

# Recomendaciones para el uso no sexista ni androcéntrico del lenguaje y de las imágenes en los medios de comunicación

# índice

presentación	3
esta guía	4
lenguaje	5
imágenes	8
recursos	9
el Centre <i>Dolors Piera</i>	10

# presentación

La guía que tenéis en vuestras manos es uno de los resultados de la aplicación de las medidas del *I Plan de Igualdad entre hombres y mujeres de la Universitat de Lleida*, concretamente de la Línea H dedicada a velar por una imagen institucional, en el ámbito interno y externo, que respete el principio de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres.

Se ha realizado gracias a la subvención concedida por el Instituto de la Mujer y el Fondo Social Europeo, convocada por el Ministerio de Sanidad, Políticas Sociales e Igualdad, en el marco de las subvenciones destinadas a las actividades de las unidades de igualdad de las universidades españolas.

La guía tiene como objetivo ofrecer herramientas a los medios de comunicación locales para incorporar la perspectiva de género en el lenguaje y en las imágenes, especialmente, en aquellos casos en que las noticias estén relacionadas con la UdL. Se trata de promover una comunicación igualitaria, que visibilice y reconozca por igual a mujeres y a hombres y que evite ambigüedades.

Desde la Universitat de Lleida, se invita a participar a los medios de comunicación del ámbito local, con el objetivo de incorporar elementos de mejora en relación con la práctica profesional, y mantener actualizada la presente guía.

# esta guía

A pesar de los avances sociales que han tenido lugar en relación a la consecución de la igualdad de oportunidades, la lengua y los discursos audiovisuales continúan incorporando elementos que invisibilizan las mujeres o bien que contribuyen al mantenimiento de los estereotipos y de los roles de género tradicionales.

Por ello, es fundamental la contribución de los medios de comunicación en la consecución de la igualdad de oportunidades, real y efectiva.

Unos de los principios generales recogidos en el *artículo 14.11 del capítulo I de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, por la igualdad efectiva de mujeres y hombres, es la implantación de un lenguaje no sexista en el ámbito administrativo y su fomento en la totalidad de las relaciones sociales, culturales y artísticas.*

Por otra parte, en los artículos 36-41 de la misma ley se indica que *los medios tienen que velar por la transmisión de una imagen igualitaria, plural y no estereotipada de mujeres y hombres en la sociedad, y promover el conocimiento y la difusión del principio de igualdad entre mujeres y hombres.*

# lenguaje

A menudo, cuando se plantea la cuestión de evitar el sexismo y el androcentrismo lingüístico, se arguyen ideas que se oponen al uso inclusivo del lenguaje:

## ARGUMENTOS FALSOS QUE INTENTAN JUSTIFICAR UN USO NO INCLUSIVO

Argumento falso	Realidad
Va en contra de la economía del lenguaje, porque comporta un redactado más largo y costoso.	La lengua no ofrece muchas posibilidades para evitar los usos discriminatorios sin tener que utilizar más palabras. No obstante, si con el incremento de dos o tres palabras, conseguimos incluir a todo el mundo, se llevará a cabo una práctica democrática.
Genera impersonalización debido al uso de términos genéricos o neutros.	Esta percepción es estrictamente cultural y subjetiva y, en cualquier caso, siempre es mejor un uso neutro de la lengua (el profesorado), que un uso excluyente y discriminatorio (los profesores).
Como que no hay mala intención, no es necesario.	Ciertamente, es difícil encontrar casos en que realmente el uso sexista sea deliberado y malintencionado, pero los efectos resultan ser los mismos: ocultación de las mujeres y masculinización de nuestra manera de pensar
Hay cosas más importantes por las que luchar.	Dado que el lenguaje modela comportamientos y conductas personales y colectivas, hacer un uso inclusivo siempre será un paso adelante para la consecución de la igualdad, y por lo tanto, por un mundo más justo.

## usos sexistas y androcéntricos del lenguaje

<p><b>El uso indiscriminado del masculino como genérico</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Uso de sustantivos: el profesor, el docente, el director, los trabajadores para referirnos a hombres y mujeres indistintamente;</li> <li>- Uso habitual de expresiones pretendidamente inclusivas: todos, en lugar de todo el mundo.</li> </ul>
<p><b>El salto semántico</b></p>	<p>Usar el masculino como genérico y en el mismo contexto, más adelante, utilizarlo como específico. <i>Los alumnos de la universidad utilizan las salas de estudios y, en el caso de las chicas, las bibliotecas</i> en lugar de <i>El alumnado de la universidad utiliza las salas de estudio y, en el caso de las chicas, las bibliotecas.</i></p>
<p><b>Uso arbitrario de la orden de aparición</b></p>	<p>No respetar el orden alfabético o de jerarquía profesional en una enumeración de personas de ambos sexos, priorizando a los individuos de sexo masculino. <i>El Sr. Duran y la Sra. Aguado presidieron la reunión</i>, en lugar de <i>La Sra. Aguado y el Sr. Duran presidieron la reunión.</i></p>
<p><b>Asimetrías en el tratamiento</b></p>	<p>Hacer diferencias en el tratamiento de personas que tienen una misma jerarquía en función del sexo. <i>El señor Gómez y la señorita Trini</i> en lugar de <i>El señor Gómez y la señora Jiménez.</i></p>
<p><b>Duales aparentes</b></p>	<p>Alterar el significado de una misma raíz léxica cuando se le añade el morfema género y producir, en consecuencia, conceptos diferentes. <i>Uno cualquiera – Una cualquiera.</i></p>
<p><b>Uso innecesario de la palabra “mujer”</b></p>	<p>Utilizar el sustantivo genérico “mujer” acompañado de otra cualidad que redunde en su condición sexuada. <i>El 51,78% de los médicos son mujeres</i> en lugar de <i>El 51,71% son médicas. Las mujeres trabajadoras</i> en lugar de <i>Las trabajadoras.</i></p>
<p><b>La concordancia</b></p>	<p>Al usar denominaciones dobles, en masculino y en femenino, acompañadas de otras palabras que tienen que concordar, como adjetivos, no es necesario que también tengan una forma doble. En este caso, con el objetivo de facilitar la lectura del texto, recomendamos utilizar una única forma y hacerla concordar con el sustantivo más próximo. <i>Los candidatos y las candidatas escogidas</i> en lugar de <i>Los candidatos y candidatas escogidos y escogidas.</i></p>

## estrategias para utilizar un lenguaje inclusivo

el director - los estudiantes - los profesores - los becarios - los expertos - los funcionarios - las administrativas - las señoras de la limpieza - todos - los organizadores - los ciudadanos

**Utilizar genéricos:** la dirección, el personal de dirección – el estudiantado - el profesorado - el becariado - el personal experto, el equipo experto - el funcionariado - el personal de administración - el personal de limpieza – todo el mundo, toda la gente- la organización – la ciudadanía

los usuarios de este servicio - los que piensan que - los licenciados - los que firman

**Usar el pronombre QUIEN:** quien utiliza este servicio – quien piensa – quien tiene una licenciatura – quien firma

estimados - los trabajadores - los expertos - el alumno - los ciudadanos - los leridanos - los responsables - los inmigrantes - los periodistas

**Recurrir al doble género:** estimadas y estimados – los trabajadores y los trabajadoras – los expertos y las expertas – el alumno y la alumna – las ciudadanas y los ciudadanos – los leridanos y las leridanas – los y las responsables – los y las inmigrantes – los y las periodistas

unos colegas profesionales - unos 150 alumnos - los funcionarios y los laborales asistieron a la manifestación

**Suprimir el artículo:** colegas profesionales - aproximadamente 150 estudiantes - funcionariado y personal laboral van asistir a la manifestación

están comprometidos con la sostenibilidad - es bueno para el bienestar del hombre - se recomienda a los usuarios de la tarjeta que lo utilicen correctamente - sed bienvenidos - muy agradecidos por su asistencia - todos sabemos

**Otros recursos:** tienen un compromiso con la sostenibilidad - es bueno para nuestro bienestar – se recomienda que utilicen su tarjeta correctamente – os damos la bienvenida – agradecemos su asistencia – todo el mundo sabe, se sabe perfectamente, es bien sabido.

¿Y la BARRA? El uso de la barra es muy habitual: encontramos constantemente, no solo Sr./Sra., director/directora, sino también CIF/NIF, DNI/Pasaporte, etc. Su finalidad, es ahorrar espacio en el documento administrativo (impresos, instancias, formularios), pero no se debe usar en textos más amplios o de otra tipología. En estos, es preferible el uso de otros recursos. Ante enunciados como estos, *sr. – nombre del director de la tesis - datos del perceptor - firma del responsable del curso*. Podemos encontrar alternativas neutralizadoras: *sr./sra. - datos del director / de la directora de la tesis – datos de la dirección de la tesis - datos del perceptor / de la perceptora - firma del / de la responsable del curso – firma de la persona responsable*.

# imágenes

## Decálogo para un tratamiento igualitario de las imágenes

1

Representar el grupo humano con imágenes e iconos femeninos y masculinos cuando se refiere a las personas, evitando tomar como modelo único y universal la figura masculina.

Dar a conocer la diversidad de mujeres que forman parte de la sociedad (edad, grupos culturales, profesiones, clase social, etc.), evitando redundar en un modelo único y las imágenes discriminatorias o denigrantes, como por ejemplo en los contenidos en los cuales las mujeres aparezcan en desigualdad de condiciones.

6

2

2) Evitar la asignación de valores y estereotipos de género, visibilizando a las mujeres y a los hombres en las imágenes que hacen referencia al grupo humano o a determinadas actividades de ámbitos diferentes, a poder ser, practicando la acción positiva, es decir, mostrando a las mujeres en actividades, estudios, profesiones, en las cuales estén infrarepresentadas (deportes, profesiones técnicas, etc.); del mismo modo, mostrar a los hombres en aquellas actividades feminizadas o atribuidas a las mujeres tradicionalmente (trabajo doméstico, cuidado de personas, etc.).

Participación y representación equilibrada: presencia equilibrada de mujeres y hombres en las imágenes, en la cantidad de mujeres y hombres que en ellas aparecen, en el tamaño y duración de las imágenes en que aparecen unas y otros.

7

3

Reconocer los logros conseguidos por las mujeres, las aportaciones, contando con voces expertas como fuentes de información, poniendo especial atención en la nominación adecuada de los nombres y los cargos.

Promover un cambio de valores, naturalizando a los hombres y a las mujeres que juegan roles al margen de los estereotipos de género. No presentarlo como algo excepcional.

8

4

Recoger las necesidades y expectativas de las mujeres e introducir el impacto de género en los contenidos para reflejar cómo determinadas realidades afectan de manera diferenciada a mujeres y a hombres.

Relaciones igualitarias y libres de violencia, más allá de las relaciones afectivas, tanto entre hombres, entre mujeres y entre ambos sexos, visibilizando modelos de relación basados en la cooperación y la solidaridad.

9

5

Situar a las mujeres en los primeros planos, evitando que aparezcan hombres y mujeres por separado (las mujeres a un lado y los hombres en otro, por ejemplo) y promover que ellas jueguen un papel activo.

En el diseño de logotipos u otros iconos, introducir la perspectiva de género para evitar que la marca que se cree pueda tener una interpretación androcéntrica, proponiendo iconos neutros, inclusivos y equitativos.

10



# recursos



**INTRO.** Herramienta informática para analizar y detectar el uso sexista o androcéntrico del lenguaje y ofrecer alternativas a estos usos.



**NOMBRA EN RED. EN FEMENINO Y MASCULINO.** El Instituto de la Mujer, con la dirección científica de Sara Anillo Villalba y Mercedes Bengoechea Bartolomé publicaron este manual complementado con un software de acceso libre y gratuito formado por una base de datos que facilita el uso del lenguaje inclusivo



**RECOPILATORIO DE RECURSOS WEB SOBRE LENGUAJE NO SEXISTA.** facilita la inclusión de un lenguaje no sexista en las páginas web, con especial atención a las de proyectos relacionados con la Sociedad de la Información y las de medios de comunicación.



**GÉNERO Y COMUNICACIÓN. LIBRO DE ESTILO PARA EL BUEN USO DE LA IMAGEN DE LA MUJER EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.** Generalitat Valenciana.



**GUÍA DE TRATAMIENTO NO SEXISTA DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN EN LA UNIVERSITAT JAUME I**



**PARA UNA REPRESENTACIÓN EQUILIBRADA DE MUJERES Y HOMBRES EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN. RECOMENDACIONES, HERRAMIENTAS Y PROPUESTAS.** Colegio de Periodistas de Catalunya y Associació de Dones Periodistes.



**¿CÓMO DICES? GUÍA PARA UNA COMUNICACIÓN CON EQUIDAD DE GÉNERO**



**PERSPECTIVA DE GÉNERO EN LA COMUNICACIÓN E IMAGEN CORPORATIVA.** Emakunde. Instituto Vasco de la Mujer.



**MANUAL DE LENGUA PARA VISIBILIZAR A LAS MUJERES EN EL DEPORTE.** Elaborado por Eulàlia Lledó Cunill y la Unió de Federacions Esportives de Catalunya.



**BUSCADOR DE EXPERTAS.** El Instituto Catalán de las Mujeres pone a la disposición de los medios de comunicación esta herramienta que facilita la investigación|búsqueda de perfiles de mujeres de ámbitos científicos, académicos, empresariales, culturales y de otros.

El Centre *Dolors Piera* d'Igualtat d'Oportunitats i Promoció de les Dones es el servicio de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres de la Universitat de Lleida. Nace fruto del esfuerzo del SIED (Seminario Interdisciplinario d'Estudios de la Mujer) para fomentar la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres. La normativa que regula el funcionamiento del Centre se aprobó por Consell de Govern de la UdL el 7 de marzo de 2006. Con la creación de este centro, la Universitat de Lleida adquiere el compromiso de trabajar por la consecución de la igualdad de oportunidades en el ámbito universitario y en la sociedad, en general.

El Centro se propone contribuir a la concienciación de la discriminación de las mujeres y a su promoción trabajando en cinco esferas diferentes:

- Divulgación
- Docencia e investigación
- Colaboración de planes de igualdad
  - Asesoramiento
- Cooperación internacional

[www.cdp.udl.cat](http://www.cdp.udl.cat)

Lleida, novembre de 2012



MINISTERIO  
DE SANIDAD, SERVICIOS SOCIALES  
E IGUALDAD

SECRETARÍA  
DE ESTADO DE SERVICIOS SOCIALES  
E IGUALDAD

DIRECCIÓN GENERAL  
PARA LA IGUALDAD  
DE OPORTUNIDADES

INSTITUTO DE LA MUJER



UNION EUROPEA  
El Fondo Social Europeo  
invierte en tu futuro