

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y ESTRATEGIAS LINGÜSTICAS NO SEXISTAS

Susana Guerrero Salazar

RESUMEN

Los medios de comunicación ejercen un poder enorme sobre la lengua y las mentalidades. De ahí que cada vez sean más conscientes de la necesidad de favorecer el uso no sexista del lenguaje. Para ello, recurren a una serie de estrategias morfológicas, semánticas y sintácticas con las que paliar la discriminación sexual. No obstante, aún queda mucho que hacer, pues multitud de estereotipos circulan a través de los medios de comunicación revelando comportamientos y actitudes sexistas, como hemos advertido en tres campos del discurso: en las metáforas, en las descalificaciones y en las maneras de referirse a los nombres propios.

Palabras clave: sexismo, lengua, medios de comunicación.

Introducción

Ocurre que donde mejor se ve y se oye el idioma contemporáneo es en los medios de comunicación. He tomado los medios como fuente fundamental del idioma que se habla. He dicho mil veces que el poder del idioma está hoy en los medios de comunicación (Lázaro Carreter, *El País*, 30-III-97)

Los medios de comunicación desempeñan un papel fundamental, pues son, en gran parte, los responsables del rumbo que está tomando nuestra lengua en la actualidad¹. Por ello, pueden contribuir –y de hecho contribuyen– a disminuir el sexismo lingüístico que, aunque es consecuencia directa del sexismo social, influye en gran manera en el desarrollo de éste, ya que a través del lenguaje se transparenta la mentalidad del ser humano².

Dos hechos condicionan el mensaje de los medios de comunicación e influyen en que el lenguaje coloquial, impregnado todavía de la lacra del sexismo, lo invada. Por un lado, la pérdida de retórica y de conocimiento de la lengua. Por otro, la premura, esto es, la rapidez

de las entrevistas, etc., que hacen que el discurso, con frecuencia, sea espontáneo y esté poco elaborado.

El sexismo social y el sexismo lingüístico son la causa y el efecto de la desigualdad histórica entre los dos sexos. El sexismo de un tipo y de otro están en tan estrecha relación que a veces cuesta trabajo deslindarlos. Si bien podemos afirmar que, actualmente, parece haber una tendencia en los medios de comunicación a favorecer el uso no sexista del lenguaje, aún advertimos, sobre todo en los tópicos y estereotipos que se nos presentan, que el sexismo social está muy vigente. Por ejemplo, qué mujer de prestigio no se ha visto obligada a explicar en los medios una y otra vez su capacidad para hacer compatible su vida laboral con la familiar. A un hombre público rara vez, sin embargo, se le hace una pregunta como la que se le hizo a Celia Villalobos, alcaldesa de Málaga, en una entrevista para la revista *Mujer de hoy*:

¿Ha conseguido compatibilizar bien la crianza de los hijos con su trabajo?

¿Y por qué tengo que ser yo sola la que educo a mis hijos y no entre los dos? [...] Me niego a aceptar que una mujer que trabaja es que ha abandonado su hogar y la educación de sus hijos. (*Mujer de hoy*, 4 al 10-IX-99, pág. 5)

Pero lo que nos interesa realmente en este trabajo es el sexismo que atañe al lenguaje y no tanto a la idea que detrás de él se esconde. Por tanto, hablamos de sexismo lingüístico basándonos en la definición de Álvaro García Meseguer, según la cual

Se incurre en sexismo lingüístico cuando se emplean vocablos (sexismo léxico) o se construyen oraciones (sexismo sintáctico), que, debido a la forma de expresión escogida por el hablante y no a otra razón, resultan discriminatorias por razón de sexo³.

Hablar de sexismo lingüístico es, por tanto, entender que alguno de los dos sexos está injustamente tratado desde el punto de vista del lenguaje. No obstante, el sexismo, generalmente, es machismo, es decir, que es la mujer la que sale mal parada en el discurso. Y es que éste, con frecuencia, está cifrado desde la óptica del varón, provocando así el androcentrismo⁴ o, un caso particular dentro de él que ha sido denominado por García Meseguer como "salto semántico". Cito:

Se incurre en salto semántico cuando un hablante o escritor emplea un vocablo de género masculino en su sentido genérico y construye sobre él una primera frase cuyo significado conviene a uno y otro sexo; y, más adelante en el mismo contexto, repite el empleo de ese vocablo masculino (de forma explícita o implícita), pero esta vez en su sentido específico, es decir, referido a varón exclusivamente. Este segundo empleo demuestra que en la mente del autor el primer enunciado era ya sexista, circunstancia que habría pasado inadvertida de no haberse añadido la segunda frase⁵.

El autor comenta, entre otros, este ejemplo tomado de la prensa:

El IVA ha caído sobre los intelectuales como una maldición terrible y confusa [...] generalmente suelen tener a su lado sufridas y valientes compañeras que les llevan las cuentas (Haro Tecglen, "La pesadilla del intelectual", *El País*, 13-II-87)

Si bien por la primera frase podemos interpretar que el término *intelectuales* comprende a ambos sexos, unos párrafos más adelante entendemos que en la mente del escritor sólo se incluía a los varones, habiéndose producido de este modo un salto semántico.

1. Estrategias no sexistas

La tendencia actual de los medios de comunicación es evitar fórmulas y esquemas lingüísticos injustos que menosprecien de algún modo al sexo femenino. En este terreno son especialmente cuidadosos los políticos⁶, que desarrollan gran parte de su labor a través de los medios. Aunque, cada vez más, locutores y periodistas recurren también a multitud de estrategias lingüísticas con las que paliar el sexismo. Entre ellas, destacamos las siguientes:

- a) Se evitan los morfemas de género a favor de pronombres invariables (*tú, usted, quien, etc.*) o sustantivos del tipo *votante, representante, etc.*
- b) Se omiten los sujetos y se mantienen tan sólo los morfemas verbales. Por ejemplo, en vez de utilizar el sujeto *hombre* en sentido universal, se emplea la primera persona del plural, sin mencionar el sujeto (*creemos, pensamos, queremos, etc.*).
- c) Se utiliza la segunda persona del singular (*tú o usted*) sin mencionar sujeto. A esta estrategia se recurre a menudo en publicidad.
- d) En vez de usar *el que, los que, aquel que, aquellos que*, con sentido general, se sustituyen por *quien, quienes, etc.*
- e) En lugar del pronombre impersonal *uno*, se prefiere *alguien, cualquiera, etc.*
- f) Se utilizan términos genéricos o sustantivos colectivos no marcados: *gente, funcionariado, colectivo, colectividad, electorado, asamblea, asociación, vecindario, grupo, pueblo, población, ciudadanía, alumnado, profesorado, infancia, niñez, etc.*
- g) Se prefieren voces comunes del tipo *camaradas, colegas, etc.*, en vez del masculino genérico *compañeros*.
- h) Se emplean perífrasis como *pueblo catalán* (en vez de *catalanes*), *la clase política* (en vez de *los políticos*), *el personal médico* (en vez de *los médicos*), *las personas mayores* (en vez de *los ancianos*).
- i) Se recurre a los abstractos como *jefatura* (en vez de *los jefes*), *dirección* (en vez de *los directores*), *coordinación* (en vez de *los coordinadores*) y se utilizan sintagmas del

- tipo *los derechos de la humanidad* (en vez de *los derechos del hombre*), *los derechos de la infancia* (en vez de *los derechos del niño*), etc.
- j) Se usan construcciones metonímicas del tipo *ningún voto*, en vez de *ningún elector*; etc. Se trata, en definitiva, de escoger términos que, ya sean masculinos (*vecindario, personaje, ser humano*, etc.) o femeninos (*persona, víctima*, etc.), representen simbólicamente al conjunto de hombres y mujeres, sin perjuicio ni omisión de ninguno de los sexos.
- k) Se recurre a los dobles del tipo *o/a, o-a, o(a)* o a los desdoblamientos (*compañeros, -as*)⁷. Estos últimos conviene usarlos siempre y cuando den lugar a expresiones paralelas del tipo *hombre-mujer, empleado-empleada, candidato-candidata*, etc. (lo que no ocurre —como veremos— con los “duales aparentes”). No obstante, este tipo de soluciones atenta contra el principio pragmático de la economía del lenguaje.
- l) Se omite la referencia directa al sujeto y se recurre al *se* impersonal (*se piensa, se dice*, etc.).
- m) Se utiliza la pasiva refleja (*se debatirá...*) o las pasivas perifrásticas (*se va a elegir...*).
- n) Se recurre a infinitivos (*es necesario prestar más atención...*) o a gerundios (*trabajando adecuadamente...*) de interpretación genérica.
- ñ) Se emplean giros sintácticos de forma que el sujeto tenga valor causal o de instrumento. Se huye así de construcciones del tipo *el ciudadano ayuda a cambiar la política*, a favor de expresiones como *su voto ayuda a cambiar la política*. Pero de entre todas las estrategias no sexistas hay dos que nos interesa resaltar, una semántica, que consiste en huir de los “duales aparentes”, y otra sintáctica, que consiste en alternar el orden cuando hay mención expresa a los dos sexos:
- o) Los “duales aparentes”⁸ son los pares léxicos en los que el término referido a la mujer adopta un sentido peyorativo. García Meseguer recoge los siguientes: *hombre público* (“el que interviene públicamente en los negocios políticos”) frente a *mujer pública* (“ramera”); *hombre de mundo* (“el que trata con toda clase de gentes y tiene gran experiencia y práctica de negocios”) frente a *mujer mundana* (“prostituta”); *hombre de punto* (“persona principal y de distinción”) frente a *mujer de punto* (“ramera”); *hombre del partido* (“sugiere un varón afiliado a un partido político”) frente a *mujer del partido* (“ramera”); *hombre del arte* (“varón artista o perteneciente al mundo del arte”) frente a *mujer del arte* (“ramera”); *hombre de gobierno o gobernante* (“sugiere un político en el poder o un dirigente en general”) frente a *mujer de gobierno o gobernanta* (“criada que tiene a su cargo el gobierno económico de la casa”), etc.⁹

En general, los duales aparentes muestran tales diferencias en sus significados que reflejan el desequilibrio en el tratamiento de los sexos, pues, con frecuencia, el término, cuando se aplica a la mujer, sufre un desplazamiento hacia el ámbito

de la sexualidad (especialmente en el terreno de la prostitución), aunque hay muchos otros¹⁰. Y lo que es más grave: muchos términos, que aplicados al varón son neutros –o incluso halagadores–, se convierten en insultos cuando se aplican a una mujer. Como ejemplo, basten los siguientes, cuyas definiciones han sido tomadas del *Diccionario del insulto* de Luque, Pamies y Manjón¹¹: *cortesana* (“prostituta”) frente a *cortesano* (“perteneciente a la corte”); *doña* (“prostituta”) frente a *don* (“tratamiento de respeto, hoy muy generalizado, que se antepone a los nombres masculinos de pila. Antiguamente estaba reservado a determinadas personas de elevado rango social”); *respetuosa* (“prostituta”) frente a *respetuoso* (“que causa o mueve a veneración o respeto”), etc.

- p) Mención expresa a ambos sexos. Un caso muy corriente de sexismo sintáctico es el que ocurre cuando hay mención expresa a ambos sexos y es el masculino el que precede al femenino, a pesar de que no hay razón alguna que justifique este privilegio de un sexo sobre otro. Frente a esta regla que ha impuesto el uso, estableciendo una jerarquía en la pareja humana que privilegia al varón (*hombres y mujeres, señores y señoras*, etc.), el discurso mediático, que se esfuerza por no ser sexista, alterna el orden cada vez con más frecuencia¹². No obstante, este convencionalismo está fuertemente arraigado. En el ejemplo que presentamos a continuación, Fernando García Tola, seguramente en un esfuerzo por no dejar a la mujer ausente de su discurso, ha empleado en dos ocasiones dentro de un mismo párrafo el doblete *hombres y mujeres*:

Todos los días **millones de hombres y de mujeres** sacan un billete para el infierno e intentan dejar el pan, todos los días **millones de hombres y de mujeres** fracasarán en el empeño y convertirán los kilos que aborrecen en complejos que minarán su mundo emocional y pondrán su vida en gravísimo peligro (Fernando García Tola, “Hay que matar a los panaderos”, *El Mundo*, 24-XI-95).

¿Por qué no *millones de mujeres y hombres*?, o, todavía mejor, ¿por qué no *millones de sonas*?, usando así un término genérico que resulta más económico que el doblete. Posiblemente la respuesta esté en que los esquemas lingüísticos tradicionales, impuestos por ideología machista que ha imperado en la historia de la humanidad, pesan tanto que hasta a las plumas más fluidas les cuesta deslindarse de ellos.

Otras estrategias discursivas

Los medios de comunicación van tomando conciencia de que no se debe incurrir en el error semántico ni tampoco cifrar los discursos desde la referencia androcéntrica, es decir, restringiendo el sentido genérico mediante elementos semánticos masculinos.

No obstante, el sexismo en los discursos es bastante más sutil en muchos casos, como ha demostrado Catalá González y García Pascual¹³ en un trabajo realizado sobre textos

de prensa. En los textos periodísticos analizados aparece disimetría en las denominaciones, en las aposiciones, en el ámbito referencial y en la condición específica. Resumimos las ideas de estas autoras:

- a) La denominación es disimétrica cuando en el mismo texto se opone al término *mujer* la referencia a una profesión, lo que propicia la asociación de los nombres neutros a los varones, mientras que la condición sexuada de la mujer se convierte en su principal identidad, sustituyendo su identidad social. Así ocurre en el siguiente ejemplo, donde el sintagma *las mujeres* podría haberse sustituido por el de *las deportistas*:

Las mujeres triunfan en Valencia. Iber y Dorna acaparadores de títulos de balonmano y baloncesto (José Abril, 20-V-91)

- b) Numerosas aposiciones tienen como núcleo el término *mujer*; seguido de las denominaciones que indican su posición en lo público (*mujeres militares, mujeres jordanas, etc.*). Con este sistema redundante –que podría sintetizarse por medio del artículo (*las militares, las jordanas, etc.*)– de nuevo la identificación social o profesional de la mujer pasa a un segundo lugar y es su condición sexual lo que se percibe como sustancial.
- c) También se producen disimetrías si usamos sistemáticamente el género femenino cuando nos referimos a una mujer, pues queda encerrada en los límites de la condición femenina y se produce una restricción semántica. En estas ocasiones la no aplicación del género gramatical masculino a las mujeres las priva de las funciones semánticas neutras que éste adquiere en su valor de no marcado. Así sucede en la noticia “Kahlo es la artista latinoamericana más cotizada del momento” cuando lo que realmente se quiere decir es que “Kahlo es el artista latinoamericano más cotizado del momento”, pues si no hablamos, en este caso, en relación a la clase universal, se producen textos incorrectos gramatical, semántica y pragmáticamente.
- d) Con frecuencia se produce el solapamiento de lo masculino con lo universal, por ello, cuando una palabra tenga un referente universal, conviene recurrir al específico masculino:

La mayoría de los jóvenes varones tienen una mala opinión del servicio militar (M. González, *El País*, 30-VII-90)

2. Ejemplos sexistas en los medios de comunicación

A continuación vamos a comentar algunos casos de sexismo en los medios de comunicación¹⁴, centrándonos en tres aspectos: en primer lugar, en las metáforas (especialmente

relacionadas con la sexualidad y las relaciones jerárquicas); en segundo lugar, en la descalificación; por último, en la referencia al nombre propio.

2.1. Metáforas sexistas

Con frecuencia, los medios de comunicación incurren en el sexismo cuando utilizan metáforas, no para embellecer el discurso, sino para buscar el humor mediante la recurrencia al chiste fácil. Ejemplificaremos dos campos en los que, con facilidad, se generan metáforas sexistas: el de la sexualidad y el de las relaciones jerárquicas.

2.1.1. Sexualidad

Félix Rodríguez, en el capítulo "Metáfora y humor en el lenguaje político", incluido en *Prensa y lenguaje político*, recoge de los medios de comunicación una serie de ejemplos relacionados con la sexualidad, los cuales basan la metáfora y el humor en un lenguaje sexista. Entre ellos destacamos los siguientes:

Cuando converso con don Agustín siento como un extraño cosquilleo que erotiza mis reflexiones. De ser mujer, seguro estoy de haber caído en sus redes amorosas, que presumo peliagudas, con casi total certidumbre. No hay vuelta, Rodríguez Sahagún, siempre que se lo propone me lleva al huerto (*Época*, 5-IX-88, pág. 43) El Gobierno no quiere que le miremos debajo de las enaguas, no por el falso pudor de mostrar sus entretelas sino para que no veamos que lleva las bragas rotas (C, 16-II-87, pág. 11)¹⁵

Con motivo de los cruces léxicos —o lo que otros han llamado palabras telescopio, contaminaciones, acrónimos, fusión, etc.—, Félix Rodríguez recoge en su glosario el término *atetas*, formado por la fusión de ATE + tetas:

Está claro que el mito español, versión imperial, es Carmen Apolo, actriz protagonista de Salga de mi alcoba, señora... Además está más maciza que las estrellas de izquierdas y eso, a la hora de hacer la campaña electoral por los pueblos, pesa, qué duda cabe ("Carmen Apolo o las atetas del bunker", *Personal, Cambio 16*, 3-IV-77, pág. 95)¹⁶

Otro acrónimo chistoso sería *Diputísima*, formado por el sustantivo *Diputación* y el superlativo *putísima*:

Amadeo Marco, presidente de la Diputísima (la Diputación Foral en la jerga popular)... (*Cambio 16*, 1-I-78, pág. 18)¹⁷

2.1.2. Relaciones jerárquicas

Cuando se trata de establecer las relaciones jerárquicas dentro de los partidos o de las instituciones, con frecuencia, también se recurre a imágenes sexistas, en las que el término *padre*, o *hermano* en menor escala, refuerzan sus connotaciones de poder y liderazgo. Esto ocurre en el siguiente texto, citado por Félix Rodríguez, en el que el periodista Márquez Reviriego ilustra el cambio que se había llevado a cabo en Felipe González:

Seis años tardó el ilustre jurista [el ministro Mújica] en lograr su cartera. En ese tiempo pasó el dueño de su destino de ser un hermano a ser un padre, el padre por antonomasia, el que puede dar o quitar. En las primeras campañas electorales de la democracia, Felipe González era un hermano que trataba de arreglar la casa, hasta entonces mal llevada por otros miembros de la familia. Había que cambiar la gestión del negocio familiar... Ahora ya es un padre al que le molestan los cambios y que habla de continuar. Lo importante es durar, permanecer. (C, 1-VIII-88, pág. 26)¹⁸

Félix Rodríguez recuerda otras expresiones de este tipo. Así, los partidos menores de Izquierda Unida, aunados en torno al PCE (el llamado partido "madre"), se conocen en el argot de la coalición como los *pequeñecos*. Otro caso es el de Navarra, a la que se describió en un titular de *Diario 16* como "la abuela de las autonomías", etc.¹⁹

2.2. Sexismo en la descalificación

El insulto es un poderoso instrumento que utilizamos los seres humanos para humillar al interpelado. Adentrarse en los insultos supone profundizar en la mentalidad, los tabúes, los prejuicios,... A través de las descalificaciones que empleamos circulan muchos estereotipos que muestran comportamientos y actitudes sexistas. Los insultos dirigidos contra las mujeres nos revelan qué aspectos físicos y morales se les ha condenado al sexo femenino a través de la historia²⁰.

Gómez Torrego, en *El léxico en el español actual: uso y norma*, comenta cómo la novísima familia *maruja-marujón-marujeo-marujear*²¹ —muy de moda en los medios de comunicación— desprestigia a la ama de casa, pues está cargada de connotaciones negativas que relacionan a la mujer con el cotilleo, la afición a las revistas del corazón y los culebrones²². Las acepciones de esta familia léxica aparecidas en los medios de difusión, según Gómez Torrego, son las siguientes: *maruja*, "mujer que se dedica sólo a las labores de la casa, a ver los "culebrones" televisivos, revistas del corazón y con poca cultura"; *marujear*, "actuar como una maruja"; *marujeo*, "acción y actividad propias de marujas"; *marujil*, "propio de una maruja"; *marujón*, aumentativo despectivo de maruja²³. El término *maría*, con el significado jergal de "asignatura poco importante en los planes de estudio", también aparece en los medios de difusión en bastantes ocasiones.

Luque, Pamies y Manjón consideran en *El arte del insulto* que todos estos descalificativos basados en los nombres propios (*María, Maruja, Marujona, Maripuri, Maripili*) se aplican tanto a las mujeres que son amas de casa como a las que no lo son²⁴. En el *Diccionario del insulto* de estos mismos autores aparece recogida toda una serie de insultos derivados del nombre propio de *María* (“ama de casa sin aspiraciones intelectuales o vitales, maruja”) o de su forma apocopada *mari*. Entre ellos, destacamos los siguientes: *maribobales*, “tonta”; *maricándida*, “puritana, bienpensante”; *mariclaque*, “maruja que no tiene otra cosa que hacer que ir a aplaudir en los programas de televisión grabados en público”; *marigargajo*, “mujer muy sucia pero muy exigente en la limpieza ajena”; *mariguiñapos*, “mujer sucia y andrajosa”; *marimacho*, “mujer varonil, tanto por su aspecto como por su actitud; por extensión también significa lesbiana”; *marimandona*, “mujer muy autoritaria”; *maripili*, “mujer, generalmente soltera o divorciada, que gusta de andurrear por bares y lugares concurridos en busca de compañía masculina y juerga”; *maripuri*, “María, ama de casa”; *marisabidilla*, “persona pedantona o enterada”; *maritítulos*, “persona enterada que va presumiendo de sus méritos académicos”; *maritornes*, “criada, sirvienta; por extensión, también puede significar mujer grosera”; *maruja*, “María, ama de casa, por extensión, solterona, ordinaria y charlatana”²⁵.

Pero, al margen de los insultos basados en el término *maría*, hay otros muchos calificativos con matices sexistas que han estado y están presentes en los medios de comunicación. Así, Alfonso Guerra dijo sobre Margaret Thatcher, conocida como la “dama de hierro”, que en vez de desodorante se echaba tres en uno²⁶. Matilde Fernández, ministra de Asuntos Sociales en el gobierno socialista, fue calificada como “la Thatcher de la UGT”²⁷ por el vigor y firmeza que había mostrado en su carrera política. De modo similar, a Pilar Miró, quien fue directora de TVE, un periodista la denominó con la expresión “la seño de hierro”. A Isabel Tocino, “la Juana de Arco de la Derecha”²⁸. Cuando fue nombrada Rosa Conde ministra portavoz del gobierno de Felipe González, fue calificada de un modo despectivo como “ama de casa”, dándole un matiz de “señora de buena familia”²⁹. La periodista Maruja Torres bautizó a Esperanza Aguirre como “Aguirre o la cólera de Dios”³⁰.

2.3. Sexismo al referirse al nombre propio

Para no incurrir en sexismo conviene presentar a las personas como son, y no definir las en términos de sus relaciones con otras personas. En el periodismo español, cuando se trata de un hombre, con frecuencia, se reseña sólo el apellido, mientras que, cuando se trata de una mujer, se suele usar el nombre y el apellido o el nombre de pila precedido de alguna fórmula de tratamiento (señora o señorita).

Álvaro García Meseguer señala que hay un sexismo oculto en los tratamientos de cortesía *señora-señorita* frente a *señor*:

Los tratamientos “señora / señorita” corresponden en nuestra sociedad a mujer casada o soltera, respectivamente. En cambio, el tratamiento “señor” para varón es

independiente del estado civil. Se pone así de manifiesto cómo la cultura tradicional otorga la personalidad al varón por sí mismo, en tanto que a la mujer se la otorga en función de cuál sea su relación con el varón: si es casada (mujer de), merece un tratamiento; si no lo es (hija de), merece otro³¹.

En el siguiente ejemplo observamos un caso de asimetría, pues, al hombre se le llama por el apellido y a la mujer por el nombre de pila:

[...] [el hablante animó a los presentes a] llevar en volandas a Teófila a la presidencia, ya que tenemos la oportunidad histórica de que nos gobierne una mujer. No hay efecto Almunia pero sí hay efecto Teófila (Javier Arenas, *El Mundo*, 13-IX-99)

Este tratamiento desigual está cambiando y cada vez es más frecuente, sobre todo en los titulares de prensa, los apellidos a secas para referirse a mujeres, como ocurre en estos dos titulares de *El Mundo*: “De Palacio, confirmada” y “De Palacio puede controlar el Mercado Interior y Solbes, el presupuesto de la UE”³². Destacamos el tratamiento simétrico del segundo titular, donde los dos políticos son llamados por el apellido.

Según Alex Grijelmo, también viene siendo costumbre en los redactores anteponer el artículo femenino delante del nombre de las mujeres, rasgo rural o familiar, que no se toma como tal en el mundo del espectáculo, pero que no suena nada bien en el periodístico y, sobre todo, que rara vez se usa con nombres masculinos. Así ocurre en los siguientes ejemplos:

Como nadie abría la boca, la Tocino carraspeó y dijo que ella simplemente podía imaginar lo que el anónimo quería decir (*El Mundo*, 12-I-97)

Mientras Aznar se afana en reponer la rueda de repuesto y encuentra a quien quisiera sustituir al sustituto de la Ridruejo, los asuntos más importantes en Moncloa siguen su curso (*El País*, 7-II-97)³³

Lázaro Carreter ha advertido de la importancia de ese artículo femenino haciendo alusión a Dolores Ibárruri, llamada desde muy joven “La Pasionaria”. Así se le llamó durante la dictadura, sin embargo, sus partidarios políticos, advirtiendo que el artículo ante el nombre propio es despectivo y vulgar, lo suprimieron. Lázaro Carreter comenta:

[...] dos periódicos de contrario significado ideológico informaban el mismo día del estado de la enferma, uno con el titular “Leve empeoramiento de la salud de Pasionaria”, y el otro, “La Pasionaria continúa en estado muy grave” [...] Bastaría ese mínimo rasgo gramatical, presencia o ausencia del artículo, para deducir la adscripción ideológica de esos periódicos³⁴.

Lo que es cierto es que las vacilaciones a la hora de nombrar a los políticos han convertido a determinadas personalidades en verdaderos “problemas lingüísticos”³⁵. Así considera Anthony Gooch el caso de Margaret Thatcher, quien fue denominada como *la*

primera ministra británica, la primera ministra, la primer ministro, la primera ministro, la primer ministra, la presidente del Gobierno, la presidenta del Gobierno, la jefa del Gobierno, e incluso, la Prime Minister³⁶. El problema se resuelve con la fórmula la primera ministra, pues, según Álex Grijelmo, "cargos y títulos deben observar rigurosa concordancia de género con sus poseedores"³⁷.

Conclusión

Muchas son las estrategias morfológicas, semánticas y sintácticas que, cada vez con más frecuencia, están adoptando los medios de comunicación con la finalidad de que la mujer no salga malparada ni esté ausente en el discurso. Aunque tenemos conciencia de que estamos avanzando en el terreno del sexismo lingüístico, aún queda mucho por hacer, pues multitud de estereotipos circulan a través de la lengua revelando comportamientos y actitudes sexistas, como hemos visto en los ejemplos presentados en este trabajo. Por tanto, teniendo en cuenta la repercusión que tienen los medios sobre la lengua y las mentalidades, creemos que en sus manos está el contribuir a acelerar el proceso de igualdad entre los sexos.

NOTAS

Sobre este aspecto destacamos las contribuciones de LÁZARO CARRETER, F., *El dardo en la palabra*. Barcelona, Galaxia Gutenberg - Círculo de lectores, 1997. Así como los siguientes trabajos: A.A.V.V., *El lenguaje en los medios de comunicación*, Zaragoza, Asociación de la Prensa, 1990; HERNANDO, B. M., *Lenguaje de la prensa*, Eudema, Madrid, 1990; ROMERO GUALDA, M^a V., *El español en los medios de comunicación*, Arco/libros, Madrid, 1993.

Véase SALVADOR, A., "Sexismo y medios de comunicación", *Sexpol*, n^o 16, junio 1990, págs. 56-61, artículo en el que se inserta una bibliografía muy interesante sobre el tema.

GARCÍA MESEGUER, A., *¿Es sexista la lengua española? Una investigación sobre el género gramatical*, Barcelona, Paidós, 1994, pág. 24.

Véase LLEDÓ CUNILL, E., "Reflexiones sobre el sexismo y el androcentrismo. Sus repercusiones en la lengua", en MARCO, A. (ed.), *Estudios sobre Mujer, Lengua y Literatura*, Univ. de las Palmas de Gran Canaria y Univ. de Santiago de Compostela, 1996, págs. 137-151. Muchos de los ejemplos de este capítulo sobre androcentrismo están tomados de los medios de comunicación. *Ibid.* pág. 63.

Sobre el sexismo en el lenguaje de los políticos véase GUERRERO SALAZAR, S. y NÚÑEZ CABEZAS, E. A., "El sexismo y lo "políticamente correcto"", comunicación presentada en las *Jornadas sobre comunicación y género* (1-3 de diciembre de 1999, Universidad de Málaga), Asociación de Estudios Históricos sobre la mujer.

Por este doblete opta una carta de Izquierda Unida Los Verdes dirigida a la ciudadanía de Málaga con motivo de la subida de los impuestos municipales (noviembre 2000). La carta comienza con el encabezamiento *estimados/as vecinos/vecinas* y, posteriormente, se refiere a los *ciudadanos/as*, para luego nombrar sólo a los *ciudadanos, parados, ciudadanos*, etc., y otros masculinos genéricos. Unas veces recurre a colectivos como *ciudadanía*, sin embargo, en otra ocasión opta por el singular masculino *cada ciudadano*.

- 8 Así define García Meseguer los duales aparentes: "Aquellas expresiones femeninas cuyos homónimos en masculino significan algo distinto implican un fuerte sexismo heredado. Casi siempre son degradantes con respecto a las masculinas (por eso se denominan duales aparentes) y por ello conviene evitar su empleo" (GARCÍA MESEGUER, A., *¿Es sexista la lengua española?* ..., op. cit., pág. 30).
- 9 GARCÍA MESEGUER, A., *Lenguaje y discriminación sexual*, Montesinos, Barcelona, 1977, págs. 114 y 116.
- 10 Sobre los duales aparentes véanse los siguientes trabajos de CALERO FERNÁNDEZ, M^a A., "Términos y expresiones sexistas en español: los "duals aparentes" y los tacos", en *Actas do XIX Congreso Internacional de Lingüística e Filoloxía Románicas*, 1992 (Santiago de Compostela, 1989), págs. 371-380; "Misoginia y androcentrismo en la lengua española", en *Sexismo Lingüístico. Análisis y propuestas ante la discriminación sexual en el lenguaje*, Narcea, Madrid, 1999, págs. 87-159.
- 11 LUQUE, J. D., PAMIES, A. y MANJÓN, F. J., *Diccionario del insulto*, Ediciones Península, Barcelona, 2000.
- 12 Los políticos evitan cada vez más que el masculino se adelante al femenino, como una estrategia de modernidad para ganarse el voto de la mujer. En enero del 2000, Antonio Romero Ruiz, como candidato a la Presidencia de la Junta de Andalucía, dirigía una "carta abierta a la ciudadanía andaluza" que comenzaba "Estimada ciudadana, ciudadano."
- 13 CATALÁ GONZÁLEZ, A. V. y GARCÍA PASCUAL, E., "Ideología sexista y lenguaje", en CAMPILLO, N. y BARBERÁ E. (coord.), *Reflexión multidisciplinar sobre la discriminación sexual*, Valencia, NAU llibres, 1993, págs. 135-182. Publicado también en ediciones Octaedro, 1995.
- 14 Un trabajo interesante es el de CABRERA CASTRO, C., "El sexismo en la prensa española (una semana en Granada)", en *El sexismo en el lenguaje*, Málaga, CEDMA, 1999, págs. 341-351.
- 15 RODRÍGUEZ, F., *Prensa y lenguaje político*, Madrid, Instituto de Cultura "Juan Gil-Albert", Editorial Fundamentos, Madrid, 1991, pág. 123.
- 16 *Ibid.*, pág. 228.
- 17 *Ibid.*, pág. 232.
- 18 *Ibid.*, pág. 125.
- 19 *Idem.*
- 20 Sobre los insultos sexistas véase GUERRERO SALAZAR, S., "Sexismo lingüístico: Violencia verbal. Análisis de un diccionario del insulto", comunicación presentada en el *Congreso interdisciplinar sobre violencia y género* (29, 30 de noviembre y 1 de diciembre del 2000, Universidad de Málaga), Asociación de Estudios Históricos sobre la mujer.
- 21 No está admitida en el DRAE92.
- 22 GÓMEZ TORREGO, L., *El léxico en el español actual: uso y norma*, Madrid, Arco/libros, 1995, pág. 180.
- 23 *Ibid.*, pág. 318.
- 24 LUQUE, J. D., PAMIES, A. y MANJÓN, F. J., *El arte del insulto. Estudio lexicográfico*, Ediciones Península, Barcelona, 1997, pág. 184.
- 25 Es curioso el insulto masculino *marujo* (para el hombre cotilla), creado a partir de *maruja* (que abarca también al homosexual cotilla), aparecido recientemente en los medios de comunicación. El abogado Rodríguez Menéndez, refiriéndose a algunos periodistas de revista rosa que se dedican "al cotilleo y al marujeo" dice sobre ellos que "la mayoría de esta gente son marujas, no marujos" (Canal 2 Andalucía, *El Vagamundo*, 13-IX-00), haciendo referencia así a la homosexualidad.
- 26 Ejemplo citado por OM, A., *¡Manda huevos!*, Barcelona, Ediciones B, 1999, pág. 200.
- 27 *Cambio* 16, 18-VII-88, pág. 24. Ejemplo citado por RODRÍGUEZ, F., op. cit., pág. 138.
- 28 *Cambio* 16, 6-VI-88. Ejemplo citado por RODRÍGUEZ, F., op. cit., pág. 140.
- 29 *País Semanal*, 9-X-88, pág. 27. Ejemplo citado por RODRÍGUEZ, F., op. cit., pág. 133.
- 30 Ejemplo citado por OM, A., op. cit., pág. 140.
- 31 GARCÍA MESEGUER, A., *¿Es sexista la lengua española?...*, op. cit., pág. 26.

- 2 *El Mundo*, 8-VII-99.
- 3 Ejemplos citados por GRIJELMO, A., *El estilo del periodista*. Madrid, Taurus, 1997, págs. 506-507.
- 4 LÁZARO CARRETER, F., "El idioma del periodismo, ¿lengua especial?", *Asterisco*, nº 2, 1990, pág. 4.
- 5 Para esta cuestión resulta muy interesante el trabajo de NISSEN, U. K., "Sí, primera ministro. ¿Influye la feminización de los títulos de profesión en la interpretación del masculino en sentido extensivo?", en *Actas de las VIII Jornadas de Investigación interdisciplinaria. Los estudios sobre la mujer: de la investigación a la docencia*, Universidad Autónoma de Madrid, 1991, págs. 343-361.
- 6 GOOCH, A., "El lenguaje político español y el factor anglosajón", *Revista de estudios políticos*, 52 (nueva época), Madrid, julio-agosto, 1986, pág. 131.
- 7 GRIJELMO, A., op. cit., pág. 495. No obstante, la confusión entre género y sexo está a menudo detrás del debate sobre si es mejor la doble o la única forma para designar a los sexos. García Meseguer, que advirtió que, para referirse a la "dama de hierro", *El País* utilizaba la expresión *primera ministra*, mientras que el *ABC* prefería *primer ministro*, afirma que "[...] si bien ambas formas son correctas y ambas pueden ser defendidas desde una óptica feminista (correspondiendo cada una a diferentes estrategias), la dinámica social conducirá al empleo creciente de la forma única para ambos sexos, con valor de género común, en detrimento de la doble forma. En este punto, pues, considero al *ABC* más progresista que a *El País*" (GARCÍA MESEGUER, A., *Lenguaje y discriminación sexual*, op. cit., pág. 253). Sin embargo, hay quien no está de acuerdo con que el rumbo vaya a ser la forma única, dado que las mujeres cada vez ocupan más profesiones y se acuñan términos que reflejan su sexo. Véase LLEDÓ CUNILL, E., "Ministras y mujeres", en *En femenino y en masculino*, Cuaderno de educación no sexista nº 8, Madrid, Instituto de la mujer, 1999, págs. 46-49.