSPECTOR	INSPECTORA
INSTRUCTOR	INSTRUCTORA
INTERINO	INTERINA
INTÉRPRETE	INTÉRPRETE
INTERVENTOR	INTERVENTORA
INVESTIGADOR	INVESTIGADORA
JARDINERO	JARDINERA
JEFE	JEFE/JEFA
JUEZ	JUEZ/JUEZA
JUGADOR	JUGADORA
LICENCIADO	LICENCIADA
LIMPIADOR	LIMPIADORA
LINGÜISTA	LINGÜISTA
LECTOR	LECTORA
LEGISLADOR	LEGISLADORA
LETRADO	LETRADA
LIBRERO	LIBRERA
LOGOPEDA	LOGOPEDA

MASCULINO	FEMENINO
LOCUTOR	LOCUTORA
MAESTRO	MAESTRA
MAGISTRADO	MAGISTRADA
MATEMÁTICO	MATEMÁTICA
MATRÓN	MATRONA
MECANÓGRAFO	MECANÓGRAFA
MÉDICO	MÉDICA
MENSAJERO	MENSAJERA
MILITAR	MILITAR
MODELO	MODELO
MONITOR	MONITORA
MÚSICO	MÚSICA
NOTARIO	NOTARIA
OFICIAL	OFICIAL/OFICIALA
OPERADOR	APERADORA
OPERARIO	OPERARIA
ORGANIZADOR	ORGANIZADORA
ORIENTADOR	ORIENTADORA
PEDAGOGO	PEDAGOGA
PERITO	PERITA
POETA	POETA/POETISA
POLÍTICO	POLÍTICA
PRECEPTOR	PRECEPTORA
PREPARADOR	PREPARADORA
PRESIDENTE	PRESIDENTA
PROCURADOR	PROCURADORA
PROFESOR	PROFESORA
PROGRAMADOR	PROGRAMADORA
PROMOTOR	PROMOTORA
PROVEEDOR	PROVEEDORA
PSICÓLOGO	PSICÓLOGA
PSICOPEDAGOGO	PSICOPEDAGOGA
PUBLICISTA	PUBLICISTA
PUBLICITARIO	PUBLICITARIA
QUÍMICO	QUÍMICA
REALIZADOR	REALIZADORA
RECOPIADOR	RECOPIADORA
RECTOR	RECTORA
REDACTOR	REDACTORA
RELACIONES PÚBLICAS	RELACIONES PÚBLICAS
RELATOR	RELATORA
RESPONSABLE	RESPONSABLE
SECRETARIO	SECRETARIA

MASCULINO	FEMENINO
SELECCIONADOR	<b>SELECCIONADORA</b>
SOCIÓLOGO	<b>SOCIÓLOGA</b>
SUBALTERNO	<b>SUBALTERNA</b>
SUBDELEGADO	<b>SUBDELEGADA</b>
SUBDIRECTOR	<b>SUBDIRECTORA</b>
SUBINSPECTOR	<b>SUBINSPECTORA</b>
SUBOFICIAL	<b>SUBOFICIAL</b>
SUBSECRETARIO	<b>SUBSECRETARIA</b>
SUPERINTENDENTE	<b>SUPERINTENDENTE</b>
SUPERVISOR	<b>SUPERVISORA</b>
TÉCNICO	<b>TÉCNICA</b>
TÉCNICO DE APOYO	<b>TÉCNICA DE APOYO</b>
TÉCNICO INFORMÁTICO	<b>TÉCNICA INFORMÁTICA</b>
TESORERO	<b>TESORERA</b>
TITULADO	<b>TITULADA</b>

MASCULINO	FEMENINO
TRABAJADOR SOCIAL	<b>TRABAJADORA SOCIAL</b>
TRADUCTOR	<b>TRADUCTORA</b>
TRANSCRIPTOR	<b>TRANSCRIPTORA</b>
TUTOR	<b>TUTORA</b>
UNIVERSITARIO	<b>UNIVERSITARIA</b>
VICECONSERJE	<b>VICECONSERJE</b>
VICEDECANO	<b>VICEDECANA</b>
VICEDIRECTOR	<b>VICEDIRECTORA</b>
VICEGERENTE	<b>VICEGERENTE/ VICEGERENTA</b>
VICEPRESIDENTE	<b>VICEPRESIDENTA</b>
VICERRECTOR	<b>VICERRECTORA</b>
VICESECRETARIO	<b>VICESECRETARIA</b>
VICETESORERO	<b>VICETESORERA</b>
VIGILANTE	<b>VIGILANTE</b>

## V. BIBLIOGRAFÍA

- 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.
- AYALA CASTRO, M. CONCEPCIÓN; GUERRERO SALAZAR, SUSANA Y MEDINA GUERRA, ANTONIA M.<sup>a</sup> (2002): *Manual de lenguaje administrativo no sexista*, Málaga: Ayuntamiento de Málaga y AEHM de la Universidad de Málaga.
- BRIZ GÓMEZ, ANTONIO (coord.) (2011): *Guía de comunicación no sexista*, Instituto Cervantes, Madrid: Aguilar.
- BOSQUE MUÑOZ, IGNACIO (2012). “Sexismo lingüístico y visibilidad de la mujer”, *Boletín de Información Lingüística (BILRAE)*, RAE, en <[http://www www.rae.es/rae/Noticias.nsf/Portada3?ReadForm&menu=3](http://www.www.rae.es/rae/Noticias.nsf/Portada3?ReadForm&menu=3)>
- ESCRIG GIL, GEMMA Y SALES BOIX, ANNA (2011): *Guía de tratamiento no sexista de la información y la comunicación en la Universitat Jaume I*, Unidad de Igualdad (asesoramiento lingüístico de Antoni Albalá).
- GUERRERO SALAZAR, SUSANA (2007): “Esbozo de una bibliografía crítica sobre recomendaciones y guías para un uso igualitario del lenguaje administrativo (1986-2006)”, en Antonia M. Medina Guerra (coord.), *Avanzando hacia la igualdad*, Málaga: Instituto Andaluz de la Mujer, Diputación de Málaga y Asociación de Estudios Históricos sobre la Mujer, pp. 109-122.
- GUERRERO SALAZAR, SUSANA (2012): *Guía para un uso igualitario del lenguaje y la imagen no sexista en la Universidad de Jaén*, Jaén: Universidad de Jaén.
- GUERRERO SALAZAR, SUSANA (2012): “Las guías de uso no sexista del lenguaje editadas en castellano por las universidades españolas (2008-2012)”, en Rocío Palomares Perraut (coord.), *Historia(s) de mujeres en homenaje a M.<sup>a</sup> Teresa López Beltrán*, Málaga: Perséfone, vol. I, pp. 118-132.
- LLEDÓ CUNILL, EULALIA (2002): *Recomendaciones para la redacción de un discurso académico libre de sexismo y androcentrismo*, Proyecto Lingua ADIEU.
- MARÇAL HEURA; KELSO, FIONA Y NOGUÉS, MERCÈ (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, trad. de Gemma Lozano.
- MARIMÓN LLORCA, CARMEN Y SANTAMARÍA PEREZ, ISABEL (2011): *Guía para un discurso igualitario en la Universidad de Alicante*, Alicante: Unidad de Igualdad, Centro de Estudios sobre la Mujer, Universidad de Alicante.
- MORENO CABRERA, JUAN CARLOS (2012): “«Acerca de la discriminación de la mujer y de los lingüistas en la sociedad». Reflexiones críticas de J. C. Moreno Cabrera”, en <<http://www.infoling.org/informacion/IG28.html>>