

OLGA CASTRO VÁZQUEZ

## Medios de comunicación e linguaxe non sexista

Novas vías para a reforma sociolectal

*Mass media and no-sexist language  
New ways for sociolectal reform*

**Resumo:** Esta achega pretende abordar a responsabilidade dos medios de comunicación na representación do xénero, entendido este en sentido polisémico como categoría social e categoría lingüística. A partir dunha análise crítica inicial, constatarei que a linguaxe que pon á nosa disposición o patriarcado é sexista, como sexista resulta tamén o retrato que das mulleres debuxan os medios de comunicación. Dende a convición (sustentada polos máis recentes estudos na materia) de que a linguaxe actúa como un elemento determinante na categorización e construción da realidade, cómpre recoñecer o papel dos medios de comunicación na creación, transmisión e consolidación de actitudes e comportamentos na audiencia, tanto normalizando o uso dunha linguaxe non sexista como fomentando a visibilidade e a presenza das mulleres en todas as esferas da vida social, política, económica e cultural. Xustamente o feito de operaren a este dobre nivel, lingüístico e social, convérteos nunha poderosa ferramenta política e ideolóxica coa que afrontar e lograr a reforma sociolectal.

**Palabras-chave:** feminismo; reforma lingüística; reforma social; linguaxe non sexista; medios de comunicación.

*Abstract: This contribution seeks to address the responsibility of the mass media in gender representation, understanding gender (in a polysemous way) both as a social and linguistic category. A critical analysis will allow me to assert that the language allocated to women by patriarchy is sexist, and that the representation of women by the mass media is also sexist. According to the most recent studies on this topic, I must emphasize the role of language in the construction of reality and, as a result, I must acknowledge the responsibility of mass media in creating, conveying and consolidating audience's attitudes and behaviours, both normalising the use of a Non-Sexist Language and encouraging the visibility and presence of women in all spheres of social, political, economic and cultural life. It is precisely the fact that the media plays a social and linguistic role what renders it a powerful political and ideological tool that can confront and achieve social/linguistic reform.*

**Keywords:** feminism; linguistic reform; social reform; non-sexist language; mass media.

## INTRODUCCIÓN

Non hai dúbida de que os feminismos<sup>1</sup> foron e seguen a ser un dos principais movementos sociais deste século. O seu impacto percíbese en moi diversas esferas e ámbitos da vida, en moitas sociedades de todo o mundo. Os movementos feministas loitan pola superación da discriminación de xénero e, como mecanismo para contribuír a acadala, por un maior recoñecemento das contribucións das mulleres á sociedade ao longo da historia, o que implica mudar moitas das prácticas culturais, sociais e históricas que continúan a perpetuar os sistemas de valores das sociedades patriarcais. Un dos moitos aspectos nos que se materializa esta aspiración consiste nun desexo de cambio da natureza patriarcal e sexista da linguaxe como elemento importante para a liberación das mulleres, logo de que os feminismos puxeran en evidencia a estreita relación entre as prácticas de discriminación lingüística e as realidades sociais (cf. Louky Bersianik, 1976; Dale Spender, 1990; Susanne de Lotbinière-Harwood, 1991; Sherry Simon, 1996; Maria Black e Rosalind Coward, 1998; Eva Espasa, 2003; Susan Ehrlich, 2004). E os medios de comunicación, na medida en que resultan importantes axentes socializadores e xeradores de valores nos que a sociedade se asenta, así como destacados axentes normalizadores de prácticas lingüísticas, desempeñan neste eido un importante e decisivo papel.

Con todo, un estudo detallado de como o sexismo se manifesta nas nosas vidas a través dos medios de comunicación requiriría unha análise da representación nos xéneros nos diferentes soportes mediáticos, nas diferentes programacións radiofónicas e televisivas, nas coberturas das seccións de prensa; requiriría igualmente unha análise do uso da linguaxe, das imaxes e da publicidade; así como da profesión do xornalismo, reflectindo a inserción laboral das mulleres nos medios, os tipos de contratos laborais de mulleres e homes, quen exerce os postos directivos, etc., o que en calquera caso sería amplo de máis para tratar nun só relatorio. Cómpre priorizar, e dado que considero que tanto a linguaxe como os medios de comunicación son poderosas instancias de socialización dos individuos, nesta achega limitareime a abordar o xeito en que

---

<sup>1</sup> Empleo o plural feminismos ou discursos feministas por considerar que se axusta máis á diversidade e pluralidade de correntes de pensamento cuxo fin último é a erradicación da discriminación e opresión que sofren as mulleres polo feito de seren mulleres, pois hoxe en día está amplamente recoñecido que non existe tal cousa como a identidade feminina universal (Gabriela Saldanha, 2003: 421). O feito de usar o plural feminismos pode contribuír así mesmo a evitarmos crear a imaxe do feminismo occidental (o máis próximo xeograficamente) como medida e paradigma de todos os feminismos.

os medios de comunicación representan ás mulleres mediante a linguaxe (transmitindo así sexismo lingüístico) e ao xeito en que realizan cobertura informativa das mulleres como suxeitos das súas informacións (fomentando o sexismo social). Desta maneira pretendo establecer un punto de partida dende o que crear un espazo para a reflexión crítica e conSciente acerca do papel dos medios de comunicación na percepción, difusión e construción do mundo, pois considero que só cunha reflexión conSciente se pode preparar o terreo para a posterior implementación de estratexias conducentes a acadar a reforma sociolectal que instaure unha lingua e sociedade non sexista.

Marcado o obxectivo, o primeiro que farei será afondar na influencia que a representación do mundo (sexa a través da linguaxe ou dos medios) exerce sobre a construción e categorización que da realidade efectuamos as persoas.

## A CATEGORIZACIÓN DA REALIDADE

### *O papel da linguaxe na construción da realidade*

Ao abordar o papel da linguaxe na construción da realidade, tradicionalmente defendíase un enfoque baseado nos principios da teoría de Saussure que consideraba a lingua como unha entidade estática, na que o significado e o significante tiñan unha relación allea ao uso activo da lingua, e na que a linguaxe constituía un construto arbitrario composto por un sistema de signos que simplemente se usaban para representar a realidade, polo que se entendía que, ante unha realidade, a única función da lingua era nomeala e reflectila.

Porén, a posterior crítica postestruturalista puxo en cuestión a relación presumiblemente non mediada entre lingua e realidade, destacando o carácter profundamente ideolóxico e político desa suposta 'transparencia' da linguaxe. E a partir de aí, os máis recentes estudos sociolingüísticos e neurocientíficos na materia concluíron que, se ben por unha banda é certo que a lingua reflicte a realidade, pola outra banda resulta igualmente fundamental recoñecer que tamén contribúe á súa formación e construción (Simon, 1996: 9; Anne Pauwels, 1998: 84), xa que as categorías (gramaticais) nas que pensamos e falamos representan de certo xeito a realidade na que vivimos. Isto vén a dicir que as nosas mentes, fondeadas no aquí e no agora, só acceden a imaxinar a realidade das cousas a través da lingua<sup>2</sup>, polo que pensamos

---

<sup>2</sup> Proba de que, dende o punto de vista social, só existe aquilo que ten un nome (ou aquilo do que xa se ten falado algunha vez) e proba tamén de que os conceptos novos non teñen expresión e non se pode falar deles até que se lles asigna

con palabras e conceptualizamos e imaxinamos aos seres humanos, á sociedade e o mundo que nos rodea mediante as linguaxes (sexan estas verbais ou visuais) que utilizamos para representalas. Deste xeito, aínda que non existe unha correspondencia directa e unívoca entre a realidade e os signos empregados para denominala, a correspondencia si se produce entre os signos empregados para falar da realidade e as imaxes que se crean na nosa mente como resposta a tales denominacións (Mercedes Bengoechea, 2004: 71).

Dado que a lingua constrúe a realidade, a realidade non é senón unha ilusión dos nosos sentidos. É dicir, non existe a realidade como tal, senón que o que existe é, a través da linguaxe, a nosa percepción dela, a nosa imaxe do mundo, a nosa visión encol da sociedade á que pertencemos e á súa cultura e historia. Ao sermos nós quen construímos a/s realidade/s mediante a nosa forma de representala, a nosa versión do mundo é necesariamente parcial e limitada por nós mesm@s, polos nosos coñecementos, polos nosos dogmas e pola nosa lingua. Mostra disto é que a nosa percepción da mesma realidade difire ostensiblemente cando os signos escollidos para expresala son 'terroristas asasinós' ou 'loitadores pola liberdade do seu pobo'; 'redistribución de recursos humanos' ou 'despedimentos'; 'ás mulleres concedéronlles o voto' ou 'as mulleres lograron o dereito a voto'; 'García obtivo o primeiro premio coa súa obra' ou 'María García obtivo o primeiro premio coa súa obra'; ou simplemente 'é alta' ou 'é alto', porque en realidade, o xénero lingüístico (esa categoría que forma parte esencial da estrutura léxica, sintáctica e morfolóxica de moitas linguas, e que afecta aos nomes esixindo a súa concordancia con outros modificadores) ten a responsabilidade de crear na nosa mente unha representación do sexo feminino ou masculino. Co obxecto de evitar moitas das críticas comúns que sosteñen que o xénero gramatical é unha categoría meramente arbitraria e que, en consecuencia, non ten ningunha relación cos sexos, propóñoame abordar a relación entre a categoría biolóxica sexo e a súa representación nos idiomas a través da categoría lingüística efectuando un repaso polo sistema de asignación de xénero (natural ou gramatical) dalgunhas das linguas que nos son máis próximas.

O inglés é o exemplo paradigmático dunha lingua con xénero natural, xa que outorga xénero masculino ou feminino unicamente a aqueles nomes que fan referencia a seres sexuados, sendo o resto de

---

unha palabra, é o estudo presentado por Celeste Bieber acerca dos comportamentos da tribo brasileira Pirahã, unha comunidade cuxa linguaxe só contén palabras para os números un e dous, e que en consecuencia é incapaz de explicar a diferenza entre catro obxectos situados nunha fileira (Bieber, 2004).

realidades de xénero neutro, algo que en efecto resulta 'natural' para as persoas falantes nativas. Así que, como regra xeral, sostense que as linguas con xénero natural seguen uns criterios semánticos de adquisición de xénero baseados nas características biolóxicas e sexuais do referente, xa que se utiliza o feminino cando o referente é unha muller e o masculino cando é un home, de forma que o xénero lingüístico e o sexo do referente 'sempre' converxen<sup>3</sup>. Por outra parte, idiomas como o galego, portugués, castelán, catalán, italiano ou francés, entre outros, posúen un sistema de xénero gramatical polo que outorgan xénero masculino ou feminino non só a seres humanos e vivos, senón tamén ás cousas inanimadas. Deste xeito, todas as realidades (obxectos sexuais e asexuais) teñen obrigatoriamente un xénero gramatical feminino ou masculino<sup>4</sup>, o que conduciu á teoría tradicional a afirmar que o sexo non equivale ao xénero e que, en consecuencia, o xénero lingüístico gramatical non é semántico, senón arbitrario, de forma que a representación do xénero nas linguas gramaticais non gardan relación coa vida real. Non obstante, xurdiron voces discordantes con esta premisa tradicional que basearon a súa argumentación nas teorías de Greville Corbett expostas na súa obra de referencia *Gender* (1991). Na obra, o lingüista francés pon en evidencia o fracaso da categoría de arbitrariedade como única para explicar o xénero lingüístico en idiomas como galego ou castelán, e demostra que a clasificación dos nomes na linguaxe segue principios semánticos, morfolóxicos ou fonolóxicos máis que arbitrarios, tanto no caso de referentes inanimados/asexuados como no de (e sobre todo) animados/sexuais. Precisamente neste último caso, e para o idioma galego, o sistema de xénero gramatical que atende maiormente aos principios semánticos pode resumirse coa existencia de palabras de dobre forma ('amiga' e 'amigo'); de palabras co xénero dobre ('a xornalista' e 'o xornalista'); e epicenos (palabras de forma única cun xénero gramatical determinado e invariábel, pero capaces de designar a seres de ambos os dous sexos como 'o bebé', 'a vítima', 'a persoa', 'a xente', 'a crianza', 'a

---

<sup>3</sup> Porén, existen excepcións a esta regra, pois por exemplo tamén se lle outorga xénero masculino ou feminino a seres inanimados e asexuais de acordo a estereotipos ou valores culturais. Explica Suzanne Romaine (1997: 58) que para referirse a barcos, coches, furacáns, países e outros obxectos utilízanse pronomes femininos, o que reflicte a perspectiva masculina na medida que os furacáns son forzas destrutivas e irracionais que os 'homes' necesitan dominar; mentres que os coches, barcos e avións (igual cás mulleres) son xeralmente propiedade do home.

<sup>4</sup> Hai outras linguas con sistema de xénero gramatical moito máis complexo que o galego, como é o caso do alemán, que incorpora tamén a categoría 'neutro', a cal pode atribuírse indistintamente a referentes sexuais ou asexuais.

señoría', 'o ser', 'o individuo', 'o membro', que tamén poden ter vertente de colectivos como 'o profesorado', 'a infancia', etc.). En palabras de Uwe Kjær Nissen, "se non temos en conta as referencias xenéricas e os así chamados nomes epicenos, os nomes femininos e masculinos que se refiren a seres humanos reflicten, na maioría dos casos, a distinción entre mulleres e homes" (2001: 254)<sup>5</sup>, polo que o suposto accidente gramatical se torna en discriminación non accidental (Ana Mañeru, 1991). En conclusión, os máis recentes estudos poñen de manifesto que cando os referentes son persoas, a asignación do xénero lingüístico está baseada principalmente en criterios semánticos tanto nas linguas con sistema natural como gramatical, xa que nestes casos sexo e xénero lingüístico converxen<sup>6</sup>, designando a mesma realidade e facendo que a concordancia adquira valor semántico.

O que non se nomea na linguaxe non existe na realidade, e o feito de non nomear ás mulleres fainas inexistentes na vida social. A linguaxe, nunca inocente, convértese nun poderoso determinante da realidade co que se transmite o pensamento e a cultura, e no control da orde simbólica por parte do grupo masculino a través do sexismo e androcentrismo verbal (que actuou como instrumento de representación e perpetuación da supremacía masculina) está a clave de que a sociedade patriarcal se constituíra como a dominante.

### *O papel dos medios de comunicación na construción da realidade*

---

<sup>5</sup> Todas as traducións das citas bibliográficas cara ao galego son miñas. Os exemplos noutras linguas recollidos en medios de comunicación conservan a lingua orixinal na que foron publicados.

<sup>6</sup> Dada que a asociación da morfoloxía coas categorías muller e home está tan profundamente arraigada, converxen até tal punto que, contra todo criterio lóxico, mesmo está presente no mundo inanimado, como demostra un experimento realizado con crianzas de entre 4 e 8 anos falantes nativas de galego e/ou castelán, as cales tiñan que debuxar como papá ou como mamá a obxectos inanimados. Todas as crianzas debuxaron como nai 'a lúa', 'a navalla', 'a auga', 'a choiva', 'a culler' e 'la leche', e como pai a 'o sol', 'o garfo', 'o leite', 'o vento', 'a choiva', 'a culler' e 'o coitelo' (Cf. Olga Castro, 2006: 169). Dende as fases máis temperás da socialización, as persoas falantes nativas de galego ven o mundo en masculino e feminino dependendo do xénero lingüístico que se lle atribúe a cada palabra, e por iso as palabras con referente inanimado poden tamén influír na categorización simbólica da realidade. Por outra parte, incluso nos epicenos (que son as excepcións) a concordancia se acaba establecendo por sexo e non por xénero como en "as familias celebran o Nadal xuntos" ou "a xente que vive neles son os que non poden permitirse vivir en ningún outro sitio" (ibid: 172) demostrando ademais que pensamos en masculino.

Malia que non en tanta medida nin do mesmo xeito que a linguaxe, os medios de comunicación tamén gozan dun grande peso na configuración do imaxinario colectivo, pois gozan dunha presenza privilexiada na vida das persoas (María José Sánchez et al., 2004). Así o reflicte o índice de consumo dos medios, que os sitúan como a segunda categoría de actividades das persoas (seguida do traballo remunerado) e como a actividade predominante no fogar (Manuel Castells, 2000). Esta exposición da cidadanía aos medios convérteos, sen dúbida, en poderosos axentes socializadores na configuración da cultura, das normas e dos valores nos que a sociedade se asenta, que acaban influíndo na aprendizaxe dunha determinada identidade (tanto a través da representación das mulleres como categoría social, como a través da propia linguaxe que empregan) en maior dimensión ca outros axentes socializadores como a familia, a escola ou os grupos de iguais, segundo a teoría da *Agenda setting* (Rosa Cobo e Ana Sánchez, 2004: 24).

### O SEXISMO NOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Os medios de comunicación constrúen a realidade á medida dos intereses das multinacionais e dos grupos de comunicación controlados por unha elite patriarcal, polo que a reprodución das mulleres nos medios responde aos criterios da sociedade androcéntrica. Así e todo, a grandes trazos cómpre circunscribir este feito dentro da denominada globalización neoliberal, que por unha parte potencia a exclusión das mulleres marxinándonos da xestión mundial (pois ao ser un modelo que coloca ao capital no centro, relega o humano á periferia e non ten, en consecuencia, ningún enfoque de xénero). E pola outra, conduce a unha homoxeneización ideolóxica froito das fusións e aglutinacións dos grandes grupos de comunicación. Esta tendencia á converxencia empresarial, en termos comunicativos, implica un grave atranco para a pluralidade ideolóxica e inflúe nos modos de produción do coñecemento e do pensamento ao herdarmos unha única visión androcéntrica dos procesos sociais.

Unha característica compartida pola maioría das sociedades (patriarcais) da actualidade é a actitude baseada no menosprezo e desvalorización do que somos e facemos as mulleres (Eulàlia Lledó, 1992: 12) así como a manifestación institucionalizada do dominio masculino na sociedade en xeral, que implica que os homes ostenten o poder en todas as institucións importantes e que as mulleres sexamos privadas do acceso a ese poder. E todo iso é precisamente o que Gerda Lerner (1986: 239) cualifica como sexismo, unha palabra acuñada por Sheldon Vanauken a finais dos anos 60, para referirse ao que Betty Friedan denominara no seu libro *The Feminine Mystique* (1963) como a

enfermidade que non ten nome. A cuestión do sexismo é transversal e impregna todos os ámbitos da sociedade, nos que adquire formas diferentes que van dende a máis evidente violencia física até outras formas de opresión e manipulación máis sutís (e polo tanto, máis difíciles de apreciar) pero non por iso menos daniñas, como o acoso psicolóxico, a linguaxe, a invisibilidade forzosa ou os estereotipos, que pasarei a analizar de seguido.

### *Representación a través da linguaxe*

Unha preocupación constante dos feminismos foi a de localizar a opresión e facer explícitos os mecanismos e relacións de poder que a producen e sosteñen. Pero máis alá das estruturas materiais e prácticas, a opresión das mulleres existe tamén nas auténticas bases do logos, do razoamento e da articulación, e estas abranguen os sutís procedementos lingüísticos e os procesos lóxicos a través dos cales se produce o propio significado.

En consecuencia, a partir dos anos 70 xurdiu unha preocupación encol do tratamento e da representación lingüística das mulleres, pasando a constituír, esta preocupación pola linguaxe, un dos alicerces da crítica á sociedade patriarcal. Así sistematizouse, por parte das teóricas feministas, o estudo da linguaxe e a análise empírica da relación entre lingua e xénero nas culturas occidentais. Nun comezo, os feminismos centráronse case exclusivamente en examinar as diferenzas e semellanzas da fala de mulleres e homes. Non obstante, este limitado campo de estudo viuse ampliado coa publicación en 1975 da obra de Robin Lakoff *Language and Women's Place*, coa que ficou inaugurado o estudo da interacción entre lingua e xénero, e máis especificamente, a análise do papel da linguaxe na opresión das mulleres.

A investigación da interacción entre lingua e xénero dende unha perspectiva feminista adquire unha importancia vital para as finalidades prácticas dos feminismos, na medida en que aborda a cuestión de como a linguaxe desempeña un papel na opresión das mulleres ou, dito doutro xeito, na medida en que aborda a exclusión das mulleres na linguaxe como un fenómeno que está na base da súa exclusión social.

### *Sexismo na lingua*

Unha das moitas manifestacións que adquire o sexismo é a discriminación das mulleres na lingua, dando pé a un sexismo lingüístico que se pode definir como todo aquel tipo de actitudes e comportamentos sexistas que se verbaliza e expresa mediante a lingua. Ao falar de sexismo na lingua, ademais de recoñecer a dimensión local deste concepto (na medida en que cada lingua representará de forma diferente os discursos



sexistas), pretendo incidir na súa dimensión universal, pois trátase dunha característica que está presente na linguaxe e nas diferentes linguas en xeral, tanto a nivel léxico como sintáctico. Ao tratarse dunha característica universal, a loita contra a discriminación lingüística, por sutil que esta resulte, tamén se torna fundamental para a loita feminista contra a opresión androcéntrica, xa que as linguas están presentes en todas as facetas da vida. As linguas son sexistas fundamentalmente en dúas fronteas. Por unha banda, representan ou nomean o mundo dende un punto de vista masculino e de acordo con crenzas estereotipadas sobre as mulleres, os homes, e as relacións entre amb@s, que nos mostran como seres menos significantes, reforzando así os roles e tópicos patriarcais. E pola outra, definen termos e usos que exclúen ou discriminan ás mulleres, ignorando e volvendo invisíbel a nosa presenza e logros.

### *Práctica da linguaxe sexista*

Ante a imposibilidade de analizar os tipos de sexismo en todas as linguas, neste apartado afondarei no sexismo como universal lingüístico, intentando recoller exemplos localizados nos idiomas próximos, pois só coñecendo as formas (locais) que adopta o sexismo lingüístico, poderemos decidir qué estratexias adoptar cando sexa preciso enfrontarse con el, co obxectivo último de evitar que a lingua continúe a manifestar e reforzar a dependencia e invisibilidade das mulleres en calquera esfera social. (Para unha análise pormenorizada, cf. Castro, 2006: 72-85 e María Xosé Queizán et al., 2002).

#### a) Dependencia e subordinación

O sexismo na linguaxe parte da asunción de que o masculino é a norma e o paradigma do ser humano. Isto, por unha banda, somete ao feminino a unha situación de dependencia e subordinación, pois como manifesta Luce Irigaray (1998: 122), engadir sufixos derivativos para formar termos que se refiren a mulleres, a partir dos termos que se refiren aos homes, contribúe á visión de que na linguaxe o elemento feminino se trata como secundario e cun status de dependencia (a 'tradutora' depende do 'tradutor', a 'duquesa' do 'duque', etc.). Esta subordinación volve poñerse de manifesto ao realizar buscas nos dicionarios. O criterio primordial de realizar buscas é o da orde alfabética. No entanto, este criterio non é consistente en canto ao xénero, xa que en lugar de presentar 'nena, -o', o termo que hai que buscar é 'nenos, -a'. Outra proba da subordinación é a famosa frase da escritora Aurèlia Capmany (apud Lledó, 1992: 39), de "una mujer y un perro atropellados por un coche", onde se constata que nin sequera é preciso que apareza un home para que a muller xa perda a súa identidade lingüística. Reflexiona Simon que a consecuencia gramatical de aceptar o masculino como a

norma, é o feito humillante de ter que poñer no masculino unha frase como "three hundred women and one (male) cat walked down the stree". (1996: 19)

Mulleres como 'pertenzas' ou 'complementos' dos homes reflíctense en frases do tipo "solicite un duplicado desta tarxeta para a súa esposa e fillos", "abono familiar para marido e cónxuxe: 100 euros" (que impide ser socia familiar dun club); ou "os membros do Parlamento e as súas esposas", podendo tan só concluír que a sutileza de frases coma estas, non pode impedir desenmascarar o discurso misóxino e patriarcal que agochan.

b) Baleiros lexicais e denominación da realidade dende a óptica masculino

A dependencia e subordinación das mulleres vese acentuada por utilizar palabras baseadas en atributos masculinos como 'cojonudo', 'caralludo', 'con dous collóns' ou 'vaya par de huevos' para referirse a calidades ou actividades positivas, mentres que 'coñazo' ou 'putada' se refire a acontecementos indesexados. Do mesmo xeito, a voz 'home', 'man' ou 'hombre' para referirse á humanidade pon de manifesto que a realidade se concibe sempre da óptica de varón, o que ademais resulta unha práctica invisibilizadora para as mulleres, como concluíu Janet Holmes tras realizar un experimento no que os títulos dos capítulos 'Social Man', 'Industrial Man' e 'Political Man' evocaban imaxes masculinas nunha proporción altamente maior que propostas como 'Society', 'Industrial Life' e 'Political Behaviour' (Holmes, 1992: 338).

En definitiva, a práctica de considerar ao home e/ou ao masculino como o prototipo da representación humana acaba comportando o agravante de que as diferentes linguas fracasan en ofrecernos ás mulleres vocabulario axeitado para denominar algunhas das experiencias vitais que nos son propias, creando baleiros lexicais. Estes reducen ás mulleres ao status de invisibilidade, deixando como única alternativa o véronos incluídas nas referencias lingüísticas propias dos homes.

O xeito en que as mulleres temos que reflexionar e experimentar situacións que só nós podemos vivir está en ocasións inzado de perspectiva masculina. No caso concreto do acto sexual, en inglés (igual que en galego e castelán) denomínase exclusivamente dende un punto de vista masculino ("penetration, fuck, screw, follar, foder, penetrar, joder"), mentres que unha perspectiva que tivese en conta ás mulleres sería "enclosure, engulfing, surrounding, absorber, rodear, abarcar, abrazar". Marina Yaguello tamén detecta baleiros no vocabulario erótico, dentro do que subliña o contraste entre a muller pasiva e o home activo e de que duns 1300 sinónimos de coito, tan só arredor de 80 o definen dende o punto de vista feminino" (1978: 160; apud Pauwels, 1998: 155). Así mesmo, en moitos dicionarios téndese a definir o pene como "órgano

masculino sexual de la copulación” e a vaxina como “órgano genital interno de la mujer responsable de la reproducción, formado por un canal de paredes musculares y revestimiento mucoso, que comunica el útero con la vulva”, sendo a vulva o “conjunto de las partes genitales externas de la mujer y de las hembras de los animales superiores” (Larousse, 1998). Isto, por suposto, constitúe un baleiro lexical que nos deixa ás mulleres sen órgano sexual! Tamén hai baleiros lexicais para designar calidades atribuídas ás mulleres nalgunhas circunstancias nas que son abondosas as palabras que designan a mesma calidade nos homes, como dá conta a carencia dun equivalente en feminino para o adxectivo ‘viril’ ou ‘potente’ referido a un home, pois as mulleres pasamos de ser ‘fríxidas’ a ‘ninfómanas’.

Máis mostras deste baleiro lexical pode supoñer que non haxa formas femininas para unha ocupación, como acontece cando o Diccionario de la Real Academia Española (1992) só inclúe entradas con xénero masculino para “albañil, alfarero, bombero, chófer, soldador”. Pola contra, cando non hai formas masculinas para unha profesión que empeza a ser desempeñada por homes axiña se introduce un novo termo para englobalo: no castelán, a profesión tipicamente feminina ‘enfermera’ está a substituírse polo pseudo-masculino xenérico ‘enfermero’ cando se fai referencia a profesionais da enfermería de ambos sexos, como demostra a frase “los enfermeros continúan con sus protestas para mejorar sus condiciones laborales” (emitido no Telediario 2ª edición de TVE-1, acompañado de imaxes que reflectían unha concentración concorrido por homes e, sobre todo, mulleres que exercen a enfermería: 13/06/2006, 21.25h), ou tamén a portada do xornal *Qué! Edición Madrid* (07/06/2006): “Una juez de Valencia prohíbe utilizar a los subalternos para servir agua, leche o refrescos. Las secretarias no son camareras, los enfermeros no son limpiadores, los administrativos no son recaderos”.

Un exemplo da dominación androcéntrica a través da lingua é como e quen decidiu, para o idioma inglés, que o pronome masculino se convertese no xenérico: en 1746, John Kirby presentou oitenta e oito regras gramaticais coas que corruxir a sintaxe en inglés, sentenciando que o masculino é máis comprensivo, posto que a persoa masculina responde ao “nome xeral”, que comprende tanto a homes como mulleres. Na busca de corroboración da súa teoría, preguntoulles que lles parecía aos seus colegas *varóns* da universidade e aos seus amigos *varóns*, quen afirmaron que por suposto tiña sentido; así que este excluínte criterio de Kirby, que carece do máis mínimo rigor científico, converteuse na súa *Gramatical Rule Number 21* (apud Spender, 1990: 148-149).

c) Pseudomascullinos xenéricos e pseudoepicenos

A utilización do masculino como presunto xenérico contribúe a falsear a realidade na medida en que invisibiliza a parte dos suxeitos a quen di representar, ademais de crear ambigüidades e equívocos.

De que o masculino xenérico non engloba ás mulleres é proba un fenómeno chamado “salto semántico” (Álvaro García Meseguer, 1984), que consiste en comezar un discurso referido a persoas utilizando un termo de xénero gramatical masculino e máis adiante, no mesmo contexto, utilizar expresións específicas que poñen en evidencia que anteriormente o autor/a se referira exclusivamente a varóns; “los ingleses prefieren el té al café. También prefieren las mujeres rubias a las morenas”, “los soldados estadounidenses en el frente echan de menos el alcohol y las mujeres” (*El País*, 26/01/91). Así, o salto semántico constitúe un sutil mecanismo de discriminación sexual, pois reforza no noso subconsciente a inxusta e tradicional identificación entre os conceptos home e persoa. Noutros casos, o masculino xenérico leva a situacións ambiguas, como se pode constatar no titular “El 75% de los españoles aceptaría un hijo homosexual, según un estudio” (*El País*, 28/12/1992) no que se oculta se as españolas están ou non incluídas na porcentaxe e se, en calquera caso, aceptarían tamén unha filla homosexual; ou mesmo a verdadeiros absurdos: “one man in two is a woman” (“un de cada dous homes é unha muller”, Anna Livia, 2003: 142).

Da invisibilización deixa constancia unha investigación empírica de Nissen (1997: 260) acerca de como @s falantes interpretan estas formas xenéricas en linguas con xénero gramatical: o autor pedía que, en tres cuestionarios cegos, se lle puxesen nomes propios ás persoas que protagonizaban a acción que el describía. A única diferenza entre os cuestionarios era que no primeiro o suxeito era ‘niños’ (e un terzo das persoas enquisadas puxo só nomes de nenos); no segundo o suxeito era ‘niños y niñas’ (e a metade dos exercicios incluíron nomes de nenos, e a outra metade de nenas); e no terceiro cuestionario o suxeito era ‘población infantil’ (co resultado de que un terzo dos exercicios foron cubertos con nomes de nenos). Isto pon de manifesto que tanto as formas masculinas como os epicenos ‘invitan’ a pensar no masculino, mentres que as formas dobres visibilizan a ambos colectivos. En consecuencia, se o obxectivo é facer ás mulleres visíbeis, as formas dobres revélanse como as mellores candidatas<sup>7</sup>.

---

<sup>7</sup> Nissen propúxose analizar estes resultados de acordo co sexo biolóxico das persoas que realizaron o experimento, e chegou á conclusión de que son os homes os que máis necesitan formas duplicadas para ‘ver’ as mulleres, pois os xenéricos e epicenos enténdenos como masculinos na gran maioría de casos: “aínda que tanto para homes como para mulleres a visibilidade das últimas aumenta coa utiliza-

Fica claro pois que os xenéricos masculinos se revelan como estratexias (e incluso agresións) do patriarcado que levan a ambigüidades na interpretación prexudiciais para as mulleres, pois se os homes teñen a vantaxe de sempre estaren incluídos en calquera enunciado, as mulleres deben facer un dobre esforzo para pescudar se o masculino que se está a utilizar ten función xenérica ou exclusivamente masculina, o que sen dúbida determina a (dobre) identidade lingüística das mulleres.

A nena debe aprender a súa identidade sexolingüística para renunciar inmediatamente a ela. (...) Primeiro, aprenderá que se dirixen a ela chamándoa 'nena', por tanto se oe frases como 'os nenos que rematen poden ir ao recreo' permanecerá sentada no seu pupitre, contemplando impaciente a tarefa concluída en espera de que unha frase en feminino lle abra as portas do ansiado recreo. Pero estas frases non adoitan chegar nunca. É máis probable que a profe diga, ao advertir que a nena xa rematou: 'Fulanita, dixeran que os niños que remataran', e se a nena segue por non decatarse, entón explicaralle que cando di 'nenos' estase referindo tamén ás nenas. Pero se incorre no erro de crer que a palabra 'neno' lle concerne por igual aos dous sexos, axiña verá frustradas as súas ilusións igualitarias. A hilaridade dos seus compañeiros ante a súa man alzada pódelle facer comprender bruscamente que tería sido mellor non darse por aludida en frases do tipo: "os nenos que queiran formar parte do equipo de fútbol que levanten a man". En casos coma este, a profe adoita intervir lembrando: 'Dixeran os nenos', ante o cal a estupefacta nena pensará: '¿Pero non dixera os nenos?'. (Montserrat Moreno, 1993: 31).

Comprobado que o masculino xenérico é discriminatorio e unha práctica lingüística sexista, e polo tanto non realmente xenérico (en adiante, pseudoxenérico) cómpre abordar agora o funcionamento dos epicenos, aqueles nomes comúns pertencentes á clase dos animados designan seres de ambos os dous sexos. Que na teoría poidan designar a ambos sexos non significa que realmente na práctica así o fagan: de acordo con numerosos estudos acerca da suposta (a)neutralidade dos xenéricos, evidénciase que malia seren formalmente neutros e funcionar como xenéricos inclusivos, na realidade os epicenos son semanticamente masculinos, pois reproducen na mente do/a falante e da/o ouvinte a imaxe do suxeito masculino, aínda que de xeito máis ou menos evidente dependendo das linguas (Cf. Virginia Kidd, 1971; Janice Moulton et al., 1978; Wendy Martyna, 1980; Moulton, 1981a; Cooper, 1984; Mykol Hamilton, 1988 e 1991; Elisabeth Wilson e Sik Ng, 1988;

---

ción das formas dobres, este aumento é moito maior no caso dos homes" (ibid). As mulleres xa 'ven' algunhas outras mulleres en enunciados con masculinos xenéricos, porque elas dende pequenas tiveron que aprender que en ocasións o masculino xenérico é excluínte e non as engloba.

Fatemeh Khosroshahi, 1989; Nissen, 1997; Friederike Braun, 1997; Ann Bodine, 1998). Un exemplo moi próximo de como os epicenos remiten na mente unha imaxe masculina é a interpretación dos apelidos, pois cando se le nunha referencia bibliográfica o apelido dun(ha) autora automaticamente se adoita deducir que se trata dun autor home (a non ser que se incorpore un nome). Esa dedución irreflexiva levou a que nun experimento (cf. Castro, 2006: 180) nove persoas (das dez consultadas) a non seren capaces de desvelar o seguinte enigma: “Pérez ten un irmán. Pero o irmán de Pérez non ten irmáns”, onde a resposta, evidentemente, é que Pérez é unha muller.

Aquí o contexto social xoga un papel fundamental, porque cómpre non esquecer que estamos a falar dunha sociedade na que os valores sociais dominantes respectan a ideoloxía patriarcal é que o significado é unha cuestión non só de relacións individuais, senón sociais, arraigadas en estruturas políticas. En definitiva, nin o masculino serve para representar lingüisticamente ás mulleres, nin as nosas mentes están libres dunha axenda política e ideolóxica, polo que ao utilizar unha lingua con pseudoxenéricos e pseudoepicenos estaremos utilizando unha artimaña máis do patriarcado que agocha unha mensaxe discriminatória.

#### d) Asimetría

Outra das marcas do sexismo na linguaxe é a asimetría. En primeiro lugar, esta asimetría é perfectamente visíbel nas formas de tratamento que se usan para expresar as relacións sociais entre persoas. En galego, a unha forma de tratamento para home (‘señor’) correspóndense dúas para mulleres (‘señora’, ‘señorita’) incorporando unha información sobre o estado civil que non se lle esixe aos homes e que non é senón unha forma de sometemento e de control. A asimetría é igualmente evidente no sistema patrilineal de transmisión de apelidos, o que fai que as vidas das mulleres e os seus logros sexan máis difíciles de localizar ao longo da historia. Se xa é sexista a práctica de recibir o apelido do pai en primeiro lugar seguido do da nai na sociedade galega, aínda o é máis a que se segue noutras latitudes onde o habitual é que as crianzas reciban unicamente un apelido (o do pai), que no caso das nenas, só perderán ao casaren, pasando a adoptar dende ese intre o apelido do seu marido. Así, dende que nacen dependen de homes: primeiro do pai, e posteriormente do marido.

Non cabe dúbida de que unha estratexia asimétrica é que mulleres que están nunha posición de igualdade ou superioridade cos homes, sexan representadas lingüisticamente como posuidoras dunha posición menos poderosa (mesmo eliminando os seus títulos profesionais), como

dan exemplo as frases “President Reagan and Mrs Thatcher”, “Sartre e Simone” ou o seguinte texto da Cadena Ser (22/06/2006):

Según la sentencia notificada hoy, la doctora Victoria Bonne, que también fue juzgada por estos hechos, ha sido absuelta [...]. El doctor Senderowicz y María Victoria Bonne fueron juzgados a finales del pasado mes de mayo [...]. La acusación particular, ejercida por los padres de Débora, recurrirá la sentencia, debido a que consideran que María Victoria Bonne fue la persona que derivó a la víctima a la consulta del doctor Senderowicz.

A asimetría leva tamén a presentar, de acordo coa presunción patriarcal, a un home heteroxéneo e a unha muller homoxénea (e con frecuencia definida pola súa sexualidade), como mostra o slogan da campaña para as eleccións ao Parlamento de Cataluña de marzo de 1992, nos que aparecían frases que, na súa versión traducida ao galego, viñan a dicir ‘traballador, muller, mozo, xubilado... vótanos!': implicitamente, nesta apelación está agochada a idea de que os homes poden traballar, vivir a mocidade ou a senectude, mais as mulleres só poden ser mulleres.

Ademais de todos estes elementos sexistas (palabras, expresións e regras gramaticais) nos que se reflicte a linguaxe androcéntrica, cómpre ter presente que o sexismo lingüístico tamén se pode reflectir no discurso en xeral, de xeito que pode haber palabras sen marcas sexistas que, interpretadas e/ou ditas segundo os postulados das normas sociais dominantes (patriarcais), adquiren significado sexista.

Dun xeito ou doutro, a linguaxe sexista fracasa en reflectir a realidade de forma fiábel, ou como di Deborah Cameron “distorsiona unha realidade na cal as mulleres e os homes camiñamos lado a lado cara a un futuro cada vez máis igualitario” (1998: 161). A linguaxe sexista é inválida dende o punto de vista estritamente lingüístico porque está ateigada de imprecisións e ambigüidades, pero sobre todo, porque as identidades de mulleres e homes están en grande medida construídas e transmitidas a través da linguaxe, e en consecuencia a súa permanencia eivará de xeito fatal o cambio social que está na axenda das e dos feministas.

#### *Representación a través dos contidos*

Ademais da linguaxe, os diagnósticos da realidade dos que parten as informacións continúa a ser androcéntrica en grande medida, pois nos medios é frecuente atoparse con tópicos que obstaculizan a plena igualdade no tratamento informativo.

a) Escasa presenza das mulleres

Como se desprende do Estudo realizado polo Instituto Oficial de Radio e Televisión e o Instituto da Muller (Pilar López, 2001), o colectivo feminino está amplamente infrarrepresentado nos medios de comunicación. As mulleres están presentes nun 15% dos informativos de radio e nun 18% dos informativos de televisión, e o tempo de voz que se lles asigna non pasa do 9% na radio e do 15% na televisión. Na prensa escrita acontece algo semellante, e para constatalo abonda abrir calquera día un xornal nas seccións de política, economía, internacional, etc, e descubrir unha extrema invisibilidade das accións desempeñadas por mulleres, o que pon en evidencia que os criterios de noticiabilidade responden aos intereses dunha sociedade androcéntrica e que non se valoran aqueles acontecementos que, malia ser tamén actualidade, non entran dentro do campo de visión da dominante ideoloxía patriarcal.

E por riba, nesa ínfima proporción de ocasións nas que as mulleres si están presentes, a súa representación (social e lingüística) responde a criterios baseados en estereotipos formulados dende un punto de vista androcéntrico.

#### b) Aparición estereotipada e punto de vista androcéntrico

En xeral, dende o punto de vista social, os estereotipos representan ás mulleres como seres pasivos e criaturas sexuais caracterizadas pola súa dependencia, beleza física, sentimentalidade, sensibilidade, en contraposición aos homes activos e criaturas racionais con fortaleza física, superioridade intelectual e independencia. As mulleres son obxectos, suxeitos dependentes, persoas con menor cualificación, e seres desvinculados do eido profesional e centrados na privacidade do fogar. Este último tópico ten unha importancia esencial polo seu un grande poder simbólico, pois afecta á construción identitaria, subxectiva e colectiva, de forma que dende a infancia, os nenos saben que o seu xénero é o que fai as cousas importantes e as nenas aprenden que elas fican fóra.

Da análise por seccións informativas realizada por María Rosa Berganza (2004: 175-184) despréndese que á parte dos guetos femininos e masculinos, na sección de deportes abonda unha invisibilidade da muller (só arredor do 7% dos contidos informativos de televisión mencionan a algunha deportista, por exemplo) e un énfase no extradeportivo (mentres que os relatos noticiosos que protagonizan os homes adoitan centrarse no seu xogo e logros profesionais, cando se trata de mulleres cobran moita maior importancia aspectos extradeportivos como o aspecto físico, a beleza, a vestimenta e cuestións relativas á vida persoal). Bo exemplo disto é a contraposición da crónica do torneo de tenis masculino e feminino no xornal *El País* (02/07/2002): "Feliciano despierta de su sueño. El toledano perdió ante



el brasileiro Sá y dejó escapar la ocasión de meterse en cuartos de final”, fronte a “Hantuchova gana el partido de las ‘bellas’ ”, facendo referencia a que un diario londiniense cualificara a esta tenista como a máis ‘sexy’ por mor das súas longas pernas que lle podían proporcionar importantes ganancias no mundo da publicidade.

En política hai unha excesiva familiaridade no trato, creando unha relación asimétrica cos homes, como demostra que no programa de Tele 5 *Pecado Original* (06/11/2003) se contraponían as declaracións da ministra Ana de Palacio (entón ministra de Exteriores) coas de Jesús Caldera (entón voceiro do partido da oposición), tratándoa/o de “Ana y Caldera”. Tamén en política se xulga ás mulleres polo seu aspecto físico, como dá conta a noticia publicada na sección Madrid de *El País* (10/11/2002) sobre a precampaña da candidata socialista Trinidad Jimenez: “enfundada en unos pantalones ajustados, botas y un jersey color naranja que le daba cierto aire informal (...) Más de uno se atrevió a piropearle: ‘Trini, pero qué guapa estás! Te vamos a votar hasta con la chupa de cuero’”. Ademais, xúlganse as políticas pola súa vida familiar e persoal, máis que pola súa traxectoria profesional, ou cando menos incídese no seu rol de nai e esposa<sup>8</sup>.

A sección de economía é na que se atopa unha menor presenza de mulleres obxectos de informacións (pois a súa presenza si é maioritaria ao falar do paro ou e contratos precarios). Aínda nesas escasas ocasións nas que aparecen mulleres directivas ou empresarias, o que predomina é un estatus vicario e hai unha total asimetría nos enfoques informativos, como dá mostra o seguinte texto de *El Mundo* (01/11/1998): “Por los suelos alfombrados pasó la belleza morena de Ana-Patricia Botín, siempre escoltada (nunca hubiere dama de caballero tan bien servida) por José Juan Ruiz, jefe del Servicio de Estudios del Banco de Santander y una de las mejores cabezas económicas hispanas”. Así, entres que de Botín se resalta unha cualidade física, de Ruiz ponse énfase na súa competencia intelectual. Por outra parte, como afirma Berganza (2004: 182), ao non aparecer o cargo Botín, para alguén que non a coñeza a impresión é que ela é a acompañante e que Ruiz ocupa un posto por riba dela na empresa.

En sociedade caracterízanse ás mulleres como vítimas (de violencia machista ou de catástrofes, guerras e traxedias) nunha porcentaxe dun 11,6%, fronte ao 3,6% de homes, segundo o estudo da IORTV 2001. Esta

---

<sup>8</sup> Abonda estes días con ler as entrevistas en prensa á candidata francesa Ségolène Royal, ou con lembrar a famosa resposta da presidenta chilena Michele Bachelet a un xornalista que lle preguntaba como compaxinaba o seu labor de nai e política, ao que a presidenta respondeu: “contestareille a esta pregunta cando tamén llela faga aos homes”.

visibilidade tan exacerbada nesta sección, acompañada dunha clara invisibilidade noutras seccións diferentes, trae canda si unha imaxe reducionista do colectivo feminino e unha distorsión dos roles que este colectivo desempeña na sociedade, reducindo as mulleres a históricas e choronas que espertan na audiencia a mágoa.

Finalmente, na sección de cultura, espectáculos e cinema realízase unha distorsión de xeito que se lle dá prioridade a unha frivolidade no trato da beleza, a roupa ou a vida sentimental fronte á profesionalidade das mulleres; á vez que abonda unha subordinación á figura masculina. Móstroa a noticia recollida por *ABC* na sección Gente (27/02/2002) titulada "Agresión neonazi a la ganadora de Operación Triunfo en Suecia", que comezaba tal como segue: "Javiera, una belleza latina con grandes ojos negros, melena oscura, un cuerpo aéreo lleno de elegancia y una voz golosa que pasa del susurro al grito con la misma sofisticación, es una de los tres finalistas elegidas por la Televisión Nacional y los telespectadores suecos para que represente a Suecia en el próximo festival de Eurovisión". Cómpre destacar que na información só se indica o apelido da cantante no pé de foto e que a agresión nazi (titular) non se recolle atea rematar coa descrición física da muller.

Aínda que todos estes estereotipos xa denotan un punto de vista androcéntrico, resulta ilustrativo mencionar a descrición (dende unha óptica absolutamente patriarcal) do crime da violación dunha muller publicada no tabloide británico *The Sun*. Tal como relata Kate Clark (1998: 183-197) nesta narración en lugar de centrarse no sufrimento da muller e na culpabilidade do agresor, a noticia facía énfase en que o marido da vítima fora atado á cabeceira da cama polo violador, e obrigado a ver como este último agredía sexualmente á verdadeira vítima, transmitindo así a idea de que o sufrimento do marido da muller violada fora incluso superior ao dela mesma.

## A INEVITÁBEL IDEOLOXÍA

Da exposición que veño que ofrecer constátase un uso da linguaxe patriarcal e unha representación patriarcal das mulleres. Daquela, como é que a cidadanía -e as mulleres en particular- aceptemos como válida a linguaxe patriarcal e a representación patriarcal da realidade? A única resposta posíbel é a 'inapreciabilidade' ou cegueira que padecemos e que nos impide ver o verdadeiro funcionamento destes mecanismos de poder (linguaxe e medios) así como o control que exercen na sociedade. Deste xeito, a realidade que transmiten os medios de comunicación e a linguaxe interiorízamola e facémola propia, asumíndoa como

parámetros do normal e natural (porque con insistencia e redundancia se nos amosan como predominantes), e vemos 'normais' as relacións xerárquicas desiguais entre mulleres e homes (ou anuncios de mulleres prostituídas nos xornais, pero non anuncios para branquear cartos).

Por outra parte, o que coñecemos as mulleres como feminino no patriarcado non é realmente o que as mulleres somos ou fomos no pasado, senón a imaxe construída de nós mesmas elaborada polo patriarcado. Ao vernos con ollos de homes, as mulleres estamos sendo alienadas<sup>9</sup> e relegadas a un contexto de dominio (Milagros Rivera, 1994) que ten como resultado que nas sociedades patriarcais mulleres e homes amosemos comportamentos (sexistas) semellantes á hora de empregar a linguaxe e á hora de realizar a representación das mulleres nos medios. Así, unha proporción máis alta de mulleres nos medios de comunicación non implicará necesariamente a alteración do modelo nin a construción de expresións simbólicas alternativas, porque a sociedade patriarcal 'interioriza' as súas concepcións da realidade a homes e mulleres por igual.

En resumo, os medios de comunicación transmiten mediante a linguaxe os sistemas de pensamento sexista, e mediante os contidos informativos transmiten actitudes sexistas. Ao faceren isto, están a proporcionar a base para que adquiramos acrítica e INconscientemente roles diferentes na sociedade e modelos de comportamento considerados en cada sociedade como universais e inherentes ao xénero humano, que actúan como organizadores INconscientes da acción. Isto leva a que, como mencionei, o sexismo estea tan arraigado no noso INconsciente, que acabe por verse como a situación 'normal' e por presentarse como incuestionábel. Non obstante, tal e como evidencian os discursos feministas, nin os roles son inherentes, nin o sexismo é o 'normal', pois o que se percibe como 'normal' e 'natural' (e por extensión, 'obxectivo') é en realidade aquilo acorde cos valores culturais e ideolóxicos dominantes na sociedade (neste caso, a linguaxe sexista e a representación androcéntrica das mulleres) que precisamente por iso os autoproclama obxectivo.

Dito doutro xeito, as teorías feministas poñen de manifesto que o pretendido uso 'natural' da lingua e representación 'normal' da realidade se revelan como unha ficción do patriarcado, de forma que non existe a obxectividade nin a neutralidade ideolóxica, senón que pola contra

---

<sup>9</sup> Sobre isto inflúe, obviamente, que en linguas como o galego ou castelán o primeiro uso da linguaxe que debemos facer as mulleres sexa aprender (dende ben pequenas) a expresarnos, falando dunha mesma en ocasións en feminino pero en ocasións en masculino, o que crea problemas de identidade sexual (respecto a cando empregar qué xénero lingüístico para falar dunha mesma) que perdurarán e marcarán toda a existencia.

a intervención ideolóxica está presente sempre, irremediabelmente, no desempeño de calquera actividade profesional. E como tal, a actividade xornalística tampouco pode ser neutra nin obxectiva (aínda que si honesta), e que un labor sexa sexista ou non sexista dependerá unicamente de como a/o xornalista aborde o seu traballo sempre condicionad@ pola súa ideoloxía, que deixa de ser a desviación da obxectividade, un filtro indesexábel polo cal @s profesionais perden a súa capacidade profesional, para converterse no “conxunto de valores e crenzas compartidas por unha comunidade dada que conforman interpretacións e representacións do mundo de cada individuo” (Xoán Manuel Garrido, 2005: 36). De acordo con este autor, a ideoloxía pode ser consciente se está activada pola manipulación consciente dun texto para servir a unha ideoloxía determinada ou pode ser inconsciente e identificarse coa ideoloxía dominante, definida como a compartida pola maioría da sociedade, composta polo contexto de valores e crenzas coincidentes, e dominante tanto en sentido numérico como porque apoia os intereses das clases dominantes. No tocante ao xénero, se a ideoloxía é consciente, esta pode ou ben defender os presupostos dunha axenda patriarcal (co que o seu traballo reproducirá o sexismo) ou ben os dunha axenda feminista (cunha lectura feminista que levará a adoptar estratexias acordes coas intencións políticas deste movemento). Pola contra, se a ideoloxía opera inconscientemente, a/o xornalista realizará unha lectura irremediabelmente patriarcal que lle fará perpetuar os valores dominantes na sociedade (patriarcal) á que pertence (quizais sen sabelo e mesmo negándoo, amparándose en que realiza o seu traballo de forma obxectiva), que precisamente por ser a dominante se ve como a ‘normal’, ‘natural’, incuestionada e defendida polo sistema. Noutras palabras, a adscrición á non ideoloxía, ficticia e irreal, implica precisamente adscribirse á ideoloxía dominante e a proxectar, de forma intencionada ou non, a ideoloxía patriarcal no labor profesional.

## REFORMA SOCIOLECTAL

Para que este traballo teña unha finalidade útil para a sociedade non debe quedar en identificar o sexismo social e/ou lingüístico, senón que debe propoñer vías alternativas aplicábeis de forma transversal nos diferentes ámbitos da sociedade, incluíndo por suposto o ámbito da linguaxe e dos medios de comunicación.

Malia que todos os feminismos concordan en que na sociedade patriarcal a situación das mulleres respecto do home non é de igualdade (dentro das diferenzas) e malia que coinciden en manifestar que a linguaxe é sexista, á hora de intentar sistematizar as estratexias para

erradicar o sexismo social e lingüísticoponse de manifesto unha rica variedade e pluralidade de enfoques. O punto de arranque de cada un deles é o xeito diferente de entender a relación entre a reforma lingüística e o cambio social, o que se materializa en dous interrogantes: Se implementamos un cambio social, reflectiranse esas mudanzas na linguaxe, producíndose así a reforma lingüística? Ou, pola contra, se implementamos un cambio lingüístico, producirase como consecuencia un cambio social?

Ao primeiro interrogante responden de xeito afirmativo aqueles enfoques tradicionais defensores de que a linguaxe é un espello da realidade patriarcal, polo que o sexismo e o androcentrismo na lingua só se poden superar co cambio social que implique a eliminación das estruturas sociais que producen e potencian esta utilización, o cal posteriormente si ocasionaría cambios na linguaxe. Porén, responden afirmativamente á segunda cuestión aqueloutros enfoques que parten de que a linguaxe é a institución fundamental da sociedade, non só por constituír a primeira institución que experimenta cada persoa, senón porque todas as demais institucións están construídas sobre os seus padróns regulatorios. Para estes enfoques, a linguaxe determina a construción da realidade, e a existencia dunha linguaxe sexista nunha sociedade contribúe a que esa sociedade tamén desenvolva comportamentos e actitudes sexistas, polo que a reforma lingüística tórnase obviamente en peza clave do proceso e na única capaz de asegurar o éxito dunha reforma social de aí resultante que conduza á igualdade entre os sexos, como moi ben sintetiza Michaela Wolf (2000: 137): “A linguaxe, malia ser un vehículo de significacións, é tamén un medio de cambio social. O uso dunha linguaxe inclusiva, ao nivel da palabra e do discurso, implica cambios en perspectivas que, á súa vez, actuarán como estímulo xeradores de cambios na acción humana e na realidade”. Para estes enfoques, a cuestión de linguaxe sexista e non sexista débese tratar non no campo estrito das equivalencias lingüísticas, senón como un elemento esencial das referencias culturais, porque implica que a linguaxe se usa baseándose en convencións sociais e non exclusivamente en regras pragmáticas, o que á súa vez implica que este proceso de opresión pode subvertirse mediante redefinicións do uso da linguaxe: como se represente ás mulleres na lingua vai ter consecuencias sobre como se valora e interpreta na sociedade.

Na miña opinión, o máis frutífero é adoptar un enfoque crítico integrador dos dous que veño de presentar, que consista en defender ambas as dúas reformas (a lingüística e a social) de xeito simultáneo para propiciar o que veño denominando como reforma sociolectal. A integración dos enfoques é necesaria porque, por un lado, eliminar as estruturas sociais que potencian o uso da linguaxe sexista non é dabondo para pórle

fin a este sexismo lingüístico que, ao radicar no INconsciente, tan difícil resulta de identificar. O cambio social non vai implicar unha modificación dos significados que a linguaxe transmite, e o exemplo témolo en que na actualidade a sociedade está a mudar -por exemplo, co acceso das mulleres a profesións que tradicionalmente lles estaban reservadas aos homes- mentres que as linguas se mostran remisas a incluír novas entradas nos dicionarios que reflectan esta nova realidade, ralentizando así a mudanza da nosa percepción da realidade. Mais, polo outro lado, considero que tampouco é moi frutífero esperar que o cambio lingüístico por si só force a evolución das mentalidades, porque a experiencia dános conta de como termos inicialmente introducidos para ser non sexistas e neutrais perderon a súa neutralidade inicial nas 'bocas' das comunidades e/ou culturais sexistas.

Débense reunir esforzos e traballar paralela e simultaneamente nas dúas direccións a prol da reforma sociolectal. Dende a primeira dirección, mudar a lingua será fundamental para poder mudar o xeito en que vemos a realidade, e para iso necesítase levar a cabo unha reforma lingüística. Precisamente, cómpre insistir en que nomear a realidade dun xeito diferente ao que se ve como 'normal', chamarase a atención da sociedade sobre o sexismo lingüístico, cuestionando a hexemonía dos valores subxacentes nos usos androcéntricos da linguaxe promovidos e autorizados polo grupo dominante na sociedade, para facer pensar sobre as implicacións do que se di e como se di, como un primeiro paso cara á concienciación, o cambio de actitudes e comportamentos sociais, e a evolución das mentalidades, o cal conducirá ao cambio social. Julia Penelope (1990: 213) mantén que comezar a ser conSciente das escollas lingüísticas obríganos a controlar/vixiar os nosos procesos de pensamento e fará posíbel que gradualmente sexamos capaces de DESaprender os modos de pensamento patriarcais, de xeito que a reforma lingüística se converte nunha poderosa fonte de *empoderamento* para membros de grupos desavantaxados. E aínda que a reforma lingüística sexa un proxecto non inmediato, senón a longo prazo, resulta de utilidade dende o primeiro momento da súa aplicación e implementación porque obriga ás/aos falantes a seren conScientes, e porque sensibiliza ás persoas acerca dos xeitos en que unha linguaxe é discriminatoria coas mulleres.

E dende a segunda dirección, mudar a realidade social e cultural mediante unha reforma eminentemente práctica tamén é fundamental para que os cambios lingüísticos prosperen de xeito que se transformen os modelos de comportamento que actúan como organizadores INconscientes da acción: "dado que a linguaxe sexista tamén reflicte claramente as estruturas sociais, a existencia de tales estruturas sociais tirará pola borda calquera posibilidade de éxito na reforma lingüística" (Eh-

rlich e Ruth King, 1998: 165). É dicir, para lograr un éxito no cambio profundo nas mentalidades das persoas e nos seus modelos de comportamento, a planificación lingüística debe entenderse sempre dentro do seu contexto social e da historia que produciu ese contexto (Robert Cooper, 1989: 183). E ademais, a reforma sociolectal debe ter sempre presente que o obxectivo da linguaxe non sexista non é mudar a forma das palabras porque si, senón mudar o repertorio de significados que unha lingua transmite. Trátase de redefinir máis ca de simplemente renomear o mundo. A sociedade debe ir mudando para ser receptiva aos cambios promovidos pola reforma lingüística, ao mesmo tempo que a lingua tamén debe ser transformada para representar e traducir a (redefinida) realidade de forma máis xusta en canto ao xénero.

#### *A responsabilidade dos medios de comunicación*

O papel dos medios de comunicación na reforma sociolectal é absolutamente imprescindible, dado que simultaneamente poden contribuír, por unha banda, á reforma social mediante un cambio nos contidos e na representación das mulleres, e pola outra, á reforma lingüística mediante a adopción dunha linguaxe non sexista.

Antes de enumerar algunhas das medidas que contribuirían a ambas reformas, cómpre ver, esquematicamente, os pasos a seguir para a súa implementación. Partimos de que na actualidade os medios son subministradores e difusores de modelos de comportamento sexistas (froito de concepcións patriarcais obsoletas) que, segundo se desprende dun estudo da autora Joana Gallego (2004: 60-65), están orixinados non tanto polos valores conscientes das/os xornalistas, como polas rutinas, prácticas e procedementos profesionais preestabelecidos, inconscientes, interiorizados e incuestionados, que operan a catro niveis (estrutura empresarial, cultura profesional xornalística, contexto sociocultural e idiosincrasia individual) e que propiciarán que, unha vez emitida, a mensaxe mediática sexa procesada e consumida pola opinión pública dun modo tamén pouco reflexivo.

Xa que logo, ao tratarse de actitudes inconscientes, o primeiro paso para poñer de manifesto a obvia necesidade de que a industria mediática se implique e incorpore a perspectiva de xénero (de forma transversal) ao seu quefacer cotiá para instaurar unha verdadeira sociedade do coñecemento, ha consistir precisamente en provocar unha reflexión consciente e crítica co obxectivo de mostrar as consecuencias perniciosas das prácticas xornalísticas e lingüísticas interiorizadas. Estas consecuencias evidencian a responsabilidade que teñen os medios no mantemento de modelos caducos e discriminatorios; invitan ao abandono da ficticia neutralidade e obxectividade (na que xa non poden seguir ampa-

rándose logo de constatar que, de non estar contribuíndo ao feminismo, se estarán lexitimando os dominantes e interiorizados valores do patriarcado); que fan comprender que estas prácticas, por ser INconscientes, lexitiman e perpetúan a sociedade patriarcal. A esta reflexión están chamadas/os quen dirixen os grandes grupos de comunicación que controlan e vixían os intereses capitalistas tan ligados á globalización e ao patriarcado; quen exercen o seu labor profesional como profesionais nos propios medios; e quen se encargan da formación formal dest@s xornalistas. Así mesmo, á propia cidadanía (que dende a óptica empresarial se converte nunha simple consumidora dos produtos mediáticos), débenselle fornecer elementos de reflexión para que poida interpretar mellor as múltiples mensaxes que recibe, cuxa produción e reprodución obedece a prácticas e procedementos ignorados pola maioría.

Unha vez realizada a chamada de atención e sensibilización, haberá que mostrar aquelas estratexias aplicábeis por parte das e dos xornalistas (e das e dos editor@s) para implementar a reforma sociolectal coa que cambiar esa realidade.

#### a) Reforma social mediante cambios no tratamento informativo

Hai máis dunha década, e en espazos tan relevantes como a reunión internacional de Bangkok sobre “A comunicación como fonte de poder para as mulleres” (1994); o simposio internacional sobre mulleres e medios de comunicación de Toronto (1995) e máis a IV conferencia mundial das Nacións Unidas sobre a muller celebrada en Beijing (1995), diferentes axentes sociais proclamaron a necesidade de introducir unha perspectiva de xénero transversal<sup>10</sup> (como instrumento para conseguir a verdadeira equidade sexual) en todas as cuestións de interese para as comunidades, @s consumidor@s e a sociedade civil, facendo fincapé na esixencia de modificar algúns dos contidos e tratamentos das mulleres nos medios e de actuar para que as mulleres ocupen maiores parcelas de responsabilidades dentro do mundo empresarial.

Para introducir a perspectiva de xénero no contido das informacións cómpre poñer en práctica unha serie de medidas que comezan pola redacción de novos libros de estilo nos que precisamente se marque esa perspectiva de xénero como un dos puntos de referencia da liña editorial (López, 2000). Aí mesmo, cómpre rachar cos escenarios tradicionais

<sup>10</sup> Segundo Marcela Lagarde (1996: 13) a transversalidade implica contribuír á construción subxectiva e social dunha nova configuración, a partir da resignificación da historia, sociedade, cultura e política dende as mulleres e coas mulleres. Esta definición supón rachar coa práctica habitual nos medios actuais que consideran que un tratamento equitativo dos xéneros pasa por, simplemente, representar ás mulleres con maior asiduidade.



das seccións e a representación que neles se fai das mulleres (non derivando por sistema todo o relacionado coas mulleres ao apartado de sociedade); fomentar un tratamento igualitario entre mulleres e homes dedicando tempos e espazos parellos a ambos sexos; erradicar a utilización dos roles e estereotipos tradicionais que clasifica valores e comportamentos específicos para mulleres e homes; readecuar o tratamento que se lle dá ás informacións sobre a violencia contra as mulleres (violencia patriarcal), evitando o sensacionalismo e presentándoa como unha violencia exercida de forma estrutural (e non só dende o ámbito doméstico e individual) que vulnera os dereitos humanos, á vez que aproveitando o espazo informativo para ofrecer orientación a outras vítimas por parte de persoas expertas; modificar os hábitos produtivos á hora de seleccionar as fontes de información, verdadeiras referentes e protagonistas da realidade; e cómpre avogar por unha linguaxe non sexista coa que rebater a suposta neutralidade do discurso patriarcal, para obrigarlle á(o)s falantes a pensar no que din, cavilar sobre a sociedade na que viven e en como ven ás outras persoas, e a reflexionar sobre o xeito en que traducen esas visións coa linguaxe (Cf. Cristina Cordeiro et al., 2004: 45-73; Marta Bach et al., 2000).

#### b) Reforma lingüística mediante a adopción da linguaxe non sexista

Estas políticas de cambio social, cómpre impulsalas tamén dende o eido da lingüística, chamando a atención sobre prácticas discursivas discriminatorias e implementando o uso dunha linguaxe non sexista, aquela que non discrimina, non estereotipa e non exclúe ás mulleres, senón que pola contra as fai visíbeis no discurso e na vida real. Logo de ver en apartados anteriores que formas adquire a linguaxe sexista para poder identificala e que elementos e/ou discursos a perpetúan nos textos, cómpre agora analizar de que xeito é posíbel reescribila/traducila como linguaxe non sexista, é dicir, cómpre ver de que estratexias dispomos á hora de reescribir textos en 'non sexista'.

A primeira estratexias é a da neutralización ou xeneralización, que consiste en substituír o termo sexista por un termo neutro para evitar especificar o xénero de forma explícita (por exemplo, 'veciñanza', 'mociñade', 'persoal docente', 'comunidade universitaria' ou 'non tiveron crianzas/non tiveron descendencia' en lugar de 'veciños', 'mozos', 'profesores', 'universitarios' e 'non tiveron fillos') co obxectivo de que o termo sen marcas de xénero se converta co tempo en verdadeiramente neutro para así conducir a actitudes non discriminatorias. Con todo, ao meu ver non é recomendábel abusar desta medida, porque como argumentei anteriormente, hai unha grande tendencia a entender os neutros e epicenos como masculinos: a existencia de expresións sen

marcas de xénero na linguaxe non significa que sexan utilizadas e interpretadas dun xeito neutral.

Outra das estratexias é a da feminización ou especificación, que consiste en facer abertamente visíbeis ás mulleres na linguaxe, promovendo unhas marcas do xénero gramatical explícitas e simétricas cando se designa a referentes humanos. Así, traendo á vida cotiá a existencia das mulleres cúmprese o obxectivo de cambiar mentalidades. A especificación reflicte na linguaxe mediante a aparición do xénero correspondente á persoa mencionada: se é unha muller utilízase o feminino; se é un home utilízase o masculino; se é unha muller e un home menciónanse explicitamente o xénero feminino e o xénero masculino; e de descoñecer o sexo da persoa en cuestión, tamén cómpre utilizar o feminino e máis o masculino. Para facer efectiva esta visibilización das mulleres existen diversos xeitos que se poden aplicar segundo conveña a cada situación, como o uso de parénteses, barras, guións, maiúsculas, arroba (@), e dobretes (repetición ou duplicación en contextos xenéricos), que na práctica da linguaxe se reflicte en enunciados como 'desa academia saen moi boas actrices e actores', 'os e as atletas fixérono moi ben na primeira xornada', 'as/os nais/pais que queiran ir de excursión', 'tod@s @s alumn@s deben entregar o xustificante agora', 'o/a tradutor(a)', 'ola a todas e todos', 'benvidas e benvido a este congreso', etc. Considero que esta estratexia ten a grande vantaxe de que facemos as mulleres sempre visíbeis na lingua, polo que é socialmente máis efectiva para acadar unha igualdade lingüística que non supoña a abolición das diferenzas, mostrando por exemplo que hai un cada vez maior número de mulleres en todas as áreas da forza laboral pagada. Ademais, ao non facer desaparecer a marca de xénero senón todo ao contrario, ao potencia e marca sempre, aprovéitase o xénero lingüístico que pasa de ser un instrumento opresor a un liberalizador (Pauwels, 1998: 87). E así, o termo con marcas de xénero gramatical axuda a visibilizar as mulleres ás que representa, e se a linguaxe moldea a estrutura do noso pensamento isto será propicio para o cambio social.

Entre os aspectos negativos desta estratexia, destaca que coa feminización ponse de relevancia que o 'normal' e paradigmático é o masculino e que o feminino se forma a partir del, de xeito que marcar de forma explícita os nomes de persoas de sexo feminino con sufixos derivativos perpetúa a situación de dependencia que padecemos as mulleres respecto dos homes ('duque' é a norma, 'duquesa' é o hipónimo). Ante este problema, as teorías feministas da linguaxe defenden o uso do termo feminino con marcas de xénero sempre anteposto ao termo en masculino, evitando dar a impresión de que o feminino evoluciona a partir do masculino ou depende del. Unha crítica máis contra esta estratexia é

que a incorporación de arrobas, trazos, barras, etc., entorpece o texto e crea unha linguaxe antinatural e afastada da gramática. Contra isto, os feminismos poñen en evidencia que o uso de arrobas, barras, trazos, etc., non pode acabar creando unha linguaxe antinatural porque a linguaxe en si mesma, e como xa argumentei, nunca é natural, senón un construto social e unha cuestión de hábito. Outra das críticas que se lle fai á estratexia de feminización é que unha das súas materializacións sexa a duplicación do xénero gramatical, por oporse ao principio de economía da linguaxe. Con todo, cómpre lembrar todas esas frecuentes ocasións nas que, de forma patente, non se respecta a economía da linguaxe, como cando na descrición dun obxecto determinado se nomean todas as súas cores (para seguir as leis do mínimo esforzo abundaría con dicir 'esa pelota é de cores', mentres que é frecuente facer triplicacións para facer visíbeis todas as cores presentes no obxecto: 'esa pelota é azul, laranxa, branca, vermella e amarela').

Ademais destas dúas estratexias de feminización e neutralización, na outra parte da dicotomía existen enfoques que entenden, a grandes trazos, que non é funcional nin produtivo levar a cabo pequenas reformas ou modificacións nunha lingua inventada polos homes, porque nunca será suficiente para transmitir as experiencias das mulleres. Estes enfoques avogan por unha linguaxe libertaria que, entre as súas múltiples variantes posibles, busque chamar a atención da presenza das mulleres ou ben mediante un trastorno lingüístico (alteracións semánticas, neoloxismos, innovacións lingüísticas, etc.) ou ben mediante a creación dunha lingua totalmente nova centrada na experiencia feminina (coa utilización por exemplo do feminino xenérico). Con todo, trátanse principalmente de cambios utópicos que, na miña opinión, dificilmente calarán na sociedade de forma permanente polo baixo grao de aceptación e seguimento.

En definitiva, e logo deste repaso polas diferentes estratexias que a crítica textual feminista pon á nosa disposición para utilizarmos unha linguaxe non sexista, considero que ningunha destas estratexias constitúe un compartimento estanco claramente delimitábel. Pola contra, unhas e outras son intercalábeis e utilizábeis en función da lingua, da situación ou contexto do discurso, do obxectivo concreto que busquemos con cada enunciado, así como do tipo de sexismo lingüístico 'específico' que iramos evitar.

## CONCLUSIÓNS

A linguaxe e os medios de comunicación son instrumentos de dominación ideolóxicos do patriarcado que reproducen e perpetúan a discriminación dos sexos. Non se pode tolerar xa máis unha comunicación que

sostaña un sistema opresor das mulleres, como tampouco se pode permitir a perda do potencial dos medios de comunicación como normalizadores lingüísticos (cos que normalizar unha linguaxe non sexista)<sup>11</sup> e como construtores de realidades alternativas máis acordes cos tempos presentes que transmitan unha imaxe da mulleres máis desexábel.

Os medios de comunicación gozan na sociedade actual dunha importancia tal, que se erixen en vías fundamentais para desempeñar un papel protagonista na contribución aos cambios sociais e lingüísticos que, conxuntamente, están chamados a presidir o avance da sociedade cara a unha sociedade que recoñeza o valor e respecto das diferenzas para, deste xeito, acadar a verdadeira igualdade entre os xéneros.

### BIBLIOGRAFIA

*O sistema Harvard-Apa de citas e referencias bibliográficas establece que ao longo dun artigo débese incluír unicamente a inicial e apelido das autoras e autores. No entanto, considero que esta supón unha forma de invisibilizar ás mulleres, pois todas e todos tendemos (¿inconscientemente?) a crer que tras un apelido sen marca de xénero radica a presenza masculina. Por este motivo, cada vez que cito a unha nova autora ou autor no texto explícito expresamente o seu sexo a través da inclusión do seu nome, malia que en citas posteriores conservo xa tan só o apelido. Do mesmo xeito e co mesmo fin, na bibliografía que aparece a continuación inclúo o nome completo (con segundo apelido de ascendencia materna, de figurar así no material consultado) de todas as autoras e autores. Opino que esta é unha norma da APA en función dun criterio pragmático, que debe ser modificada respondendo a un criterio lóxico e ético.*

Bach Arús, Marta; Altés Rufias, Elvira; Gallego Ayala, Joana; Plujà Calderón, Marta; e Puig Mollet, Montserrat. (2000). *El sexo de la noticia: Reflexiones sobre el género en la información y recomendaciones de estilo*. Barcelona: Icaria.

Bengochea Bartolomé, Mercedes e Gutiérrez San Miguel, Begoña. (2004). "La categorización masculina del mundo a través del lenguaje". En Pilar López Díez (Ed.), *Manual de información en género* (pp. 69-106). Madrid: IORTV e Instituto de la Mujer.

Berganza Conde, María Rosa; Selva Masoliver, Marta; Solá Arguinbau, Anna e Alarcón García, Pity. (2004). "El discurso genérico en la prensa, el cine y la publicidad". En Pilar López Díez (Ed.), *Manual de información en género* (pp. 173-200). Madrid: IORTV e Instituto de la Mujer.

---

<sup>11</sup> O presidente da Mesa pola Normalización Lingüística, Carlos Callón, sintetiza nesta entrevista diferentes argumentos tocante ao potencial de normalización lingüística dos medios [http://www.apeneira.com/entrevistas/carlos\\_callon.htm](http://www.apeneira.com/entrevistas/carlos_callon.htm) [Última consulta: 02/10/2006].

- Biever, Celeste. (2004). "Language may shape human thought". *NewScientist.com*. Disponível en: <<http://www.newscientist.com/article.ns?id=dn6303>> (Última consulta: 31/04/2006).
- Black, Maria e Coward, Rosalind. (1998). "Linguistic, Social and Sexual Relations: A Review of Dale Spender's *Man Made Language*". En Deborah Cameron (Ed.), *The Feminist Critique of Language*. pp. 100-118) Londres e Nova York: Routledge.
- Bodine, Ann. (1998). "Androcentrism in Prescriptive Grammar. Singular 'they', Sex-indefinite 'he' and 'he or she' ". En Deborah Cameron (Ed.), *The Feminist Critique of Language*. (pp. 124-140). Londres e Nova York: Routledge.
- Braun, Friederike. (1997). "Making Men out of People: the MAN principle in translating genderless forms". En Helga Kotthoff e Ruth Wodak (Eds.), *Communicating Gender in Context*. (pp. 3-30). Amsterdam: John Benjamins.
- Cameron, Deborah. (1998). "Lost in Translation. Non Sexist-Language". En Deborah Cameron (Ed.), *The Feminist Critique of Language*. (pp.155-163) Londres e Nova York: Routledge.
- Castells, Manuel. (2000). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura, vol. 2. El poder de la identidad*. Madrid: Alianza.
- Castro Vázquez, Olga. (2006). *Tradución e cambio social. Elementos de análise para unha tradución non sexista*. (Traballo de investigación tutelado do programa de doutoramento Tradución e Paratradución dirixido por Burghard Baltrusch). Consulta na biblioteca da Facultade de Filoloxía e Tradución da Universidade de Vigo.
- Cobo Bedía, Rosa e Sánchez Bello, Ana. (2004). "El sistema sexo/género. La construcción de la Agenda Setting desde los medios". En Pilar López Díez (Ed.), *Manual de información en género* (pp. 11-36). Madrid: IORTV e Instituto de la Mujer.
- Cooper, Robert. (1984). "The avoidance of androcentric generics". *International Journal of the Sociology of Language* 50: (pp. 5-20).
- Cooper, Robert. (1989). *Language Planning and Social Change*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Corbett, Greville. (1991). *Gender*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Cordeiro López, Cristina; Rodríguez Gil, Alixe; Herrero Oiarzábal, Amaia; e Ruiz Cascajar, Patricia. (2004). *Libro de estilo para evitar el sexismo en los medios de comunicación*. Bilbao: Bilgune Feminista.
- Ehrlich, Susan. (2004). "Linguistic Discrimination and Violence against Women: Discursive Practices and Material Effects". En Robin Tolmach Lakoff (editado por Mary Bucholtz), *Language and Woman's Place*. (pp. 223-228). Oxford: Oxford University Press..
- Ehrlich, Susan e King, Ruth. (1998). "Gender-based Language Reform and the Social Construction of Meaning". En Deborah Cameron (Ed.), *The Feminist Critique of Language* (pp. 164-182) Londres e Nova York: Routledge.
- Espasa, Eva. (2003). "A Gendered Voice in Translation: Translating like a Feminist". En José Santaemilia (Ed.), *Género, lenguaje y traducción. Actas*

- del Primer Seminario Internacional sobre Género y Lenguaje* (pp. 328-335). Valencia: Universitat de Valencia i Generalitat Valenciana.
- Gallego Ayala, Joana (Dir.); Altés, Elvira; Cantón, María José e Soriano, Jaume. (2002). *La prensa por dentro. Producción informativa y transmisión de estereotipos de género*. Barcelona: Los libros de la frontera.
- García Meseguer, Álvaro. (1984). "El salto semántico". En prensa. (*El País*, 08/03/1984).
- Garrido Vilariño, Xoán Manuel (2005) "Texto e paratexto. Tradución e Paratradución". En *Viceversa, revista galega de tradución* (pp. 31-39).
- Hamilton, Mykol. (1988). "Using masculine generics: does generic 'he' increase male bias in the user's imagery?" *Sex Roles* 19 (pp. 785-799).
- Hamilton, Mykol. (1991). "Masculine bias in the attribution of personhood. People = Male, Male = People". *Psychology of Women Quarterly*, 15 (pp. 393-402).
- Holmes, Janet. (1992). *An Introduction to Sociolinguistics*. Londres: Longman.
- Irigaray, Luce. (1998). "Linguistic Sexes and Genders". En Deborah Cameron (Ed.), *The Feminist Critique of Language*. (pp.119-123) Londres e Nova York: Routledge.
- Jenkins, Mercilee e Kramarae, Cheri. (1981). "A thief in the house: women and language". En Dale Spender (Ed.), *Men's Studies Modified: The Impact of Feminism on the Academic Disciplines* (pp. 11-22). Oxford: Pergamon Press.
- Khosroshahi, Fatemeh. (1989). "Penguins don't care but women do: a social Identity Analysis of a Whorfian Problem". En *Language in Society* 18:4. Nova York: Cambridge University Press.
- Kidd, Virginia. (1971). "A study of the images produced through the use of the male pronoun". *Moments in Contemporary Rhetoric and Communication* (pp. 25-30).
- Lagarde, Marcela. (1996). *Género y feminismo*. Madrid: Horas y horas.
- Lakoff, Robin Tolmach. (1975). *Language and Woman's Place*. Nova York: Harper & Row.
- Lerner, Gerda. (1986). *The Creation of Patriarchy*. Nova York e Oxford: Oxford University Press.
- Livia, Anna. (2003). "One Man in Two is a Woman: Linguistic Approaches to Gender in Literary Texts". En Janet Holmes e Miriam Meyerhoff (Eds.), *The handbook of Language and Gender*. (pp. 142-159). Oxford: Basil Blackwell Publishers.
- Lledó Cunill, Eulàlia. (1992). *El sexismo y el androcentrismo en la lengua: análisis y propuestas de cambio*. Barcelona: Institut de Ciències de l'Educció; Universitat Autònoma de Barcelona.
- López Díez, Pilar. (2000). "La construcción mediática de género en los libros de estilo". En López de la Vijeja, Teresa (Ed.), *Feminismo del pasado al presente*. Salamanca: Universidad de Salamanca.
- López Díez, Pilar. (2001). *Representación de género en los informativos de radio y televisión*. Madrid: IORTV e Instituto de la Mujer.
- López Díez, Pilar (Ed.). (2004). *Manual de información en género*. Madrid: IORTV e Instituto de la Mujer.

- Lotbinière-Harwood, Susanne de. (1991). *Re-Belle et Infidèle. La traduction comme pratique de réécriture au féminin-The body bilingual. Translation as a rewriting in the feminine*; Montréal: Les éditions du remue-ménage / Toronto: Women's Press.
- Mañeru Méndez, Ana. (1991). "El género: ¿accidente gramatical o discriminación no accidental?". *Actas de las VIII Jornadas de Investigación Interdisciplinar*. Madrid: Universidad Autónoma.
- Martyna, Wendy. (1980). "Beyond the 'He/Man' Approach: the case of non-sexist language. *Signs* 5 (3): (pp. 482-493).
- Moulton, Janice. (1981). "The Myth of the Neutral 'Man' ". En Mary Vetterling-Braggin (Ed.), *Sexist Language*. (pp-100-115). Totowa, NJ: Littlefield and Adams.
- Moulton, Janice; Robinson, George e Elias, Cherin. (1978). "Sex Bias in Language Use: Neutral Pronouns That Aren't". *American Psychologist* 33: (pp. 1032-1036).
- Nissen, Uwe Kjær. (1997). "Do sex-neutral and sex-specific nouns exist?: The way to non-sexist Spanish". En Friederike Braun e Ursula Pasero (Eds.), *Kommunikation von Geschlecht. Communication of gender* (pp.222-241). Pfaffenweiler: Centaurus.
- Nissen, Uwe Kjær. (2001). "Gender in Spanish. Tradition and Innovation". En Marlis Hellinger e Hadumond Bussmann (Eds.), *Gender Across Languages: The Linguistic Representation of Women and Men*. Vol. 2 (pp.251-279). Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.
- Queizán, María Xosé; Sau Sánchez, Victoria; Fraga, Cristina; de los Riscos, Engracia; Menéndez, Isabel, et al. (2002). *Mujeres en medio. Repaso crítico a los medios de comunicación y su lenguaje*. Madrid: Ameco. Red Internacional de Mujeres de la Comunicación.
- Rivera Garretas, María Milagros (1994) *Nombrar el mundo en femenino: pensamientos de las mujeres y teoría feminista*. Barcelona: Icaria.
- Saldanha, Gabriela. (2003). "Investigating Gender-Related Linguistic Features in Translation". En José Santaemilia (Ed.), *Género, lenguaje y traducción. Actas del Primer Seminario Internacional sobre Género y Lenguaje* (pp. 420-432). Valencia: Universitat de Valencia.
- Sánchez Leyva, María José e Caffarel Serra, Carmen. (2004). "Los medios de comunicación como constructores de sentido y significado". En Pilar López Díez (Ed.), *Manual de información en género* (pp. 201-217). Madrid: IORTV e Instituto de la Mujer.
- Simon, Sherry. (1996). *Gender in Translation: Cultural Identity and the Politics of Transmission*. Londres e Nova York: Routledge
- Spender, Dale. (1990). *Man Made Language*. Londres, Pandora.
- Pauwels, Anne. (1998). *Women Changing Language*. Londres : Longman.
- Penélope, Julia. (1990). *Speaking Freely: Unlearning the Lies of the Fathers' Tongues*. Nova York: Pergamon.

- Romaine, Suzanne. (1997). "Gender, grammar and the space in between". En Helga Kotthoff e Ruth Wodak (Eds.), *Communicating Gender in Context*. (pp. 51-76). Ámsterdam: John Benjamins
- VVAA. (1998). *Pequeño Larousse 1999 de la lengua española*. Barcelona: Larousse.
- Wilson, Elisabeth e NG, Sik. (1988). "Sex Bias in Visual Images Evoked by Generics: A New Zealand Study". *Sex Roles* 18 (3/4), (pp. 159-168).
- Wolf, Michaela. (2000). "The Third Space in Postcolonial Representation". En Sherry Simon e Paul St Pierre (eds), *Changing the Terms. Translating in the Postcolonial Era* (pp.127-145). Ottawa: University of Ottawa Press.

### *Bibliografía de referencia non citada*

- AAVV. (2002a). *Comunica Igualdade a través da imaxe. A imaxe das mulleres nos medios de comunicación*. Santiago de Compostela: Servizo Galego de Igualdade da Xunta de Galicia.
- AAVV. (2002b). *Comunica Igualdade: Linguaxe non discriminatoria nos medios de comunicación*. Santiago de Compostela: Servizo Galego de Igualdade da Xunta de Galicia.
- Alario Trigueros, Carmen; Bengoechea Bartolomé, Mercedes; Lledó Cunill, Eulàlia e Vargas Martínez, Ana (2004) *Nombra: la representación del femenino y masculino en el lenguaje*. Madrid: Instituto de la Mujer.
- Altés Rufias, Elvira e Gallego Ayala, Juana. (2004). "Estereotipos y roles de género en los medios de comunicación". En Pilar López Díez (Ed.), *Manual de información en género* (pp. 37-68). Madrid: IORTV e Instituto de la Mujer.
- Alvarado, Manuel; Gutch, Robin e Wollen, Tana. (1987). *Learning the Media*. Londres: Macmillan.
- Asociación Española de Mujeres Profesionales de los Medios de Comunicación*. Consultado en en <<http://www.nodo50.org/ameco>> (21/09/2006).
- Bengoechea Bartolomé, Mercedes. (2003a). "La representación de la agencia femenina en las secciones políticas de cuatro diarios españoles". *Estudios de Sociolingüística* (pp.563-588). Vigo: Universidade de Vigo.
- Bengoechea Bartolomé, Mercedes e Calero Vaquera, María Luisa. (2003b). *Sexismo y redacción periodística. Guía de Estilo*. Valladolid: Junta de Castilla y León.
- Creedon, Pamela (1989), (Ed.), *Women in Mass Communication*. Londres: Sage.
- Donis Cerezo, Julia e Cuesta Rico, Juan. (2004). "Tratamiento de la violencia masculina contra las mujeres". En Pilar López Díez (Ed.), *Manual de información en género* (pp. 145-172). Madrid: IORTV e Instituto de la Mujer.
- Guerrero Salazar, Susana. (2002). *Medios de comunicación y español actual*. Málaga: Ediciones Aljibe.
- Hall, Stuart. (1997). (Ed.) *Representation. Cultural Representations and Signifying Practices*. Londres: Sage.



- López Díez, Pilar. (2004b). "La mujer, las mujeres y el sujeto de feminismo en los medios de comunicación". En Pilar López Díez (Ed.), *Manual de información en género* (pp. 107-144). Madrid: IORTV e Instituto de la Mujer.
- Menéndez Menéndez, María Isabel. (2003). *El cuarto poder, ¿un poder de mujeres?*. Oviedo: Milenta Muyeres.
- Meyers, Marian. (1997). *News Coverage of Violence Against Women*. Londres: Sage.
- Pearsons, Judy; Turner, Lynn e Todd-Mancillas, William. (1993). *Comunicación y género*. Barcelona: Paidós.
- Rakow, Lana. (1989). "A Bridge to the Future. Re-Visioning Gender in Communication". En Pamela Creedon (Ed.), *Women in Mass Communication*. Londres: Sage.
- Ramonet, Ignacio. (2003). "Pensamiento único y nuevos amos del mundo". En Noam Chomsky e Ignacio Ramonet (Eds.), *Cómo nos venden la moto. Información, poder y concentración de medios*. Barcelona: Icaria.
- Sánchez Aranda, J.J.; Berganza Conde, María Rosa; e García Ortega, C. (2003). *Mujer publicada, mujer mal-tratada. Libro de estilo para informar en los medios de comunicación sobre la mujer*. Pamplona, Instituto Navarro de la Mujer.
- Sau Sánchez, Victoria. (1989). *Diccionario ideológico feminista*. Barcelona: Icaria.
- Torres, Carmen (Ed.). (2000). *Género y comunicación. El lado oscuro de los medios*. Santiago de Chile: Isis Internacional, Ediciones de Mujeres.
- Valle, Norma; Hiriart, Berta; Amado, Ana María. (1996). *El abc del periodismo no sexista*. Santiago de Chile: Fempress. <[http://www.mujaeresnred.net/news/article.php3?id\\_article=103](http://www.mujaeresnred.net/news/article.php3?id_article=103)> (16/09/2006).

•

*Olga Castro Vázquez* traballou como profesora invitada na Facultade de Tradución da Universidade de Vigo, sendo Licenciada en Xornalismo pola Universidade de Santiago de Compostela (2002), e en Tradución e Interpretación pola Universidade de Vigo (2004). Obtivo o Diploma de Estudos Avanzados no programa de doutoramento 'Tradución e paratradución: modos culturais e políticas de tradución' (2006) cun traballo de investigación titulado *Tradución e cambio social: elementos de análise para unha tradución non sexista*. É integrante do grupo de investigación *Feminario: Feminismos e Resistencias. Teorías e Prácticas*. Na actualidade está a realizar a súa tese de doutoramento sobre as interaccións entre feminismos e tradución. E-mail: [olgacastro@uvigo.es](mailto:olgacastro@uvigo.es).

