

**Sexismo en el lenguaje de las noticias.
El papel de la prensa en la educación lingüística**

Susana Guerrero Salazar
(Universidad de Málaga, España)

Resumen:

Los medios de comunicación ejercen una influencia idiomática superior a la del sistema docente, por lo que pueden contribuir a erradicar el sexismo lingüístico, pues son, junto con las redes sociales, un canal para debatir sobre él, denunciarlo y combatirlo.

Dado que el papel de la prensa en la educación lingüística es fundamental, en el siguiente trabajo reflexionaremos, por un lado, sobre las consecuencias del androcentrismo y de los rasgos sexistas del discurso periodístico, y, por otro, sobre la necesidad de fomentar las alternativas al masculino genérico y el uso de las formas femeninas de los cargos y profesiones.

1. El papel de los medios de comunicación ante el sexismo lingüístico

El lenguaje se ha construido históricamente sobre una situación de desigualdad entre mujeres y hombres, por lo que reproduce y legitima la discriminación, unas veces por exclusión, omisión o anonimato; otras, por subordinación o por denigración.

Desde los años 70 se vienen publicando magníficos trabajos sobre la lengua española que han aplicado la perspectiva de género a la Sociolingüística, a la Lexicografía, a la Lexicología y al Análisis del Discurso. Así, expertas lingüistas (entre ellas, M.^a Ángeles Calero, Esther Forgás, Eulalia Lledó, M.^a Luisa Calero, Mercedes Bengoechea, Ana M.^a Vigara, Aurora Marco, Ayala Castro, Medina Guerra, Guerrero Salazar, etc.) han demostrado que el habla de mujeres y hombres es diferente y que los distintos usos sexistas han quedado fijados en la imagen estereotipada de las mujeres que está presente en la paremiología, en los tacos e insultos, en los eufemismos, en los neologismos, en los diccionarios y en los discursos periodístico, publicitario, político, administrativo, jurídico y coloquial (Guerrero Salazar 2012a: 66 y 2012b: 60).

Tradicionalmente la prensa ha sido un vehículo de divulgación lingüística, a través del cual se transmite un conocimiento experto sobre la lengua que llega a un público heterogéneo y con diversos grados de instrucción. Sin embargo, el conocimiento generado por estas lingüistas sobre el denominado *lenguaje de género*, *lenguaje inclusivo*, *lenguaje igualitario* o *lenguaje no sexista* ha llegado de manera muy escasa y, sobre todo, sesgada, pues los medios de comunicación seleccionan como noticia solo aspectos polémicos o muy

llamativos. Ahí, evidentemente, reside su poder: en la selección de la información y de las voces de autoridad. En este sentido son un instrumento esencial en la transmisión de valores y de ideología sobre la lengua.

A través de la prensa podemos ver que existen diferentes perspectivas entre lo que la lengua “debe ser” –según los criterios establecidos por las distintas Academias de la Lengua Española¹– y lo que “es” en un ámbito social determinado (Fajardo Aguirre 2011: 55), pues en ella se debate sobre los diversos usos lingüísticos y sobre la percepción que posee la comunidad lingüística sobre la sociedad en la que se producen y reciben.

De esta manera, se presentan distintas posturas, individuales o colectivas, sobre todo en términos de aceptación o reprobación de determinadas palabras o expresiones que afectan a las mujeres. Esto genera un debate interesante pero reduccionista, pues la polémica se centra en aspectos muy particulares y fáciles de parodiar, como sucedió en 2008 con la ministra española Bibiana Aído cuando dijo *miembra* o, una década más tarde, con la política Irene Montero al decir *portavozas*. En los dos casos son feminizaciones reivindicativas que tratan de hacer visibles a las mujeres, sin embargo, al no adecuarse a las normas fijadas por la RAE, se han tomado como excusa para ridiculizar a las políticas y tratarlas de ignorantes:

Montero defiende decir “portavoza” para dar visibilidad a las mujeres (elpais.com, 9-II-18).

Contra la imbecilidad: la palabra ‘portavoza’ hace más machista el idioma (elconfidencial.com, 10-II-18).

La gilipolítica Irena Montera (okdiario.com, 11-II-18).

Por medio de este tipo de noticias la prensa difunde las distintas actitudes ante el *lenguaje de género* (Llamas Saíz 2013, 2015 y Guerrero Salazar 2018) y contribuye a crear un determinado imaginario sobre feminismo y lenguaje, esto es, un discurso dominante en este sentido. Sirva de ejemplo este otro caso:

La RAE arremete contra el ‘lenguaje inclusivo’ que exigen las feministas [titular]
“Una empresa no paga a sus trabajadoras porque el convenio dice ‘trabajadores’”. Esta noticia, que recogía la Cadena Ser, recorría ayer las redes sociales con un halo de indignación. Según la empresa ‘Aceites y Energía Santa María’, sus tres trabajadoras no han cobrado por el género escrito en el convenio colectivo. Si bien a Comisiones Obreras les ha sorprendido “el argumento que la empresa ha dado para no pagar”, en Twitter lo ha hecho otra cosa: la posición de la RAE.

¹ Nos referimos a las veintitrés Academias existentes en el mundo que conforman la Asociación de Academias de la Lengua Española (ASALE), cuya comisión permanente está en Madrid (España), donde se encuentra también la sede de la Real Academia Española (RAE) .

La actriz Alicia Murillo compartía en su red social la noticia, interpelando directamente a la Real Academia: “Como la RAE vuelva a decir que el lenguaje inclusivo no sirve para nada ponemos a sus miembros (y miembras) a trabajar en esta empresa”. La institución, que nunca ha aceptado “el desdoblamiento indiscriminado del sustantivo”, no tardó en responder: “Quizá la insistencia en afirmar que el masculino genérico invisibiliza a la mujer traiga consigo estas lamentables confusiones”. Su contestación le ha valido numerosas críticas por parte de los usuarios, quienes les han acusado de antifeminismo. (elconfidencial.com, 5-VI-18).

Tan solo unos días más tarde (el 8 de junio) veía la luz una noticia sobre el desacuerdo que había suscitado en las redes sociales la respuesta de la RAE sobre denominar “Consejo de Ministras” al recién constituido gobierno de España, el cual, por primera vez en la historia, estaba compuesto mayoritariamente por mujeres. Así se expresaba la RAE a través del servicio de consultas que ofrece a través de Twitter con la etiqueta #RAEconsultas:

Hemos declarado que el uso de «Consejo de Ministras» no es aceptable, pues el femenino, como término marcado de la oposición de género, solo incluye en la referencia a las mujeres, y en el nuevo Gobierno hay ministros.

Y, finalmente, que puede usarse con entera normalidad la fórmula «Consejo de Ministros», pues ahí el masculino gramatical, como término no marcado, engloba en la referencia tanto a los hombres como a las mujeres.

Las redes sociales manifestaron su desacuerdo a la Institución y animaban a usar el femenino “Consejo de Ministras” como si fuera genérico, aludiendo a que si el uso lo consolidaba, la RAE tendría que aceptarlo:

“Consejo de Ministras” no es correcto [antetitular]

Muchas mujeres, en desacuerdo con esta afirmación de la RAE [antetitular] (noticiasdenavarra.com, 10-VI-18).

El debate generado demuestra que la lengua española está evolucionando para adaptarse a las nuevas realidades y que ha obligado a la Academia a reconocer, en otro tuit, que la forma “Consejo de Ministras y Ministros” es aceptable:

Hemos dicho que la fórmula «Consejo de Ministras y Ministros» es gramaticalmente aceptable si se desea evidenciar la presencia significativamente mayoritaria de mujeres en el nuevo Gobierno.

El hecho de que el nuevo gabinete, casi al completo, jurara su cargo aludiendo a la forma desdoblada “Consejo de Ministras y Ministros” y no siguiera al pie de la letra el juramento (cuya fórmula es “Consejo de Ministros”) ha significado un respaldo público al lenguaje de género y así lo han contado los medios de comunicación:

Lenguaje inclusivo gana su primera batalla a la RAE [titular]

[...] ¿Cómo referirse al nuevo gabinete español? Si las mujeres son mayoría, ¿se trata de un Consejo de Ministros o de Ministras? Al final, durante la toma de posesión, los funcionarios como la prensa optaron por llamarlo Consejo de Ministras y Ministros, a pesar de las recomendaciones de la Real Academia Española, que en repetidas ocasiones ha catalogado como incorrecto el uso del lenguaje inclusivo, al considerar que el género masculino engloba a hombres y mujeres; no así con el femenino, al que considera excluyente. (milenio.com, 11-VI-18).

Estas noticias dan cuenta de cómo la profunda transformación social que ha supuesto el que las mujeres hayan conseguido llegar a lugares reservados únicamente a los hombres ha propiciado usos lingüísticos más igualitarios. Pero no siempre los medios ayudan a difundir el lenguaje inclusivo, pues, en ocasiones, se convierten en un instrumento de perpetuación de rasgos sexistas, haciendo caso omiso de las recomendaciones sobre el uso igualitario que vienen publicándose desde los años ochenta (Guerrero Salazar 2007).

Para detectar dichos rasgos podemos emplear la *regla de inversión*, que consiste en sustituir los términos femeninos por los correspondientes masculinos, y a la inversa, de modo que si la expresión resultante es extraña, probablemente estemos usando de manera sexista nuestra lengua. Puede ocurrir que al intentar practicar la regla de inversión lo que encontremos sea un vacío léxico, es decir, la imposibilidad de contar algo en femenino o en masculino, lo cual resulta bastante revelador, pues lo que no se nombra es tan importante como lo que se nombra. Es lo que sucede en el siguiente titular con la expresión *segundas damas*, referida a Cecilia Attias y a Ségolène Royal, exesposas, respectivamente, de los presidentes Nicolas Sarkozy y François Hollande; se trata de una expresión neológica construida por analogía a *primera dama* (como se denomina en algunos países a la esposa del presidente de la nación):

Las ‘segundas damas’ de la campaña (elmundo.es, 3-V-12).

Es imposible aplicar la regla de inversión a este titular porque no tenemos ninguna palabra que designe al esposo (y mucho menos al exesposo) de la presidenta. La razón es que la lengua no crea nada que no sea necesario y, en el caso que nos ocupa, sucede, por un lado, que todavía hay pocas presidentas y, por otro, que apenas sabemos nada de sus cónyuges, pues ellos no suelen abandonar su vida para apoyar la carrera política de su pareja.

2. Consecuencias del androcentrismo en la prensa

Al analizar la prensa, descubrimos fácilmente una perspectiva androcéntrica, mediante la cual se nos presenta el discurso como si solamente existiera el sexo masculino. Se trata de una visión parcial, pues valora lo masculino como si englobara todas las experiencias humanas.

El androcentrismo se advierte no solo en la manera de nombrar, sino también en lo no nombrado, en lo que queda oculto o excluido y, por tanto, discriminado. Por ello, conviene prestar especial atención a la utilización de palabras, expresiones y estructuras que, aunque pueden pasar desapercibidas por su cotidianeidad y porque cuentan con el respaldo de la tradición, no manifiestan un trato igualitario hacia los dos sexos. Y esto puede ocurrir, como vamos a ver, con el abuso del masculino genérico, con la utilización de un léxico estereotipado, con el uso en masculino de los nombres de las profesiones prestigiosas cuando son desempeñadas por mujeres (**la abogado, *la médico, *la arquitecto*), etc.

No corregir la mirada androcéntrica conlleva la invisibilización de las mujeres, lo que se descubre fácilmente cuando se las nombra incorrectamente, aludiendo únicamente a su ser sexuado, como sucede en el siguiente titular, que nos impide conocer la identidad de la deportista (hay que leer hasta el penúltimo párrafo de la noticia para saber que se trata de la futbolista Camille Abily):

Messi, Higuaín y una mujer, candidatos al mejor gol del año en Europa (27-VII-16).

Se destaca también la identificación sexual de las mujeres, restando importancia a las cualidades o acciones que tienen que ver con su vida profesional, cuando, en vez de aludir directamente a su profesión, se las nombra mediante los términos *mujeres* o *chicas*, o se añaden aposiciones o adjetivos redundantes del tipo **las mujeres deportistas* o **las deportistas femeninas* en lugar de decir directamente *las deportistas* (pues nunca se dice **los hombres deportistas*, sino *los deportistas*):

Las mujeres deportistas, sin reflejo en los medios, deberían hablar en los colegios (eldiario.es, 1-III-15).

Al rebufo de los éxitos internacionales de las deportistas femeninas debería llegar el retorno en la inversión de los patrocinadores. [...] (expansion.com, 1-XII-17).

Rara vez los hombres son nombrados por su condición sexuada; de ellos se destaca su profesión, cargo, rango, etc. La asimetría en el tratamiento se observa precisamente en los siguientes titulares, donde ellas son nombradas como *mujeres* y ellos como *nadadores*:

Tres mujeres cruzan por primera vez en grupo las aguas del Estrecho (mundodeportivo.com, 14-XI-14).

Tres nadadores rusos cruzan a nado el Estrecho por primera vez en la historia (mundodeportivo.com, 5-VI-14).

A veces encontramos titulares que tratan de visibilizar el hecho de que haya una mujer realizando una actividad tradicionalmente masculina; sin embargo, al no indicar su nombre ni apellido, en vez de contribuir a normalizar la situación, solo consiguen subrayar lo excepcional e inaudito del caso. Es lo que sucede en estos seis titulares, los cuales enfocan de la misma manera la noticia:

Una mujer al frente de Scotland Yard por primera vez en sus 188 años de historia (huffingtonpost.es, 22-II-17)

Mujer toma el mando de Scotland Yard por primera vez en la historia (excelsior.com.mx, 22-II-17).

Llega una mujer al frente de Scotland Yard (elnorte.com, 22-II-17).

Por primera vez una mujer será jefa de Scotland Yard (telesurtv.net, 22-II-17).

Primera mujer al frente de Scotland Yard (ansalatina.com, 22-II-17).

Una mujer se pone al frente por primera vez del cuerpo policial de Scotland Yard (elperiodico.com, 22-II-17).

En contraposición, proponemos el siguiente titular, que hace visible correctamente a la mujer, aportando en primer lugar su nombre y apellido, e incidiendo posteriormente en el hecho de que es la primera en desempeñar el cargo:

Cressida Dick, la primera policía-jefa de Scotland Yard (elmundo.es, 22-II-17).

3. Alternativas al masculino genérico en los textos periodísticos

El que las mujeres aparezcan nombradas en la prensa bajo el masculino genérico puede producir, además de ocultamiento, ambigüedad en la interpretación. Este uso del masculino invisibiliza e, incluso, puede quitar protagonismo a las mujeres en profesiones en las que son mayoría, como sucede en el siguiente titular, que utiliza *empleados del hogar* para nombrar un ámbito especialmente feminizado:

Báñez consultará al CES sobre equiparar empleados del hogar y régimen general (lavanguardia.com, 3-V-18).

No obstante, optar por el femenino *empleadas del hogar* tampoco sería correcto, pues puede conducir a equívoco, pues la ley no es exclusiva para las mujeres, sino que también afecta a los varones:

Proponen un mínimo de 10 euros la hora para las empleadas del hogar externas (elmundo.es, 26-VI-14).

El ejemplo siguiente presenta una redacción más correcta, pues acude a una perífrasis inclusiva (*personal doméstico*), y, además, aclara que se trata de una profesión ejercida en su mayoría por mujeres:

El 30 de junio expira el plazo para la incorporación del personal doméstico, en su mayoría mujeres, al régimen general de la Seguridad Social (elpais.com, 21-VI-12).

Los problemas que acarrea el masculino genérico pueden evitarse si optamos por el empleo de los procedimientos lingüísticos igualitarios². Una de las críticas más reiteradas contra ellos es que vulneran el principio de economía (“comunicarse con el menor número de palabras posibles”), pero quienes así opinan olvidan, en primer lugar, que no todos los recursos antisexistas implican alargar la frase y lentificar el discurso; y, en segundo lugar, que la economía lingüística solo tiene sentido si se cumple el principio básico de la comunicación, ya que, si la elocución resulta ambigua, de nada sirve la parquedad en palabras (Medina Guerra 2006: 149). Insistimos, por tanto, en que la concisión no es el único principio que debe regir en el lenguaje periodístico y que, junto a este, son de igual manera importantes los de claridad y precisión (Ayala Castro, Medina Guerra y Guerrero Salazar 2006: 23-26).

De este modo, siempre que el contexto lo permita, podemos sustituir el masculino genérico por sustantivos colectivos y abstractos (*abogados* por *abogacía*), que son los que representan a una colectividad sin marcar el sexo del referente y con independencia del género gramatical asignado:

El congreso de la abogacía suma secciones (malagahoy.es, 7-VI-12).

Otro procedimiento es la metonimia, que consiste en designar una cosa con el nombre de otra con la que posee una relación de contigüidad espacial, temporal o lógica. Así, podemos sustituir el grupo representado en masculino por el cargo o la función (*presidente* por *presidencia*), por la profesión o actividad que desempeña (*aficionados* por *afición*), por el lugar donde se produce la actividad (*abogados* por *bufete*), por el nombre de la población (*indios* por *India*), etc. El siguiente titular, en vez de optar por los masculinos genéricos (*los andaluces* y *los asturianos*), recurre a sus correspondientes sustantivos metonímicos:

Andalucía y Asturias recortan a Rajoy (*Laopiniondemalaga.es*, 26-III-12).

Para construir un texto inclusivo resultan muy útiles también las palabras que no tienen marca de género, y que, por tanto, no se asocian a ningún sexo. Por ejemplo, los sustantivos comunes en cuanto al género (*periodista*, *cantante*), que son aquellos que poseen una única

² Para un estudio más exhaustivo de estos procedimientos puede consultarse Guerrero Salazar (2014).

terminación tanto para el masculino como para el femenino. En aquellos contextos en que es posible suprimir el determinante, el uso de estos vocablos resulta muy útil, ya que no se especifica el sexo de la persona o personas referentes. Así sucede con *jóvenes* en el siguiente titular:

Seis de cada diez jóvenes trabajan en la informalidad en América Latina (elpais.com, 23-V-15).

También existen otras palabras no marcadas, como pronombres (*quien, alguien, nadie*), adjetivos (*feliz, amable*) y determinantes (*cada, su, cualquier*), que resultan muy apropiadas para construir un texto inclusivo. Los siguientes titulares ejemplifican dos modos de redacción posible: con masculino genérico (*los que*) o pronombre no marcado (*quienes*); los dos son correctos desde el punto de vista gramatical, pero solo el segundo lo es desde la perspectiva de género³:

Corea del Norte castiga a los que no lloraron la muerte de Kim Jong II (lavanguardia.com, 13-I-12)

Pyongyang castiga a quienes no lloraron a Kim Jong-il (elmundo.es, 12-I-12).

Otro procedimiento para englobar a mujeres y a hombres son las construcciones perifrásticas del tipo *personal médico, personas discapacitadas, equipo directivo...* Estas construcciones no recargan el texto y, a diferencia de los desdoblamientos, no resultan cacofónicas, por lo que pasan desapercibidas y no deslucen el estilo:

Abre tus puertas a las personas refugiadas (publico.es, 19-VI-12).

Pero, sin duda, el procedimiento más recurrente (y también el más criticado), sobre todo en el discurso político, es la denominada duplicación o desdoblamientos. Su utilización se ha multiplicado en los últimos años, sin duda, por la nueva representación mental en diversidad que vamos incorporando y que nos hace pensar y comunicar la realidad implicando en ella a las mujeres y no solo a los hombres. Conviene usarlos solo excepcionalmente y cuando no dispongamos de otro recurso más económico, ya que tienen la desventaja de ser muy repetitivos y lentificar el discurso (Guerrero Salazar 2014: 20). En determinados contextos, sin embargo, se hace necesario acudir a ellos, como indica la *Nueva gramática de la lengua española* (Academia Española 2009 I: 87):

[...] el contexto puede no dejar suficientemente claro, en casos muy específicos, que el masculino plural comprende por igual a los individuos de ambos sexos. Una opción posible es acudir en ellos a las fórmulas desdobladas, como en *Los españoles y las españolas pueden servir en el Ejército*.

³ Ejemplos citados en Guerrero Salazar (2012b: 64).

Las formas desdobladas resultan muy útiles cuando nombramos cargos, profesiones u oficios tradicionalmente ocupados por hombres, ya que el uso del desdoblamiento ayuda a romper la asociación estereotipada. Una recomendación relacionada con su utilización es la de alternar el orden de presentación, pues si antepone el masculino al femenino damos prioridad a un género con respecto al otro, contribuyendo así a fijar simbólicamente la jerarquización social de un sexo sobre otro (Guerrero Salazar 2014: 22). No olvidemos que, como explica la *Nueva gramática de la lengua española* (2009 I: 15), el orden que damos a los elementos oracionales responde, entre otras razones, al “énfasis que otorga el hablante a los segmentos sintácticos que desea resaltar”:

Una decena de expertas y expertos participan desde mañana en el seminario ‘Las mujeres y el patrimonio arqueológico’ (galdaraldia.es, 23-III-17).

4. Las designaciones incorrectas y la reticencia a feminizar

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

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

El *Libro de estilo de la lengua española según la norma panhispánica* (RAE, 2018: 23):

Nombres de cargos, títulos, profesiones y ocupaciones. En muchos casos los cargos han sido tradicionalmente ocupados por hombres y, por tanto, solo se ha empleado la forma masculina incluso para referirse a las mujeres que ocupaban ese cargo. El femenino designaba entonces a la esposa del hombre que ocupaba un determinado cargo: la

gobernadora, la regenta, etc. Sin embargo, hoy se deben usar formas específicas para el femenino cuando los nombres son de dos terminaciones. Destacan estos casos:

a. abogado/abogada, médico/médica. Si el masculino termina en *-o*, se usará la forma femenina acabada en *-a*, incluso en los casos en los que dicha forma coincida con el nombre de la disciplina: *abogada, árbitra, arquitecta, bombera, científica, diputada, ingeniera, médica, ministra, música, notaria, química, técnica...* Se exceptúan algunos nombres (*la cabo, la sargento*), además de *la soldado*, y otros como *la modelo* o *la piloto* (es poco frecuente aún *la pilota*).

Como regla general, la Academia recomienda feminizar y masculinizar los términos que aludan a oficios y profesiones, manteniendo inalterados los sustantivos de una sola terminación (*el canciller/la canciller*), salvo en aquellos casos en los que el uso ya haya consolidado la forma feminizada (*jueza, presidenta, jefa*) o masculinizada (*modisto*). Se deben usar las formas femeninas aunque coincida el nombre del sustantivo de persona con el de la ciencia, arte o disciplina (*música, técnica, política, informática...*), pues el contexto aclarará la interpretación correcta. Cuando el nombre de una profesión o cargo está formado por un sustantivo y un adjetivo, ambos elementos deben ir en masculino o femenino dependiendo del sexo del referente (*detective privada, intérprete jurada, técnica administrativa*, etc.). Los nombres de cargos militares funcionan como sustantivos comunes en cuanto al género (*el/la soldado, el/la cabo, el/la sargento, el/la brigada, el/la teniente, el/la general*, etc.).

Al analizar la prensa advertimos un cierto rechazo a feminizar cargos o profesiones mayoritaria y tradicionalmente masculinos, seguramente por la equivocada idea de que la feminización resta categoría. Podemos encontrar **mujeres médicos* por *médicas*, **primera mujer árbitro* por *árbitra*, **técnico* por *técnica*, etc.:

Mujeres médicos: Tímidos pasos para romper el techo de cristal (efesalud.com, 7-III-18).

Gisela Trucco, la primera mujer árbitro de la Superliga (sport.es, 31-X-17).

Esta actitud reacia a feminizar contribuye a afianzar la idea de que lo masculino es prestigioso y lo femenino no. El papel de los medios de comunicación es fundamental a la hora de difundir y afianzar nuevos términos:

‘Obispa’, mejor que ‘mujer obispo’ [titular]

La Fundéu recomienda usar el femenino pese a que el diccionario de la RAE no lo recoge [subtitular] (elpais.com, 10-VII-12).

5. Principales rasgos sexistas en el discurso periodístico

- ***Comparación con los hombres***

El androcentrismo convierte a los hombres “en la medida de todas las cosas”, por lo que ocurre a veces que la información que se ofrece sobre las mujeres, sobre todo en la prensa deportiva, está realizada en comparación con ellos, como sucede en el siguiente ejemplo donde se dice que la mujer “nada como un hombre”:

Nada en ella es en apariencia excepcional: ni su planta física, ni su familia, ni su historia. Ryan Lochte tiene claro por qué es la mejor: “Nada como un hombre” (mundodeportivo.com, 8-VIII-16).

En ocasiones, las mujeres que destacan son nombradas mediante referentes masculinos famosos en su ámbito (*la Beckham, la Messi*):

Alex Morgan, la codiciada “Beckham femenina” (lavanguardia.com, 18-IV-17).

Yolanda Materranz, la Messi de la petanca (marca.com, 2-XII-17).

Hay casos en que no se nombra el segundo miembro de la comparación, el homólogo masculino, sobre todo cuando se trata de equipos; en estas ocasiones, determinadas palabras se convierten en marcadores lingüísticos de la comparación implícita, como los adverbios *también, tampoco y solo*:

Las chicas también juegan (abc.es, 29-IV-13).

Las chicas tampoco se pierden el clásico (lmneuquen.com, 27-I-18).

Otro sesgo discriminatorio consiste en basar el éxito de las mujeres en razones extraprofesionales y ajenas a ellas mismas. Lo más común es atribuir el éxito a los méritos de los hombres que las acompañan (pareja, padre, entrenador...), pero también a su belleza, a su vestimenta, etc. (Guerrero Salazar 2017: 107-110):

Fernando Rivas, el deseado gurú que susurra a Carolina Marín (elmundo.es, 20-VIII-16)

- ***Condición de dependencia***

Sucede frecuentemente que las mujeres aparecen nombradas en la prensa como dependientes de los varones (*novias de, mujeres/esposas de, hijas de...*), como personas que viven por su relación con otras, fundamentalmente como novias, esposas, amantes o madres. Los medios de comunicación deben reflejar el protagonismo de las mujeres como lo hacen con el de los hombres. Hay que evitar presentarlas con papeles secundarios y pasivos, como si fueran meras acompañantes:

Ronaldo estrena nueva novia, una modelo brasileña de 23 años [titular] (mundodeportivo.com, 6-II-15).

- **Infantilización**

Otra manera de desprestigiar a las mujeres consiste en dirigirse a ellas mediante vocablos que las infantilizan (*niña/s* o *chica/s*) o mediante la utilización de diminutivos (*sirenita, chavalilla, gordita, flaquita*) u otros elementos lingüísticos minusvalorativos:

Académicas de la lengua: “Las chicas de la Academia hacemos pandilla” (xlsemanal.com, 19-VII-15).

Las niñas del Atlético, campeonas en una Liga de chicos (mundodeportivo.com, 22-V-16).

Keber, la ‘sirenita’ que eligió la raqueta (elpais.com, 31-I-16).

- **Léxico estereotipado**

El léxico contribuye a la construcción de los estereotipos masculino y femenino. Hacer un análisis de los campos léxicos con los que la prensa se refiere a mujeres y hombres resulta muy relevante desde la perspectiva de género.

Por ejemplo, el discurso de la masculinidad se sustenta a veces en los disfemismos relacionados con los genitales masculinos, los cuales tienen que ver con la fortaleza o las muestras de poder y se hacen sinónimos de actitudes estereotipadas, como la valentía, la imposición, el autoritarismo, la prepotencia, etc. (esto no sucede en el discurso de la feminidad). Los vulgarismos de los siguientes titulares, por ejemplo, se emplean para motivar a la acción y ratificar la virilidad:

Javier Mascherano, el futbolista con más ‘huevos’ (sport.es, 3-IX-16).

Vélez: “Ramis nos ha dicho que hay que echarle un par de cojones” (marca.com, 16-III-17).

“Es un partido para echarle huevos pero también fútbol” (mundodeportivo.com, 4-XII-17).

Términos como *viril, de hombres, machote, machada, hombrada...* se emplean constantemente en la prensa deportiva para construir un discurso de enaltecimiento del estereotipo masculino, el cual impide a las mujeres sentirse incluidas:

Juego viril en cada disputa y la boca bien abierta para convertir el partido en un juego de palabras (marca.com, 13-X-12).

Ancelotti: “¿El Atleti violento? Esto es un juego de hombres” (marca.com, 12-IV-14).

Dejaron al ‘Machote’ con el culo al aire (sport.es, 17-X-16).

La machada de Machín: de ganar al Barça de Guardiola al Madrid de Zidane (marca.com, 30-X-17).

Pepe Castro: “Hemos hecho la hombrada, fuimos mejores y seguimos haciendo historia” (marca.com, 13-III-18).

Curiosamente, cuando se incumple dicho estereotipo y se juzga un comportamiento que no se ajusta a lo esperado, se utilizan expresiones de menosprecio que implican un símil relacionado con el ámbito femenino (*jugar como/parecer/ser/ una señorita/niña/nenaza*):

Messi e Higuaín son unas niñas (marca.com, 13-IX-12).

Saric: “He jugado como una nenaza” (nbamaniacs.com, 18-VIII-16).

El discurso de la prensa sobre las mujeres se construye de manera muy distinta al de los varones. De ellas prima, fundamentalmente, el aspecto físico (alusiones la belleza, la sonrisa, los ojos, el pelo, las piernas, etc.) y son frecuentes los comentarios a su adecuación o no al canon de belleza establecido (joven, guapa y delgada):

Simone Biles, la sonrisa que revolucionará la gimnasia (elespanol.com, 9-V III-16).

Ruth Beitia, la campeona de la eterna sonrisa (eurosport.es, 18-X-17).

Garviñe Muguruza, mucho tenis, bonitas piernas y pocos novios (periodistadigital.com, 17-VII-17).

De hecho, para describir a las mujeres son usuales los adjetivos que tienen que ver con el aspecto físico (*guapa, atractiva, bella...*) y la seducción (*sexy, sensual, buenorra...*):

Alica Schmidt, la Atleta más sexy del mundo (mundodeportivo.com, 27-IX-17).

Belmonte, sensual, seductora, segura (mundodeportivo.com, 2-I-14).

Llama la atención que determinados temas, como el peso, la edad, la maternidad o la vestimenta, sean recurrentes en noticias donde resultan irrelevantes:

Bouchard causa sensación con su sugerente modelito en el Open de Australia (mundodeportivo, 17-I-17).

Estas informaciones triviales van en detrimento del reconocimiento de las mujeres como profesionales y consolida estereotipos muy negativos. Es lo que sucede en la noticia sobre detención de un ladrón por parte de una policía que se encontraba pasando su día libre en la playa. Todos los titulares incluyen que iba en bikini:

Una mujer policía en bikini detuvo a un ladrón de celulares (lanacion.com, 29-VII-16).

Una mujer policía detuvo a un ladrón en su día libre y en bikini (rionegro.com.ar, 29-VII-16).

Mujer policía sueca hace arresto en bikini (elnuevodia.com, 29-VII-16).

La mujer policía que detuvo a un ladrón en bikini es una atleta (clarin.com, 30-VII-16).

Algunos hechos dignos de elogiar, como el primer gobierno español constituido mayoritariamente por mujeres, quedan empañados cuando se publican noticias que, lejos de insistir en la capacidad y gestión de las ministras, abordan su estilismo; el titular las presenta, además, como dependientes del varón:

El guardarropa de las ministras de Pedro Sánchez [titular]

Aciertos y meteduras de pata de las recién estrenadas dueñas de las carteras ministeriales [subtitular] (abc.es, 11-VI-18).

En este otro ejemplo la condición de la mujer como profesional aparece en último lugar (*boxeadora*), con lo que le estamos restando importancia al hecho por el cual la mujer es noticia y estamos enfatizando aspectos nimios, estereotipados y extraprofesionales (*madre y jardinera*):

Miriam Gutiérrez: madre, jardinera y boxeadora (as.com, 15-X-14).

Por último, conviene hacer alusión al léxico metafórico que se emplea en la descripción de las mujeres (*sirena, musa, diva, princesa, cenicienta, gacela...*), el cual dista mucho del que se utiliza para describir a los varones:

Thais Henríquez, la sirena más seductora en el paraíso de Maspalomas (mundodeportivo.com, 26-IV-14).

Kate Upton, musa de la NBA y del Madison (marca.com, 30-X-15).

La princesa de hielo con hiyab (elespanol, 15-IV-16).

Lydia Valentín, la Cenicienta que nunca necesitó príncipes salvadores (marca.com, 4-XII-17).

Gelete Burka, la gacela de Vallecas (marca.com, 30-XII-17).

Conclusión

La profunda transformación social que ha supuesto el que las mujeres hayan conseguido derechos reservados únicamente a los hombres ha propiciado el replanteamiento de muchos hábitos lingüísticos, entre ellos: las feminizaciones de los términos, los cambios de significados, la creación de neologismos, la preferencia por otras construcciones que eviten el abuso del masculino genérico, etc.

Todo ello se aprecia, en mayor o menor medida, en todos los ámbitos y, de un modo especial, en los medios de comunicación, los cuales ejercen una influencia idiomática superior a la del sistema docente. Resulta, por tanto, obvio que pueden contribuir, y de hecho contribuyen, a erradicar el sexismo lingüístico, pues, junto a las redes sociales, son un canal para debatir sobre él, denunciarlo y combatirlo.

El papel de la prensa en la educación lingüística es fundamental y, sobre todo, en lo concerniente al lenguaje inclusivo. Si los medios lo fomentan, formará parte con naturalidad de nuestra lengua.

Bibliografía

ACADEMIA ESPAÑOLA & ASOCIACIÓN DE ACADEMIAS DE LA LENGUA ESPAÑOLA (2009). *Nueva gramática de la lengua española*. Madrid: Espasa. 2 vols.

ACADEMIA ESPAÑOLA & ASOCIACIÓN DE ACADEMIAS DE LA LENGUA ESPAÑOLA (2018). *Libro de estilo de la lengua española según la norma panhispánica*. Madrid: Espasa.

AYALA CASTRO, M. CONCEPCIÓN, GUERRERO SALAZAR, SUSANA Y MEDINA GUERRA, ANTONIA M. (2006). *Guía para un uso igualitario del lenguaje periodístico*. Málaga: AEHM y Diputación de Málaga.

FAJARDO AGUIRRE, ALEJANDRO (2011). “La norma lingüística del español desde una perspectiva lexicográfica: norma nacional versus norma panhispánica”, *Normas. Revista de estudios lingüísticos hispánicos*, 1, pp. 53-70. www.uv.es/normas/2011/Fajardo_2011.pdf.

GUERRERO SALAZAR, SUSANA (2007). “Esbozo de una bibliografía crítica sobre recomendaciones y guías para un uso igualitario del lenguaje administrativo (1986-2006)”, en A. M. Medina Guerra (coord.), *Avanzando hacia la igualdad*, Málaga: Instituto Andaluz de la Mujer, Diputación de Málaga y AEHM, pp. 109-122.

GUERRERO SALAZAR, SUSANA (2012a). “El lenguaje desde la perspectiva de género”, en M. Suárez Ojeda (ed.), *Género y mujer desde una perspectiva multidisciplinar*, Madrid: Fundamentos, pp. 61-77.

GUERRERO SALAZAR, SUSANA (2012b). “La feminización del lenguaje en la sociedad de la información”, en A. Larrondo Ureta y K. Meso Ayerdi (eds.), *IV Jornadas Mujer y Medios de Comunicación*, Bilbao: Universidad del País Vasco, pp. 57-78. https://www.ehu.es/documents/2007376/2109490/4_Jornadas_Mujeres_Medios.pdf

- GUERRERO SALAZAR, SUSANA (2014). *Guía orientativa para el uso igualitario de lenguaje y de la imagen en la Universidad de Málaga*, Málaga: Universidad de Málaga.
https://www.uma.es/media/tinyimages/file/GUIA_ORIENTATIVA_USO LENGUA JE_Y_DE_LA_IMAGEN_UNIVERSIDAD_DE_MALAGA.pdf
- GUERRERO SALAZAR, SUSANA (2017). *La prensa deportiva española: Sexismo lingüístico y discursivo*, Córdoba: Universidad de Córdoba.
- GUERRERO SALAZAR, SUSANA (2018). “La feminización del lenguaje en las columnas sobre la lengua (CSL) de Ramón Carnicer”, en C. Marimón Llorca (ed.), *Ideologías sobre la lengua y medios de comunicación escrita. El caso del español*, Peter Lang. En prensa.
- LLAMAS SAÍZ, CARMEN (2013). “La actitud ante la lengua en el discurso de la prensa española: léxico y argumentación a propósito del sexismo lingüístico”, en C. Llamas Saíz, C. Martínez Pasamar y M. Casado Velarde (eds.), *Léxico y argumentación en el discurso público actual*, Fráncfort del Meno: Peter Lang, pp. 187-208.
- LLAMAS SAÍZ, CARMEN (2015). “Academia y hablantes frente al sexismo lingüístico: ideologías lingüísticas en la prensa española”, *Circula. Revue d’Idéologies linguistiques*, 1, pp. 196-215.
- MEDINA GUERRA, ANTONIA M. (2006). “Los procedimientos igualitarios y el principio de comodidad”, en R. Cremades García y E. A. Núñez Cabezas, *Lectura, escritura y comunicación*, Málaga: VG Ediciones, pp. 141-154.