

UNIVERSIDAD DE LETONIA
FACULTAD DE HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS ROMÁNICOS

**ANÁLISIS LÉXICO DEL LENGUAJE INCLUSIVO EN LOS
MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS
LEXICAL ANALYSIS OF INCLUSIVE LANGUAGE IN MASS
MEDIA
IEKĻAUJOŠĀS VALODAS LEKSISKĀ ANALĪZE MASU
MEDIJOS**

TRABAJO DE FIN DE GRADO

Autora: Nika Cvirko

Matrícula Nr: nc18005

Tutor académico: Mg. Lek. Alberto Torres Fernández

RĪGA 2022

ANOTACIÓN

El tema del trabajo es el análisis léxico del lenguaje inclusivo. El objetivo del trabajo es analizar el léxico usado en los medios de comunicación de masas españoles e hispanoamericanos.

Esta investigación pretende comprender la aparición de dicho lenguaje, su propagación y aceptación o rechazo, así como también analizar los posibles cambios en la lengua española y llegar a una conclusión, preliminar, de si es una moda o una necesidad social. La pregunta central de este trabajo es cómo está apareciendo el lenguaje inclusivo en la sociedad actual.

Las tareas del trabajo son: 1) investigar y describir la base teórica sobre la lengua española, 2) investigar y describir las características del género en español, 3) investigar y describir la base teórica sobre el lenguaje inclusivo, 4) explorar los medios de comunicación españoles e hispanoamericanos, 5) analizar el léxico usado en los medios de comunicación, 6) sacar conclusiones.

Las conclusiones principales: el lenguaje inclusivo está utilizado generalmente en los medios de comunicación de masas feministas o en programas especiales dedicados a la igualdad de género, pero puede observarse y en otros medios de comunicación. Para ciertos grupos de la sociedad, así como para algunos lingüistas, la lengua española se resulta discriminatoria o incluso machista. Según ellos, el lenguaje inclusivo es una forma de luchar contra este “problema”. Aun así, el lenguaje inclusivo continúa siendo rechazado por la Real Academia Española y por muchos lingüistas.

Palabras clave: inclusivo, sexista, lenguaje, género, medios de comunicación de masas

ABSTRACT

The theme of thesis is Lexical Analysis of Inclusive Language. The aim of the thesis is to analyse lexicon used in Spanish and Latin American mass media.

This research aims to understand the appearance of said language, its spread and acceptance or rejection, as well as to analyse possible changes in the Spanish language and reach a preliminary conclusion of whether it is a fad or a social need. The central question of this work is how inclusive language is appearing in today's society.

The tasks of the work are: 1) to investigate and describe the theoretical basis on the Spanish language, 2) to investigate and describe the characteristics of gender in Spanish, 3) to investigate and describe the theoretical basis on inclusive language, 4) to explore Spanish and Latin American mass media, 5) analyze the lexicon used in the media, 6) draw conclusions.

The main conclusions: inclusive language is generally used in feminist mass media or in special programs dedicated to gender equality. However, it can be observed in other media too. For certain groups in society, as well as for some linguists, the Spanish language is discriminatory or even sexist. According to them, inclusive language is a way to fight this “problem”. Even so, inclusive language continues to be rejected by the Royal Spanish Academy and by many linguists.

Keywords: inclusive, sexist, language, gender, mass media

ANOTĀCIJA

Darba tēma ir iekļaujošās valodas leksiskā analīze. Darba mērķis ir analizēt iekļaujošās valodas izmantoto leksikonu spāņu un latīņamerikāņu masu medijos.

Šī pētījuma mērķis ir izprast minētās valodas izskatu, izplatību un pieņemšanu vai noraidīšanu, kā arī analizēt iespējamās izmaiņas spāņu valodā un izdarīt provizorisku secinājumu par to, vai tā ir mode vai sociāla vajadzība. Galvenais šī darba jautājums ir tas, kā iekļaujoša valoda parādās mūsdienu sabiedrībā.

Darba uzdevumi ir: 1) izpētīt un aprakstīt teorētisko bāzi par spāņu valodu, 2) izpētīt un aprakstīt dzimuma pazīmes spāņu valodā, 3) izpētīt un aprakstīt teorētisko bāzi par iekļaujošo valodu, 4) izpētīt Spānijas un Latīņamerikas masu medijus, 5) analizēt masu medijos lietoto leksiku, 6) izdarīt secinājumus.

Galvenie secinājumi: iekļaujoša valoda parasti tiek lietota feministiskajos masu medijos vai īpašās programmās, kas veltītas dzimumu līdztiesībai. Tomēr to var novērot arī citos masu medijos. Dažas sabiedrības grupas, kā arī daži valodnieki, uzskata spāņu valodu par diskriminējošu vai pat seksistisku. Viņuprāt, iekļaujoša valoda ir veids, kā cīnīties ar šo "problēmu". Tomēr Spānijas Karaliskā akadēmija un daudzi valodnieki joprojām noraida iekļaujošu valodu.

Atslēgas vārdi: iekļaujošs, seksists, valoda, dzimums, masu mediji

ÍNDICE

ANOTACIÓN	2
INTRODUCCIÓN.....	7
CAPÍTULO I. SOBRE LA LENGUA ESPAÑOLA.....	8
CAPÍTULO II. EL LENGUAJE INCLUSIVO.....	15
2.2. Conceptos y desarrollo del lenguaje inclusivo.....	20
CAPÍTULO III. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS.....	24
3.1. Los tipos de los medios de comunicación de masas.....	25
3.1.1. El libro.....	25
3.1.2. Los periódicos	26
3.1.3. El cine.....	27
3.1.4. La radio y la televisión	28
3.1.5. La música grabada.....	28
3.1.6. Los nuevos medios de comunicación electrónica	28
3.2. El papel de los medios de comunicación de masas en la sociedad actual	29
3.3. Las normas lexicales en los medios de comunicación de masas	31
3.3.1. Aspectos fónicos	33
3.3.2. Aspectos gráficos	34
3.3.3. Morfología.....	34
3.3.4. Sintaxis. El verbo	35
3.3.5. Aspectos léxico-semánticos	37
3.4. El lenguaje inclusivo en los medios de comunicación de masas	38
METODOLOGÍA.....	41
CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DEL LENGUAJE INCLUSIVO	43
4.1. Diario uruguayo Cotidiano Mujer.....	44
4.2. Televisión española RTVE	46
4.3. Radio española Cadena SER.....	47
4.5. Sumario	50

CONCLUSIONES.....	52
BIBLIOGRAFÍA	54
FUENTES DE INTERNET.....	59
ANEXOS.....	60
Anexo 1. Expansión de las lenguas romances	60
Anexo 2. El Monasterio de Yuso en San Millán de la Cogolla (La Rioja).....	61

INTRODUCCIÓN

El lenguaje no es sólo un medio de comunicación, pero también es un conjunto de símbolos; sentimientos, experiencias y situaciones actuales. El lenguaje también muestra la desigualdad y asimetría entre los sexos. En la actualidad se está hablando mucho del “lenguaje inclusivo” o “lenguaje incluyente” como un medio de visualizar en la sociedad al feminismo y las ideas de género promovidas por los grupos LGBTIQ+ en España y algunos países de Hispanoamérica. Esta nueva tendencia quiere imponer a la sociedad un lenguaje no sexista e inclusivo, que se entiende no solo como medio de comunicación sino como medio de representación de la realidad social del momento.

El objetivo de este trabajo es analizar el léxico usado en los medios de comunicación españoles e hispanoamericanos. Este trabajo pretende comprender la aparición de dicho lenguaje, su propagación y aceptación o rechazo, así como también analizar los posibles cambios en la lengua española y llegar a una conclusión, preliminar, de si es una moda o una necesidad social. La pregunta central del trabajo es cómo está apareciendo el lenguaje inclusivo en la sociedad actual.

Las tareas del trabajo son: 1) investigar y describir la base teórica sobre la lengua española, 2) investigar y describir las características del género en español, 3) investigar y describir la base teórica sobre el lenguaje inclusivo, 4) explorar los medios de comunicación españoles e hispanoamericanos, 5) analizar el léxico usado en los medios de comunicación, 6) sacar conclusiones.

Los métodos de investigación aplicados en el trabajo son: el método descriptivo para resumir la información investigada y el método analítico para analizar el léxico usado en los medios de comunicación.

Las fuentes bibliográficas están relacionadas con la lengua española, el lenguaje inclusivo y los medios de comunicación.

El trabajo consiste en seis capítulos. Los primeros tres capítulos forman la parte teórica. El primer capítulo describe la lengua española y su historia, las características del género en español y el género masculino. El segundo capítulo trata del lenguaje inclusivo, su historia y aparición, conceptos y desarrollo. El tercer capítulo trata sobre los medios de comunicación, su papel en la sociedad actual y el lenguaje inclusivo en los medios de comunicación de masas. Los otros tres capítulos forman la parte práctica de la investigación. El cuarto capítulo explica la selección de los medios de comunicación analizados y la metodología usada. El quinto capítulo es el análisis léxico del lenguaje inclusivo en los medios de comunicación. En el sexto capítulo se describen los resultados.

CAPÍTULO I. SOBRE LA LENGUA ESPAÑOLA

Lengua es un término que tiene diversos usos. Nos interesa la definición que se refiere al idioma, según el diccionario de la Real Academia Española (RAE) es un sistema de comunicación verbal propio de una comunidad humana y que cuenta generalmente con escritura. Por su parte, el español o castellano es una lengua romance procedente del latín vulgar en el siglo III, cuando el desmembramiento del Imperio romano generó diversas variantes del latín: el latín culto y el vulgar, de este último evolucionaron las lenguas romances. Pertenece al grupo ibérico y es originaria de Castilla, reino medieval de la península ibérica.

La historia de la lengua española comienza con el latín vulgar del Imperio romano, concretamente con el de la zona central del norte de Hispania. Al deshacerse el Imperio en el siglo V, las provincias romanas quedan aisladas unas de otras, se rompe la unidad lingüística y surgen diferencias locales que constituyeron idiomas distintos. Estos idiomas (o lenguas romances) eran dialectos del latín, y la Romania se escindió en dos grupos lingüísticos diferenciados: el oriental, que abarcaba la Dacia, cuna del rumano, Dalmacia y los dialectos del Centro y el Sur de la Península Itálica; y el occidental, formado por Galia, Retia, el Norte de Italia (o Galia cisalpina) e Hispania. (Enríquez, 2005)

Tras la caída del Imperio Romano, Hispania fue ocupada por los visigodos (ss. V-VII), de origen germánico y fuertemente latinizados. El latín siguió usándose por los escritores hispano-godos. Era un latín bárbaro, lleno de confusiones en la declinación, de manera que el romance que se hablaba en Hispania al terminar la época visigoda era muy incipiente, con rasgos primitivos, y al que podemos calificar de prerromance. (Enríquez, 2005)

Después de la invasión árabe (s. VIII), el romance no desapareció en las zonas de dominación musulmana, en las que se daría, al menos en un principio, una situación de convivencia lingüística entre el romance y el árabe. El árabe llegó a imponerse como lengua de cultura, y su influencia fue notable, sobre todo, en el léxico, legándonos multitud de arabismos. (Enríquez, 2005)

A partir del siglo XI surgen los primitivos núcleos lingüísticos que constituyen el origen de las lenguas románicas peninsulares. Hubo al menos cinco franjas lingüísticas, con límites poco nítidos entre ellas: dos en los extremos, el gallego y el catalán y tres centrales, de oeste a este: leonés, castellano y navarro-aragonés¹. (Elvira, 2006)

¹ Anexo 1.

El dialéctico romance castellano, uno de los precursores de la lengua española, se originó en el condado medieval de Castilla (sur de Cantabria y norte de Burgos), con influencia vasca y visigótica. Los textos más antiguos que contienen rasgos y palabras de lo que será el castellano son los documentos escritos en latín y conocidos como Cartularios de Valpuesta, conservados en la iglesia de Santa María de Valpuesta (Burgos), un conjunto de textos que constituyen copias de documentos, algunos escritos en el siglo IX. El director del Instituto Castellano y Leonés de la Lengua concluyó que «ese latín "estaba tan alejado de la rectitud, presentaba un estado tan evolucionado o corrompido" que, asegura, "se puede concluir que la lengua de los becerros de Valpuesta es una lengua latina asaltada por una lengua viva, de la calle y que se cuele en estos escritos"». Las Glosas Emilianenses de finales del siglo X o principios del XI, conservadas en el Monasterio de Yuso en San Millán de la Cogolla (La Rioja)², fueron consideradas por Ramón Menéndez Pidal como el testimonio más antiguo de lengua española. Sin embargo, posteriormente se demostró que las formas escritas en esos documentos corresponden al romance navarro-aragonés, no al romance castellano. (Motato, 2014)

Un momento decisivo en el afianzamiento del idioma español se dio durante el reinado de Alfonso X de Castilla y León (1252-1284). Si los cantares de gesta estaban escritos en esa lengua vulgar -el castellano- y por eso mismo eran populares, podría pensarse que las obras cultas y literarias producidas en la Corte del citado rey deberían ser redactadas en latín, única lengua culta que toda la Europa cristiana había admitido hasta esa época; por eso resultó una verdadera revolución cultural el hecho de que Alfonso X el Sabio decidiese dirigir un buen número de obras de elevada cultura redactadas en un idioma hasta entonces desairado por las personas letradas por considerarlo demasiado prosaico. Esto dio lugar al reconocimiento oficial del español, que podía alternar desde entonces con el latín, un idioma respetado por todas las personas ilustradas. (Motato, 2014)

El español se extendió por la península durante la Baja Edad Media debido a la continua expansión de los reinos cristianos en este período, en la llamada Reconquista. La incorporación a la Corona de Castilla de los reinos de León y Galicia con Fernando III de Castilla y la introducción de una dinastía castellana la Trastámara en la Corona de Aragón con Fernando I de Aragón y más tarde, la unión final peninsular con los Reyes Católicos acrecentaron la asimilación y nivelación lingüística entre los dialectos de los diferentes reinos. (Motato, 2014)

² Anexo 2.

En el siglo XV la lengua común española se había introducido en gran parte de la Península Ibérica. En 1492, el sevillano Antonio de Nebrija publicó en Salamanca su libro *Gramática Castellana*, que constituyó la primera obra que se dedicaba al estudio de la lengua castellana y sus reglas. En el período de 1492 a 1726 se publica el diccionario de Autoridades, o sea el primer diccionario de la lengua castellana, editado por la Real Academia Española. (Enghels, 2020)

Al final de la Edad Media las crisis y enfrentamientos producidos en la Corona de Aragón generaron una crisis social y política que afectó también al uso del catalán, que en el siglo XVI entró en una franca decadencia, de la que tardaría varios siglos en recuperarse. Se produjo en esta época una intensa castellanización de las capas cultas. Tanto en Cataluña como en Valencia, los escritores de prestigio, como Boscán, Gil Polo o Timoneda, prefirieron usar el castellano. El catalán se mantuvo sólo en determinados ámbitos de la administración y, por supuesto, en el ámbito familiar (Elvira, 2006). Fue esa difusión la que originó el sentimiento colectivo que llevó a ver en el romance castellano una significación más amplia que sobrepasaba lo regional, y un contenido histórico cultural más rico que el estrictamente castellano. Y junto al término “castellano” empezó a cundir el de ‘español’. Español, lengua española y otras denominaciones similares cobraron valor desde el siglo XV (Enríquez, 2005).

La decadencia del catalán se acentuó aún más en el siglo XVIII, tras la Guerra de Sucesión y el Decreto de Nueva Planta (1716), que abolió las principales instituciones catalanas. La situación del catalán cambió notablemente a partir del siglo XIX, en un ambiente cultural influido por el movimiento romántico que reconoció los rasgos individuales, la cultura popular y los valores expresivos de la lengua materna. El movimiento de la Renaixença es una consecuencia de esta nueva orientación cultural, que culminó en la creación del Institut d’Estudis Catalans, que supuso un avance esencial hacia la normalización del catalán. (Elvira, 2006)

1.1. Las palabras y el género

Según el diccionario de la Real Academia Española (RAE) (www.dle.rae.es), la palabra es una “unidad lingüística, dotada generalmente de significado, que se separa de las demás mediante pausas potenciales en la pronunciación y blancos en la escritura.”

Palabras nuevas en castellano se forman principalmente al procedimiento de la derivación mediante afijos y la composición. (Varela Ortega, 2005)

A veces, la prefijación y la sufijación operan de forma simultánea y solidaria, en un proceso que denominamos ‘parasíntesis’, como en la formación del verbo *en-trist-ec-er*, donde

el prefijo *en-* y el sufijo *-ec-* se han unido a la vez al adjetivo *triste* para crear un verbo derivado. En cuanto a la composición, un nombre como *altavoz* es un compuesto formado por la combinación de dos palabras: el adjetivo *alta* y el nombre *voz*. Las palabras compuestas pueden también recibir, como cualquier tipo de palabra, afijos derivativos. Un ejemplo es *barriobajero*, en donde el sufijo *-ero* se ha afijado al compuesto *barrio bajo*. (Varela Ortega, 2005)

Además de las voces populares, producto de una evolución espontánea desde los periodos más antiguos, contiene cultismos; unas y otros pueden ser la base para la formación de palabras complejas, de modo que tenemos dobles del tipo *herr-ería* / *ferr-ería* o *agu-oso* / *acu-oso*. También los afijos pueden venir por vía popular o culta; así el prefijo de *sobre-alimentar* / *super-valorar* o el sufijo que aparece en *bon-dad* / *leal-tad* son ejemplo de afijos patrimoniales y cultos, respectivamente. (Varela Ortega, 2005)

Otros procedimientos para formar los neologismos son los recursos semánticos: la metáfora (p. ej., “boca” en *bocacalle* o *boca de riego*), la metonimia (p. ej., *jerez* > *un jerez*), el acontecimiento (p. ej., *belén* > *el belén*), la elipsis (p. ej., [*anteojos*] *prismáticos* o [*líquido*] *anticongelante*). (Varela Ortega, 2005)

En algunos idiomas como el español, el portugués y el francés, etc., el género está presente en casi todas las frases; mientras que en otras lenguas está totalmente ausente. La categoría de género gramatical está presente en las lenguas clásicas, como el griego y el latín. Las lenguas romances comparten las características comunes de tener presencia de al menos dos posibilidades para el género gramatical (masculino / femenino) y presentan concordancias gramaticales de género entre el sustantivo y el adjetivo. (Changhong, 2019). La RAE define el género gramatical como “categoría gramatical inherente en sustantivos y pronombres, codificada a través de la concordancia en otras clases de palabras y que en pronombres y sustantivos animados puede expresar sexo”.

1.2. La concordancia de género

En “Nueva gramática de la lengua española” publicada por la RAE (2009) está explicado que el género es una propiedad de los nombres y de los pronombres que tiene carácter inherente y produce efectos en la concordancia con los determinantes, los cuantificadores, los adjetivos y a veces con otras clases de palabras.

También se menciona que, con muchos sustantivos que designan seres animados (llamados comúnmente sustantivos animados), el género sirve para diferenciar el sexo del referente (*alcalde/alcaldesa*; *gato/gata*; *presidente/presidenta*). Aun así, a algunos sustantivos que designan seres sexuados corresponde más de un género, mientras que otras veces las

diferencias de sexo entre personas o animales no se ven reflejadas en el género de los sustantivos que los designan. Los rasgos de género del sustantivo se extienden al grupo nominal que constituye. De esta forma, el adjetivo *pequeña* en ‘*La mesa del comedor era pequeña*’ concuerda con el sustantivo *mesa* y, por extensión, con todo el grupo nominal que se subraya, ya que el sustantivo no es por sí solo el sujeto de la oración. La concordancia de género no es opcional en español.

Además, atendiendo al género, los sustantivos se clasifican en masculinos y femeninos. Dos sustantivos con la misma terminación como *césped* y *pared* son, respectivamente, masculino y femenino. Como se ha explicado, este rasgo gramatical lleva a los determinantes y a los adjetivos a concordar con los sustantivos. Se dice, por tanto, el *césped húmedo* y la *pared blanca*. Los sustantivos no pueden tener en español género neutro, frente a lo que sucede en otros muchos idiomas. Sí pueden ser neutros en nuestra lengua los demostrativos (*esto, eso, aquello*), los cuantificadores (*tanto, cuanto, mucho, poco*), los artículos (*lo*) y los pronombres personales (*ello, lo*). El género en que aparecen los modificadores o complementos adjetivales de estos elementos neutros no se diferencia morfológicamente del masculino.

Colás Caldevilla Rodríguez (2017) explica que desde un momento muy temprano se toma en cuenta que el masculino desempeña un mayor número de funciones y así tiene más extensión semántica y consecuentemente más indeterminación que el femenino. El mismo autor dice que el género es una característica de los sustantivos. En otras categorías gramaticales, como el adjetivo o el artículo, las marcas de género sirven para establecer concordancias con el sustantivo al que acompañan o se refieren, no marcan el género de estas palabras, que no tienen. De hecho, muchos adjetivos tienen marcas tanto de masculino como de femenino (*alto/a, bueno/a, hermoso/a*) y usan estas para concordar, y, de esta manera, mostrar a qué realidad se aplican.

En este sentido, José Manuel González Calvo (1979) establece que el género gramatical es “una categoría sintáctica que permite clasificar los nombres en masculinos y femeninos de acuerdo con el fenómeno de la concordancia”. Es decir, el autor ve el género gramatical como una categoría sintáctica y no morfológica, como una manera de concordar distintos tipos de palabras que van juntos en un sintagma. Si tenemos en cuenta esto cobra aún más relevancia el hecho de que los signos lingüísticos sean arbitrarios en cuanto al género, que no haya entre el significado y el significante ningún lazo que los asocie y que justifique el género de un sustantivo, puesto que su género es una simple marca que sirve para que sepamos que el determinante *la* o el adjetivo *nueva* son las formas adecuadas para acompañar al sustantivo *moto*, pero no para hacer lo mismo con *pincel*.

De hecho, los significados a los que se refieran la mayor parte de las palabras no se pueden asociar a ningún género de una manera lógica y el conocimiento de a qué grupo de género pertenece se debe a un aprendizaje memorístico. De esta manera, la idea de *silla* no está asociada a su significante. El género, fenómeno lingüístico, en español, también es arbitrario en cuanto a sus terminaciones –o/-a. Es arbitrario que el sustantivo *pared* pertenezca al grupo de palabras que denominamos femeninas. (Caldevilla Rodríguez, 2017)

También, es conocido que, entre distintas lenguas emparentadas (y no emparentadas, pero no ha lugar aquí), una misma palabra evolucionó desde la lengua madre y se agrupó con los masculinos, mientras que en otra lo hizo con los femeninos. El sustantivo *leche* es femenino en español mientras que es masculino en portugués, gallego, muchas zonas de Asturias o en francés (*o leite, el lleche, le lait*). A través de género se establece, en realidad, los términos con los que una palabra concuerda con los adjetivos o determinantes que van con ella. La concordancia de un término como *pared* con el artículo y un posible adjetivo que lo acompañen se establece sobre la base de que *pared* es femenino: *la pared roja*. Si en vez de *pared*, se estuviera hablando de *un coche*, la concordancia se establecería sobre términos masculinos: *el coche rojo*. De todos modos, esto no impide que el género también tenga valor morfológico y semántico. De hecho, la rama de la Lingüística que estudia el género en las gramáticas normativas y descriptivas del español es la morfología, no la sintaxis (Caldevilla Rodríguez, 2017).

1.3. El género masculino

En español, el masculino es el género no marcado, significa “ser de la especie masculina” y “el concepto género sin distinción de las especies”, mientras que el femenino es el marcado, significa “ser de la especie femenina”. (Bosque, Demonte, 1999)

Cuando se usa el masculino con sustantivos referentes a personas o animales, el masculino puede referirse únicamente a los entes masculinos (*los hombres son en ocasiones más mentirosos que las mujeres, los osos viven más años que las osas*). Y también se puede designar a toda la especie, tanto al masculino como al femenino, sin hacer una distinción de sexo, independientemente de que se use en singular o plural: *el hombre es omnívoro; los reyes asistirán al próximo evento*. Son desdobles que rompen con el principio de pertinencia o relevancia de la comunicación lingüística y, por lo tanto, irrelevantes. Términos como *hombre, padre, profesor* o *alumno* han sido acusados de machistas y sexistas en aceptación genérica. Se considera que queda reducida, o incluso excluida, la acepción de mujer, elevando la del varón. No deja de ser un criterio sociolingüístico sin fundamento que basa sus argumentos en la

terminación –o de dichos significantes, puesto que, tal y como señala José Antonio Martínez: en el masculino genérico, se volatiliza la significación de ‘macho’ y su concreta referencia al varón como tal, extendiendo en consecuencia su alcance también a la mujer. En ningún sentido -ni semántico ni lógico-, el masculino genérico subordina a la mujer, ni la oculta: ambos sexos quedan igualmente mezclados en su especificidad y diferencias. (Caldevilla Rodríguez, 2017)

Caldevilla Rodríguez (2017) también menciona que en el lenguaje político y periodístico hay una tendencia al desdoble de sustantivos de persona, dando visibilidad tanto al género masculino como el femenino: *en esta graduación se presentará a los alumnos y a las alumnas; ha habido un recorte en el sueldo de disputados y disputadas*. No son incorrectas estas expresiones, pero sí redundantes, puesto que con el empleo del masculino genérico se sobrentienden los dos sexos: se recibirá a los alumnos con mejor expediente, los disputados serán entrevistados el próximo viernes. Esta tendencia al desdoble género no solo está cada vez más expandida, sino que las personas que no las usen en contextos como mítines políticos o conferencias ya son tachadas de sexistas y machistas. Criterios sociolingüísticos y pragmáticos afectan, de nuevo, a un concepto gramatical. Es cierto que los desdobletes de género se han usado desde siempre en la lengua y que puede haber casos en que sean necesarios y estén justificados.

También en lo respectivo a la lengua escrita hay tendencia al doblote, mediante el de barras oblicuas (queridos/as alumnos/as), el uso del símbolo de arroba @ (l@s hij@s de Luis), de x (todxs los invitadxs), o de la -e (todes, elles, etc) frente a la –o del masculino. Es un propósito fallido de terminar con el masculino genérico, pues lo único que se consigue es un atentado a la ortografía y una dificultad en la lectura de los textos. En casos en que no quede claro si el masculino engloba a ambos sexos, sí parece necesario que se pueda recurrir a este desdoble. De todos modos, existen otras fórmulas lingüísticas, como la modificación restrictiva del sustantivo o las aposiciones. (Caldevilla Rodríguez, 2017)

CAPÍTULO II. EL LENGUAJE INCLUSIVO

El Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP) establece la siguiente definición de lenguaje inclusivo: “El lenguaje inclusivo es el conjunto de propuestas de uso de la lengua castellana que busca personalizar la presencia de mujeres y hombres al escribir, hablar y representar, promoviendo que las y los hablantes abandonen o no incurran en el sexismo lingüístico y en el sexismo social presente en el lenguaje”.

La idea de lenguaje puede emplearse con referencia a la facultad de expresión que tiene el ser humano; a una manera de expresarse; o a la lengua entendida como un sistema de signos que sirve para comunicarse. Inclusivo, por otro lado, es un adjetivo que califica a aquello que incluye o que permite incluir.

La noción de lenguaje inclusivo comenzó a popularizarse en los últimos años. El concepto alude al modo de expresión que evita las definiciones de género o sexo, abarcando a mujeres, varones, personas transgéneras e individuos no binarios por igual. Hay quienes consideran que el lenguaje convencional, cuyas reglas en nuestro idioma son establecidas por la Real Academia Española (RAE), resulta machista. Por eso proponen apelar a un lenguaje inclusivo que tenga en cuenta a toda la diversidad humana, incluyendo a quienes no se identifican con ninguno de los dos géneros vinculados a la biología (mujer / hombre).

La RAE y la Asociación de Academias de la Lengua Española (ASALE) presentaron el primer *“Libro de estilo de la lengua española según la norma panhispánica”*, que rechazaron el “doble género” y el “lenguaje inclusivo” promovido por los grupos feministas y de izquierdas. Según la explicación de la RAE, este proyecto pretende servir para “una mejor manera de escribir y hablar”, ya que es una especie de guía práctica para resolver las dudas ortográficas, fonéticas o gramaticales que se dan por la evolución del idioma en los últimos años.

De esta manera, en el primer capítulo del libro la RAE considera innecesario la inclusión del doble género. Además, subraya que el género masculino, “por ser el no marcado, puede abarcar el femenino en ciertos contextos”. En el lenguaje habitual, para saludar a las personas que se encuentran en un recinto alcanza con decir “Buenos días a todos”, por ejemplo. Las normas del castellano contemplan en el término masculino “todos” también a quienes no son hombres. Algunos, sin embargo, prefieren recurrir a la expresión “Buenos días a todos y a todas” para especificar que el saludo también va dirigido a las mujeres. Pero el lenguaje inclusivo va un paso más allá y propone reemplazar la marca de género por una letra E o una X: “Buenos días a todes” o “Buenos días a todxs”, así como la utilización de la arroba “Buenos días a tod@s” y las barras oblicuas “Buenos días a todos/as”.

Mientras que el movimiento feminista y otros sectores sociales impulsan la implementación del lenguaje inclusivo, algunos intelectuales ya han expresado su oposición o sus dudas. El español Arturo Pérez-Reverte, el canadiense Steven Pinker y el argentino Alan Pauls, entre otros, mostraron sus reservas respecto al uso de la E o de la X para borrar las diferencias de género. Tanto los detractores como los promotores del cambio lingüístico tienen sus razones, y no tienen miedo de exponerlas en extensos artículos de opinión, en entrevistas e incluso en libros enteramente dedicados a este tema. Uno de los argumentos que presentan quienes están a favor de modificar la lengua es que ésta se encuentra en constante evolución, que nadie nos ha dicho «hasta aquí hemos llegado», y que la adopción de términos inclusivos sería tan sólo uno de muchos cambios que han ocurrido y ocurrirán por la propia naturaleza de la comunicación.

Según Luis Chiesa, el lenguaje inclusivo es un objetivo ideal de la sociedad, una utopía, dice que podemos alcanzar este objetivo por ponernos en el lugar de la gente que sufre su ausencia. Da un ejemplo, que, sobre él, ayuda entender “cuán impreciso puede llegar a ser el español”: si hay un grupo que consiste en millón de mujeres y queremos hacer referencia al grupo completo decimos «todas»; sin embargo, si hay novecientas noventa y nueve mil novecientas noventa y nueve mujeres y tan sólo un hombre, estamos obligados a decir «todos». Sólo por un hombre, volvemos masculino al grupo entero. Luis Chiesa considera la palabra “todes”, es decir la substitución de la letra “a” o “o” por “e” para referirse a un grupo mixto de mujeres y hombres, puede perfeccionar la lengua. También autor menciona que las otras lenguas no tienen estos “problemas” y por eso la gente de cualquier sexo y género se sienten incluidas en lo que concierna la discriminación en la comunicación, él pide seguir el modelo que es perfecto sobre su opinión para “conseguir el mismo nivel de comodidad en todos nuestros hablantes”

El Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA) explica que la opción por un lenguaje inclusivo de género, además de tener fundamentos lingüísticos, tiene objetivos sociales como el de democratizar el lenguaje y dar visibilidad social a los géneros femenino y masculino, logrando de esta manera una sociedad más igualitaria y transparente desde el punto de vista del género lingüístico. A través del lenguaje se establece una estrecha relación con el pensamiento, interpretando la realidad en que vivimos, reflejando lo que la sociedad es en cada momento y creando nuevas formas de expresión, según cual sea la sociedad en la que los hablantes desean vivir.

El sexismo lingüístico es el uso discriminatorio del lenguaje en razón del sexo. Como afirma la lingüística Eulalia Lledó, “el lenguaje no es sexista en sí mismo, sí lo es su utilización. Si se utiliza correctamente también puede contribuir a la visibilización de la mujer”. Es por ello

que el lenguaje inclusivo hace referencia a toda expresión verbal o escrita que utiliza preferiblemente vocabulario neutro, o bien hace evidente el masculino y el femenino, evitando generalizaciones del masculino para situaciones o actividades donde aparecen mujeres y hombres.

El sistema lingüístico del español ofrece posibilidades para que no haya discriminación sexual en su uso. Existen múltiples recursos lingüísticos que no requieren un desdoblamiento continuo como la única solución al sexismo en el lenguaje, como agregar “os/as” en las palabras; por el contrario, eludir esta discriminación implica buscar términos y conceptos neutros que “incluyan” a mujeres y hombres. De esta manera se evita cualquier situación que reproduzca la idea de que hay comportamientos, valores, trabajos, actitudes, espacios u otros, propios de mujeres o de hombres, ya sea por su “naturaleza”, o bien porque la “costumbre social” así lo tiene establecido.

2.1. Aparición de las teorías del lenguaje inclusivo

El uso de lenguaje inclusivo puede remontar su origen o concepción en los años 70 cuando la oleada de feminismo de la época comenzó a cuestionar la poca relevancia del género femenino en la lengua o la representación despectiva del mismo. C. Bravo Sueskun y E. Antón Fernández (2010) plantean que “desde hace más de veinte años, diversos organismos e instituciones han puesto de relieve la necesidad de adaptar el lenguaje al principio de igualdad entre mujeres y hombres así como la urgencia de desterrar los usos sexistas o androcéntricos que aún perviven”.

Las mismas autoras explican que desde la aparición de este lenguaje “se han introducido recomendaciones, objetivos y actuaciones específicas, relativas al uso de un lenguaje no sexista, que se han concretado en una abundante producción de Guías y Recomendaciones para un uso no sexista del lenguaje”. De esta manera, vemos que el lenguaje inclusivo se está apareciendo en la sociedad como una solución del “problema” lingüístico y discriminatorio hace más de veinte años aproximadamente.

En la historia del lenguaje vemos que hay muchas organizaciones y instituciones culturales que se oponen a la opinión de la RAE, por ejemplo, en el año 1987 la UNESCO encomendó “evitar, en la medida de lo posible, el empleo de términos que se refieren explícita o implícitamente a un solo sexo, salvo si se trata de medidas positivas a favor de la mujer”. En 1989 aprueba la Resolución 109, en la que se recoge la voluntad de continuar “elaborando directrices sobre el empleo de un vocabulario que se refiera explícitamente a la mujer, y promover su utilización en los estados miembros”.

En las recomendaciones para un uso no sexista del lenguaje de la UNESCO, publicadas en 1991, se afirma que “las personas hispanohablantes sienten la terminación –o, y sobre todo la terminación –a, como signos del género masculino y femenino, respectivamente”, añadiendo que: “Si... no hay nada en el idioma que se oponga a la feminización de los nombres de carreras, profesiones, cargos y oficios, habrá que convenir en que la resistencia no es de orden lingüístico, sino social”.

A comienzos de 1990 el Comité de Ministros del Consejo de Europa aprobó una Resolución demandando la eliminación del sexismo en el lenguaje, mediante la adopción de las siguientes medidas:

“1. Promover la utilización, en la medida de lo posible, de un lenguaje no sexista que tenga en cuenta la presencia, la situación y el papel de la mujer en la sociedad, tal como ocurre con los hombres en la práctica lingüística actual;

2. Hacer que la terminología empleada en los textos jurídicos, la administración pública y la educación esté en armonía con el principio de igualdad de sexos;

3. Fomentar la utilización de un lenguaje libre de sexismo en los medios de comunicación”.

Diez años después, la Comisión de Derechos de la Mujer e Igualdad de Oportunidades de la Unión Europea propone, para su integración en la estrategia de comunicación e información de la UE, que en las campañas de información y comunicación se utilice un lenguaje no discriminatorio, que se tenga en cuenta la presencia, la situación y el papel de las mujeres en la sociedad en igualdad de condiciones con los hombres, tal como se requiere para los textos jurídicos y el lenguaje de la administración pública.

El Parlamento Europeo aprobó por decisión del Grupo de Alto Nivel sobre Igualdad de Género y Diversidad en febrero de 2008 un Informe sobre el Lenguaje no Sexista, dirigida a impulsar el uso del lenguaje no sexista en el trabajo realizado por el propio Parlamento, tanto en su faceta de difusión multilingüe como en su papel de entidad legisladora europea. En dicho Informe se señala:

“La finalidad del lenguaje no sexista o lenguaje neutral en cuanto al género es evitar opciones léxicas que puedan interpretarse como sesgadas, discriminatorias o degradantes, al implicar que cada uno de los sexos es superior al otro, ya que en la mayoría de los conceptos el sexo de las personas es, o debe ser, irrelevante.

La utilización de un lenguaje no sexista es algo más que un asunto de corrección política. El lenguaje influye poderosamente en las actitudes, el comportamiento y las percepciones. El Parlamento como institución respalda plenamente el principio de igualdad de género, y el lenguaje que utiliza debe reflejar este hecho.

Para este fin, es importante establecer orientaciones que aseguren en la medida de lo posible que el lenguaje no sexista es la norma, en lugar de ser la excepción, en los documentos parlamentarios”.

Este Informe aporta algunas orientaciones comunes a la mayoría de las lenguas, referidas al uso genérico del género masculino, a las formas de nombrar cargos y profesiones, o nombres, estado civil y tratamientos. Además, incluye indicaciones específicas para las diversas lenguas de la UE. Entre las Orientaciones específicas para el español, contenidas en el citado Informe, destacamos: Técnicas de redacción que evitan el sexismo en el lenguaje, como la utilización de sustantivos genéricos y colectivos, perífrasis, construcciones metonímicas, del imperativo, de la forma pasiva, de estructuras con el pronombre “se” (impersonal o pasivo reflejo), de formas no personales del verbo o de determinantes sin marcas de género, u omisión del determinante.

Entre las actuaciones administrativas españolas, destaca la Orden Ministerial de 22 de marzo de 1995 (BOE nº 74, de 28 de marzo), por la que se estableció la adecuación en la denominación de los títulos académicos oficiales a la condición masculina o femenina de quienes los soliciten, en base a “la importancia que tiene el lenguaje en la formación de la identidad social de las personas y en sus actitudes... Asimismo, la preocupación por evitar discriminaciones por razón de sexo y de representar adecuadamente a las mujeres, ha llevado a sectores significativos de la sociedad española y a las autoridades educativas a la idea de que, en coherencia con la política de propiciar un uso adecuado del lenguaje, se adopten las medidas necesarias a fin de que los títulos académicos oficiales se adecuen en su expresión a la naturaleza masculina o femenina de quienes los obtengan”. (Loscertales, Nuñez, 2007)

Desde los organismos de igualdad se ha mantenido un interés especial por concienciar sobre esta cuestión, elaborando documentos de apoyo que sirven para difundir las alternativas igualitarias en el lenguaje y fomentando la investigación en esta materia. Todos los planes de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres gubernamentales han tenido presentes actuaciones en esta dirección. Los Planes para la Igualdad de oportunidades de las Mujeres (PIOM) autonómicos también suelen incluirlas, especialmente en los ámbitos de las propias administraciones, la educación, los medios de comunicación y, más recientemente, otros, como el laboral o el sanitario.

Las leyes autonómicas de igualdad también recogen esta preocupación por erradicar los usos discriminatorios del lenguaje.

La Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres se refiere expresamente, en el Título II, como uno de los criterios generales de actuación de los poderes públicos, a la implantación de un lenguaje no sexista en el ámbito

administrativo y su fomento en la totalidad de las relaciones sociales, culturales y artísticas (Cap. I, Art. 14.11). Asimismo, en el Título III recoge el objetivo de utilizar un lenguaje no sexista en los medios de comunicación de titularidad pública (Corporación RTVE, Agencia EFE) (Art. 37.b. y 38.b.).

En junio de 2009, El Consejo General del Poder Judicial (CGPJ), mediante una circular titulada “Normas mínimas para evitar la discriminación de la mujer en el lenguaje administrativo del CGPJ”, acuerda concienciar de la necesidad de servirse de un lenguaje no sexista en sus documentos, fundamentándose, entre otras razones, en:

“La importancia que tiene el lenguaje en la formación de la identidad social de las personas y en sus actitudes, motiva la necesidad de erradicar el sexismo lingüístico del lenguaje administrativo, tanto en las relaciones internas como en las relaciones con la ciudadanía. Los usos sexistas del lenguaje hacen invisibles a las mujeres e impiden ver lo que se esconde detrás de las palabras. Puesto que deseamos que se instaure una política de igualdad, nuestro lenguaje debe ser igualitario...”.

Por ello, se recuerda “evitar el usos sistemático del masculino, en singular o plural, para referirse a los dos sexos”, proponiendo como alternativas una serie de directrices, para que se conozcan y difundan entre el personal dependiente de todos los servicios, secciones y unidades administrativas y para que sean tenidas en cuenta en la redacción de los documentos. En concreto, esta circular recoge las siguientes directrices principales:

1. Insistir en la diferenciación del uso del masculino y del femenino en la designación de profesiones y actividades. Evitar en la designación de cargos la identificación de las mujeres a través de los hombres.
2. Asimismo, insistir en el posible uso del artículo en formularios, impresos y documentos administrativos tipo en los que no conocemos de antemano el género.
3. Intentar evitar todas aquellas expresiones, en ocasiones innecesarias, que llevan a uso excesivo del masculino.

2.2. Conceptos y desarrollo del lenguaje inclusivo

Según la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED) (2012) “en los últimos años, y a partir de la aprobación de la Ley Orgánica 3/2007 de 22 de marzo, para la Igualdad efectiva de mujeres y hombres, se están produciendo importantes avances en el ámbito social y legislativo que han propiciado cambios favorables para conseguir que la igualdad de oportunidades y de trato entre mujeres y hombres sea real y efectiva”.

Añaden que “la actual presencia de las mujeres en la vida pública y sus nuevos roles, tienen grandes repercusiones en el lenguaje que nos hacen replantearnos nuestros hábitos lingüísticos para que respondan a esta nueva realidad”.

A través del lenguaje, en estrecha relación con nuestro pensamiento, se nombra e interpreta la realidad en la que vivimos. Refleja lo que la sociedad es en cada momento, pero a su vez, en constante evolución de acuerdo con los cambios que experimenta la humanidad, va creando nuevas formas en virtud de lo que sus hablantes desean que sea la sociedad en la que viven.

Como considera la lingüista Eulalia Lledó “el lenguaje no es sexista en si mismo, sí lo es su utilización. Si se utiliza correctamente también puede contribuir a la igualdad y a la visibilización de la mujer”, significa entonces que el sexismo lingüístico es el uso discriminatorio del lenguaje que se hace por razón de sexo.

Una de las cuestiones más polémicas relacionadas con el sexismo lingüístico proviene de la confusión que se establece entre sexo y género gramatical. Mientras que el sexo es un rasgo biológico que poseen algunos seres vivos, el género gramatical es un rasgo inherente a determinados tipos de palabras, que sirve para clasificar los sustantivos en masculinos y femeninos y, en el caso de los adjetivos y determinantes, para establecer su concordancia.

Una manera de advertir este sexismo estriba en aplicar la denominada “regla de inversión”, que consiste en probar si el texto es correcto al sustituir los términos femeninos por los correspondientes masculinos, y viceversa.

Según la oficina de Igualdad de la UNED, en el sistema lingüístico del español hay muchas posibilidades de reducir la discriminación sexual en el uso de la lengua. Como la solución al sexismo del lenguaje la mayoría entiende los desdobles, pero en español existen múltiples recursos lingüísticos que no requieren desdoblar continuamente; se trata de utilizar estrategias y recursos que posee nuestra lengua y que no faltan ni a la gramática, ni contravienen el principio de economía del lenguaje, sino todo lo contrario, ya que la mayoría se caracterizan, precisamente, por su brevedad. El principio fundamental del lenguaje es que la comunicación sea efectiva, por lo que, en el peor de los casos, siempre será preferible usar un término más a que el mensaje resulte equívoco y/o sexista.

La Oficina de Igualdad de la UNED enumera las reglas de uso del lenguaje no sexista:

Lo primero es utilizar un lenguaje igualitario y no excluyente, esto permite visibilizar a las mujeres, rompiendo con estereotipos y prejuicios sexistas; por todo ello, es necesario modificar el enfoque androcéntrico de las expresiones, nombrando correctamente a mujeres y hombres.

Es perfectamente compatible el uso de las normas gramaticales y estilísticas con el uso no sexista de la lengua.

El uso innecesario o abusivo del masculino genérico es un obstáculo a la igualdad real entre mujeres y hombres porque oculta a las mujeres y produce ambigüedad, por lo que ha de evitarse su utilización en textos y documentos.

Para sustituir el masculino genérico se emplearán términos colectivos, abstractos o vocablos no marcados, perífrasis o metonimias. Cuando no produce ambigüedad, se puede omitir la referencia directa o bien utilizar infinitivos o pronombres.

Se utilizarán, siempre que sea posible, las denominaciones de cargos, profesiones y titulaciones en femenino, mediante el morfema de género y/o el artículo. Cuando su uso se haga en plural, se evitará la utilización del genérico masculino. Guía del lenguaje no sexista.

En los casos en los que el texto se refiera a quien posee la titularidad de una entidad, área o institución, el lenguaje se adecuará al masculino o al femenino en función de si se trata de un hombre o una mujer. Es importante recordar que la lengua castellana tiene marca de género por lo que los cargos ocupados por mujeres deben recogerse en femenino.

Los documentos administrativos deben dirigirse a la ciudadanía con fórmulas que nombren específicamente a las mujeres cuando se conoce su sexo. Cuando se desconoce quien será la persona destinataria, se usarán fórmulas que engloben a ambos sexos, evitando el uso del masculino genérico.

El uso de dobles mediante barras queda limitado a los formularios de carácter abierto y a determinados encabezamientos, no utilizándose en ningún caso en otro tipo de redactados.

No es recomendable el uso del símbolo @ (arroba), que no es un signo lingüístico, sobre todo teniendo en cuenta la variedad de recursos que ofrece la lengua para evitar un uso no sexista del lenguaje.

Tradicionalmente, el género masculino precede siempre al femenino cuando hay mención expresa de ambos sexos. Se propone por ello que el masculino no siempre se anteponga al femenino, de modo que este último también pueda aparecer en primer lugar, o que se alterne con el masculino.

El objetivo más general de la comunicación inclusiva es dar relevancia a la presencia de los dos sexos en los diferentes mensajes emitidos y evitar también el uso de imágenes que pudieran afectar a la dignidad de mujeres u hombres o que transmitan estereotipos sexistas. Para lograr este objetivo se recurre a fórmulas lingüísticas que den cuenta de la presencia de ambos sexos, entre ellas, el lenguaje no sexista.

Según el colectivo de Estudiantes de Psicología en su guía del lenguaje inclusivo, el uso actual del lenguaje castellano incluye ciertos elementos que tienen carácter discriminatorio con

respecto al género. Por ejemplo, el uso del masculino genérico neutral: por razones históricas, lo neutral siempre ha sido lo masculino, la persona neutra siempre ha sido un hombre y la mujer ha tenido una distinción diferencial cuando había que referirse a ella, lo cual provoca la invisibilización de la mujer con respecto al lenguaje. Por otro lado, tendríamos el uso de significados distintos frente al mismo término si este se encuentra en masculino o femenino: por ejemplo, en el diccionario de la lengua castellana encontramos acepciones que catalogan la palabra “amo” como poseedor o dueño y a la palabra “ama” le añaden “criada principal de una casa”.

En general, podemos concluir que a los lingüistas y todas otras personas que defienden el lenguaje inclusivo, consideran que en el lenguaje se denomina el sexismo lingüístico, que hace referencia al uso discriminatorio del lenguaje por razón de sexo y/o género, que puede contribuir a destacar el papel preponderante de un sexo y/o género respecto a otro, o a ocultar la presencia o contribución de uno de ellos. Por el contrario, el lenguaje no sexista alude al uso de un lenguaje igualitario y no excluyente que permita visibilizar a las mujeres, rompiendo con estereotipos y prejuicios sexistas; para ello, es necesario modificar el enfoque androcéntrico de las expresiones. En la práctica hay varias formas de solucionar esta discriminación y cada persona puede poner en práctica la que más cómoda y natural le resulte.

CAPÍTULO III. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS

Luhmann (2007) define al sistema de los medios de comunicación de masas como al conjunto de aquellas comunicaciones sociales que se sirven de medios técnicos de reproducción masiva para propagarse. Según Luhmann (2007) los medios de comunicación masas tuvieron su apogeo en el siglo XX cuando una serie de inventos tecnológicos establecieron nuevas dimensiones para la distribución de la comunicación.

Estamos en el campo de la “comunicación”: un sistema relacionado y conexasionado con otros sistemas que mantienen una interacción, un intercambio constante y necesario con su entorno, que provoca un importante impacto en el entorno sociocultural contemporáneo. Su empuje ha sido revolucionario, al promover cambios de actitudes e, incluso, de formas de vida en la sociedad. Pero esto era en otra etapa, en el periodo en que estaban vigentes las teorías planteadas por McLuhan. En la actualidad, el sistema de comunicación está variando vertiginosamente. (Gutiérrez, Rodríguez, Camino, 2010)

Según Flor (1994), los medios de comunicación tienen varios usos: parecen existir cuatro grandes razones por las que los usamos; para 1. adquirir información, 2. divertirnos o entretenernos, 3. establecer relaciones interpersonales. El comentar acerca de los programas nos permite intercambiar con otras personas. 4. Nuestra identidad personal, dado que nos brinda compañía. El placer de mirar lo que otros hacen nos permite obtener una guía personal para nuestro comportamiento.

Los medios de comunicación son contemplados, en la actualidad, como el primer poder dentro del mundo actual. Sin ellos, los acontecimientos que se vienen desarrollando, se podría decir, no existen. No nos podríamos preguntar sobre la Guerra del Golfo, las declaraciones de Hugo Chávez, la “depresión posvacacional” de regreso al trabajo, o sobre lo que sucedió con los “hombres de Paco”, si no fuese por el gran sistema publicitario inmerso en los medios que actúa de autopromoción de todos esos productos. Todos ellos entremezclados, sin categorizar, asemejados e igualados, en una sucesión ininterrumpida de banalización.

Cabe mencionar que los medios de comunicación de masas constituyen una institución mediadora entre los hechos y lo que se dice sobre ellos y, actualmente, son la fuente más importante en la formación de la imagen que tenemos sobre el mundo. Nos ofrecen elementos a través de los cuales constituimos nuestra propia percepción del mundo; además de brindarnos modelos, normalizan pautas de comportamiento y otorgan estatus a personas e instituciones y legitiman el orden social (Instituto Nacional de las Mujeres, 2005).

Por tanto, estamos hablando de documentos que no pueden ser contemplados de forma aislada. Programas de televisión, relatos periodísticos, relatos cinematográficos, noticias; en

definitiva, productos de los medios de comunicación, provistos de unos valores sociales que producen beneficios económicos y unas necesidades generales a la sociedad. (Instituto Nacional de las Mujeres, 2005)

3.1. Los tipos de los medios de comunicación de masas

Según María Trinidad Bretones (2008), la primera caracterización que podemos apuntar del origen de la tecnología de los medios de comunicación de masas coincide con un cambio técnico expresado en el salto del uso de "fuerzas físicas inherentes a lo humano" al uso de "fuerzas técnicas de mediación humana" para la comunicación. Si tomamos esto como referente podemos llegar a una clasificación de los medios a partir de la gradación de los cambios que progresivamente se interponen a las condiciones naturales para la comunicación. Es en este sentido como Williams propone una caracterización de los medios técnicos de la comunicación:

- "medios de amplificación": megafonía, telefonía, transmisión (por radio) de la voz humana; transmisión de voces, expresiones, gestos y acciones, como en la televisión;

- "medios de almacenamiento": el registro, más o menos permanente, de voces humanas, como en las grabaciones de sonido; o de expresiones, percepciones, gestos y acciones, como en muchas pinturas y esculturas; o de ambos elementos, los sonidos y las imágenes, en vídeo y en película;

- "medios instrumentalmente alternativos" al uso o a la representación de fuerzas físicas inherentes, aun cuando pretenden ser equivalentes, como el registro y la transmisión de información e ideas en sistemas materiales localmente autónomos, llámense escritura, impresión o teletexto.

Tal caracterización creemos que, aunque exacta respecto al elemento de comparación -lo humano-, sin embargo traiciona la definición cabal de tecnología que propone. Ese debería ser el instrumento clasificatorio por excelencia.

En el libro "Introducción a la teoría de la comunicación de masas" (1985), Denis McQuail categoriza los medios de comunicación en tres grupos: los impresos, los audiovisuales y los nuevos medios de comunicación electrónica. Al primer grupo coincide el libro y los periódicos. El segundo incluye a la televisión, la radio y la música grabada.

3.1.1. El libro

La historia de los media modernos empieza con el libro impreso, que, sin duda, supuso una especie de revolución, aunque en sus. Inicios no fuera más que un artilugio técnico para

reproducir un mismo texto o, mejor dicho, un mismo tipo de textos, que ya se copiaba a mano de manera generalizada. Sólo poco a poco la imprenta condujo a un cambio de contenidos – obras más profanas, prácticas y populares (sobre todo en los idiomas vernáculos), así como a octavillas o panfletos políticos o religiosos – que a su vez contribuyeron a la transformación del mundo medieval. Se produjo, pues, una revolución social en la que el libro desempeñó un papel insustituible. El medio del libro: tecnología del tipo móvil; páginas encuadernadas; numerosos ejemplares; carácter de producto; diversidad de contenidos (profanos); uso individual, libertad de edición. (McQuail, 1985)

3.1.2. Los periódicos

El periódico comercial del siglo XVII no quedaba identificado con una única fuente, sino que era una compilación hecha por un editor-impresor. La variedad oficial presentaba varias de estas mismas características, además de ser la voz de la autoridad y el instrumento del Estado. El boletín comercial fue la forma que más influyó en la configuración del periódico, cuyo desarrollo se nos muestra, en retrospectiva, como un momento clave en la historia de la comunicación; representaba más un servicio para todos sus lectores anónimos que un instrumento de propagandistas o potentados.

De alguna manera, el periódico fue más innovador que el libro impreso - la creación de una nueva forma literaria, social y cultural – aunque esto pasara desapercibido en su momento. Su carácter distinto, en comparación con las otras formas de comunicación cultural, se debió a su individualismo, realismo, utilidad, laicismo y adecuación a las necesidades de una nueva clase social: los comerciantes y profesionales de las ciudades. Su novedad no radicaba en su tecnología o modo de distribución, sino en sus funciones al servicio de una nueva clase social en un clima sociopolítico cambiante y más liberal. El medio del periódico: publicación regular y frecuente; carácter de producto; contenidos informativos; funciones en la esfera pública; público lego y urbano; relativa libertad.

La prensa como adversaria. Desde sus inicios, el periódico resultó ser un enemigo, real o potencial, del poder establecido, sobre todo en su percepción de sí mismo. Las escenas más crudas de la historia de la prensa las constituyen los actos violentos perpetrados contra impresores, editores y periodistas. Ocupa un lugar destacado la lucha por la libertad de edición, a menudo inscrita en el marco de una lucha de mayor envergadura por la libertad, la democracia y los derechos civiles. En la actualidad, la institucionalización de la prensa en un sistema de mercado actúa como una forma de control, y el periódico moderno, como cualquier gran

empresa comercial, es vulnerable a más tipos de presiones o intervenciones que sus precursores más humildes.

La prensa política. Una forma común de periódico es la promovida por un partido político para tareas de movilización, información y organización. Esta prensa es ahora casi desconocida en América del Norte y ha cursado un largo período de declive en otros lugares. El periódico de partido ha perdido terreno frente a la prensa comercial, no sólo como concepto, sino también como negocio viable. El periódico comercial se promociona a sí mismo presentándose más objetivo, menos influenciado y más divertido y ha podido atraer a más lectores durante más tiempo. Aun así, la idea de prensa de partido todavía ocupa un lugar como componente de políticas democráticas.

La prensa de prestigio. El periódico burgués de finales del siglo XIX marcó un hito en la historia de la prensa y contribuyó mucho a nuestra visión moderna de lo que es, o debería ser, un periódico. Las características principales de esta nueva prensa de “prestigio” o de elite que se consolidó durante dicho período fueron: independencia formal respecto al Estado y a intereses particulares; reconocimiento como institución importante de la vida política y social; sentido sumamente desarrollado de la responsabilidad social y ética y aparición del periodista como profesional dedicado a la descripción objetiva de acontecimientos. Muchas de las expectativas habituales sobre los periódicos “de calidad” todavía reflejan algunas de estas ideas y proporcionan la base de las críticas a los periódicos que, por partidismo o “sensacionalismo” excesivos, se alejan del ideal. (McQuail, 1985)

3.1.3. El cine

El cine fue en parte una respuesta a la “invención” del ocio – el tiempo en que no se trabajaba – y a la demanda de maneras económicas y respetables de disfrutar en familia de dicho tiempo libre. Así, el cine proporcionó a la clase trabajadora algunas de las ventajas culturales de las que disfrutaban las clases socialmente más “favorecidas”. A juzgar por su crecimiento espectacular, la demanda latente que el cine satisfizo era enorme; y si tuviéramos que escoger, entre todos estos factores de formación, el más importante, éste no sería la tecnología ni el clima social, sino las necesidades de una clase social, los mismos factores – pero con otras necesidades y clase social – que proporcionan la aparición del periódico. El medio del cine: tecnología audiovisual; ejecución en público; numerosos atractivos (universales); predominio de la ficción narrativa; carácter internacional; regulación pública; carácter ideológico. (McQuail, 1985)

3.1.4. La radio y la televisión

La aparición de la radio y de la televisión como medios de comunicación se remonta, respectivamente, a más de setenta y cuarenta años, y ambas crecieron a partir de tecnologías ya existentes: el teléfono, el telégrafo, la fotografía fija y en movimiento y la grabación del sonido.

Las innovaciones más importantes comunes tanto a la radio como a la televisión se basaron en la posibilidad de observación, transmisión y grabación inmediatas de los acontecimientos, a medida que iban ocurriendo. Un segundo rasgo distintivo de la radio y la televisión es el alto grado de regulación, control y autorizaciones por parte de las autoridades públicas, al principio por necesidad técnica, y luego por una mezcla de elección democrática, interés nacional, conveniencia económica y pura costumbre institucional. Una tercera característica afín de la radio y de la televisión en su pauta de distribución desde un centro a una periferia y la asociación de las televisiones nacionales con la vida política y los centros de poder de la sociedad, a medida que se volvían más populares y políticamente importantes. Los medios de la radio y la televisión: producción, ámbito y alcance muy amplios; contenidos audiovisuales; tecnología y organización complejas naturaleza pública con mucha regulación; carácter nacional e internacional; formas de contenidos muy diversas. (McQuail, 1985)

3.1.5. La música grabada

La teoría y la investigación han prestado relativamente poca atención a la música como medio de comunicación de masas, tal vez porque sus implicaciones para la sociedad nunca han quedado claras ni tampoco hubo marcadas discontinuidades en las posibilidades brindadas por las sucesivas tecnologías de grabación y reproducción/transmisión. El medio de la música grabada (fonograma): múltiples tecnologías de grabación y difusión; escasa regulación; alto grado de internacionalización; audiencia más joven; potencial subversivo; organización fragmentada; múltiples posibilidades de recepción. (McQuail, 1985)

3.1.6. Los nuevos medios de comunicación electrónica

Los llamados media “telemáticos” han sido aclamados como el elemento clave de la última revolución de las comunicaciones, destinado a sustituir a la televisión como la conocemos. El término abarca un conjunto de desarrollos en cuyo centro se encuentra una unidad de representación visual conectada a una red de ordenadores. Los “nuevos media”, como también se les llama a veces, empezaron a aparecer a partir de la década de los setenta y no son sino un conjunto de tecnologías electrónicas con diversas aplicaciones que todavía distan de ser

ampliamente reconocida como medio de comunicación de masas e, incluso, de que se formule una definición clara de sus funciones. (McQuail, 1985)

Intervienen varios tipos de tecnologías: de transmisión (por cable o vía satélite), de miniaturización, de almacenamiento y recuperación de información, de representación (mediante combinaciones flexibles de texto y gráficos) y de control (por ordenador). Sus principales características, a diferencia de los “media antiguos”, son: descentralización (el suministro y la elección ya no están en manos del proveedor); gran capacidad (la transmisión mediante cable o vía satélite supera las anteriores limitaciones de costes, distancia y capacidad); interactividad (el receptor puede elegir, responder, intercambiar y estar conectado directamente con otros receptores); y flexibilidad de formas, contenidos y usos. (McQuail, 1985)

Los nuevos media telemáticos fueron ofrecidos al gran público en dos formas, una conocida como teletexto y la otra como videotex. La primera emite una abundante información textual, complementaria de la programación televisiva normal, que el usuario puede consultar a la voluntad en un receptor adaptado. La segunda proporciona, en general a través de una red telefónica, una información más abundante y variada, almacenada en ordenadores, que puede ser consultada o interrogada por un usuario equipado de un terminal y una pantalla de televisión. También presta una amplia gama de servicios interactivos que incluyen una forma de comunicación visual entre el centro y la periferia y, en principio, entre todos los usuarios conectados a una misma red. El videotex también se usa para suministrar materiales impresos. Los media telemáticos: tecnologías basadas en el ordenador; carácter híbrido y flexible; interactividad potencial; funciones públicas y privadas; escasa regulación; interconectividad. (McQuail, 1985)

3.2. El papel de los medios de comunicación de masas en la sociedad actual

Los diferentes medios de comunicación juegan un papel insoslayable en el intercambio de la información entre las personas y las sociedades y en la incidencia de nuestra percepción del mundo, de lo lejano y también de lo inmediato. Los medios de comunicación se configuran ya no sólo como meros transmisores de informaciones aparentemente neutras, sino que actúan en muchas ocasiones como elemento uniformador de la opinión de la población, influyendo claramente en las pautas de conducta y en la interpretación de nuestra realidad (Cabildo de Tenerife, 2005).

En la industria de la Comunicación y de la Información se comparten una serie de valores que ponen en funcionamiento la organización de su tarea cotidiana y que, en definitiva, son los que dotan de sentido y coherencia su trabajo.

Siendo la comunicación de masas uno de los procesos de comunicación que implica a más personas y durante más tiempo que cualquier otro proceso en el nivel de la sociedad global, ha alcanzado un status de gran importancia en lo que antes era exclusivo de instituciones como gobiernos, escuela o familia. Los espacios concretos, están ahora invadidos por los mass media, su existencia es una característica de la sociedad moderna y además, se han convertido en un elemento primordial de la vida diaria, e incluso, marcan los tiempos de los demás grupos de agentes socializadores.

La implantación de los medios en la sociedad contemporánea y sus tecnologías, a la par que su evolución, exigen entender los fundamentos y las posibilidades que de ellos se derivan. Es preciso darse cuenta de la fuerza transmisora que tienen, de su soporte material, de su contenido semántico, de su referencia (Gutiérrez, Rodríguez, Camino, 2010).

Es evidente que en la sociedad contemporánea los medios son importantes creadores y mediadores del conocimiento social. La comprensión de los diferentes modos en que los medios representan la realidad, de las técnicas que utilizan y de las ideologías que impregnan sus representaciones debería ser una exigencia para todos los ciudadanos actuales y futuros de una sociedad democrática. (Masterman citado en Aparici, 1996, p. 36)

Como lo menciona Daniele Leoz (2015), los medios de comunicación de masas se han convertido en potentes agentes de transmisión e interiorización de valores, normas, ideas y creencias y símbolos de la cultura a la que pertenecen. En toda cultura están presentes unos “significados”, pautas de conducta y comportamiento que se consideran específicos a cada uno de los sexos y que se transmiten de generación en generación. Son sistemas de creencias y tradiciones que vienen cargadas de prescripciones que son interiorizadas por los individuos y vividas como algo natural. Pues en las sociedades occidentales actuales los mass media tienen un importante papel en la transmisión de estos significados. Este agente, a través de sus mensajes, ofrece modelos de conducta y juicios sobre acontecimientos, además de reforzar valores y normas sociales y ser capaces de conformar un clima de opinión. Como destaca Funes Rivas (1994) “en la actualidad la comunicación de masas es una de las principales fuentes de información, entretenimiento y compañía, afectando de manera importante a nuestras conductas, actitudes y formas de pensar”.

Nuestra visión del mundo, de la historia, de la cultura y, en definitiva, del hombre está íntimamente ligada a la visión que imponen los medios de masas. La ideología implícita en éstos se desprende de su propia estructura comunicativa: unidireccional y jerárquica. Esta

estructura no viene impuesta por la tecnología, sino por ciertos criterios empresariales y políticos. El control de los medios está en manos de empresas ligadas a grandes grupos económicos y de poder. En el discurso televisivo aparece una información más o menos variada, pero que siempre representa los mismos valores y mantiene ciertos estereotipos y roles, lo cual tiende a derribar los límites entre la realidad y la ficción para proclamar que todo es espectáculo. Este hecho cultiva la pasividad en el espectador y la evasión se convierte en el motor de funcionamiento frente a la realidad (Gutiérrez, Rodríguez, Camino, 2010).

Además, los medios de comunicación transmiten los estereotipos e imágenes que se arraigan profundamente en nuestras mentalidades y perduran en el tiempo. Estos estereotipos tienen la característica de pasar inadvertidos, y por ello resultan potentes y eficaces; se nos imponen sin que nos demos cuenta, y así van forjando nuestras mentalidades (Ortiz, 2001). Afortunadamente, los medios de comunicación no sólo se conciben como agentes generadores de estereotipos, sino también como promotores de la diversidad, del multiculturalismo y, sobre todo, del cambio relativo a la equidad de género (Instraw, 2005). Es en esta cara más alentadora del papel de los medios de comunicación en donde observamos que, gracias a los espacios ganados por las mujeres, se han empezado a transformar los contenidos y los mensajes que circulan en periódicos, revistas o en el radio, y sobre todo en los medios de su propia creación. En consecuencia, además de la imagen tradicional de la mujer como madre, ama de casa u objeto de consumo, hoy en día los medios presentan, aunque todavía con poca frecuencia y cobertura, a las mujeres como personas económicamente activas, profesionistas y cuya plena participación en la sociedad exige la colaboración de los hombres en el ámbito familiar y doméstico.

3.3. Las normas lexicales en los medios de comunicación de masas

El lenguaje periodístico se caracteriza, en primer lugar, por su claridad, es decir, se consigue utilizando un lenguaje comprensible para todas las personas, independientemente de su nivel cultural o de formación. Así pues, deben de primar las frases simples (Sujeto, verbo y complemento). También, el lenguaje de los medios debe de ser preciso, es decir, no se puede dar margen a interpretaciones erróneas. Para ello es vital no decir expresiones vagas. Por ejemplo de cantidades: Tienen que ser cantidades exactas. 11 000 personas o más de 10 000 personas. Evitar varios, algunos, etc. Otra característica importante es la brevedad. Las frases cortas ayudan a transmitir una idea. También se podrá utilizar alguna oración subordinada con el objetivo de evitar la monotonía con un lenguaje demasiado breve. En los medios de

comunicación, los verbos deben ser en acción: los verbos que indican una acción atraen más la atención y expresion y expresan con mayor precisión lo que se quiere comunicar. Por ejemplo: Se ha creado una vacuna contra el cáncer de mama. Siempre que se pueda se evitará el uso de los verbos ser o estar. Por último, el mensaje que se quiere transmitir será más claro si se construye en positivo. Por ejemplo se usarán verbos como prohibir en lugar de “no autorizar”. (TECH school of journalism and communication, 2021)

El orden que se debe utilizar para una frase es Sujeto más verbo más predicado, pero algunas veces esta estructura se puede cambiar con el objetivo de llamar la atención. Por ejemplo: se puede utilizar un hipérbaton que invierte el orden del discurso. En muchas ocasiones el periodista destaca un dato importante de la noticia, que no tiene por qué ser el sujeto. Estas palabras tienen mayor carga informativa. Por ejemplo: Doscientos inmigrantes que viajaban en seis pateras han sido interceptados en Lanzarote por la Guardia Civil.

Otro recurso que se pueden utilizar es la elipsis que es la omisión en la oración de una o más palabras que son necesarias para la construcción gramatical. Se puede omitir el sujeto o el verbo e incluso ambos. Es habitual omitir el sujeto en la primera frase para generar interés. Por ejemplo: Quería cuanto antes su oportunidad de revancha frente a Federer y la va a tener. Rafael Nadal jugará el próximo domingo la final de Roland Garros.

Hay que prestar la atención al sonido de lo que se pronuncia. Primeramente, es la puntuación. El texto que se oye en radio y televisión se escribe para que se lea en voz alta, por el autor o por otra voz. Así pues, se deben de evitar expresiones que presten a la confusión, entonaciones forzadas, una mala dicción o los cortes en la secuencia fónica, etc. Además, las frases deben de leerse y pronunciarse de forma clara, con las pausas adecuadas en puntos y comas. Estas pausas deben coincidir con las respiraciones del locutor. Es importante que los presentadores no adapten sus textos a su estilo de lectura, dado que pueden alterar o dificultar la comprensión del texto. Por ejemplo: El exministro de defensa, Tomás Cook, ni confirma, ni desmiente, su interés por ser alcalde de Valencia. En esta locución hay una coma de más después se desmiente, lo que puede entrecortar la lectura y hacer que deje de tener un ritmo adecuado. Las cacofonías y rimas son consecuencia de no revisar los textos correctamente, salvo que excepcionalmente se puedan concebir como un recurso expresivo para un texto informativo. La cacofonía es la combinación inarmónica de sonidos que puede aparecer en una frase o palabra. Se considera una cacofonía al uso de adverbios que acaban en “mente” o palabras terminadas en “ción o “dad”, entre otras. Por ejemplo: La colaboración del resto de partido en la fijación de objetivos es la condición que exige el partido más votado.

Hablando del género, en el español existen dos géneros gramaticales en función de cada sexo. Por ejemplo: Azafata/ Azafato. También existen sustantivos con una forma única que

designan seres de uno u otro sexo. Hay los comunes: tienen la misma forma para los dos géneros. Por ejemplo: el/la saxofonista; epicenos: su forma es única y pueden ser femeninos o masculinos. La concordancia depende del género gramatical del sustantivo, no del sexo. Por ejemplo: La víctima, un hombre de 23 años, murió cuando era trasladado al hospital más cercano; ambiguos: Admiten su uso en uno u otro género, sin que cambie su significado. Por ejemplo: el/la mar; el masculino para ambos sexos: el masculino gramatical de los sustantivos que designan seres animados se emplea para referirse al sexo masculino, pero también a la especie, sin distinción de sexos.

En “El lenguaje de los medios de comunicación” (1995) Casado Velarde Manuel describe el lenguaje desde los aspectos fónicos, gráficos, morfológicos, así como sintaxis y léxico-semánticos.

3.3.1. Aspectos fónicos

Desde ya hace algún tiempo, en la lengua de locutores de radio y televisión – si bien no es fenómeno exclusivo de estos profesionales -, se disocian en la palabra el acento regular o fijo y el expresivo; el énfasis se marca acentuado prosódicamente sílabas habitualmente átonas, ya sea porque se trata de palabras que llevan su acento normal en otra sílaba o bien porque son unidades lingüísticas desprovistas de acento, como el artículo *el, la*, las preposiciones y conjunciones, los relativos, los posesivos antepuestos al nombre, etc.: “La solidaridad entre los pueblos viene exigida de forma perentoria en circunstancias como las presentes”. La eficacia expresiva de este recurso fónico mengua, hasta desaparecer por completo, en la medida en que se reitera sin cesar, como ocurre con cualquier otro proceso de relieve convertido en hábito. Esta distorsión enfática del acento, en el registro idiomático que comentamos, es un fenómeno panhispánico.

Por otra parte, en los programas informativos de radio y televisión se registran hoy unos esquemas de entonación enunciativa distintos de los tradicionales del español. En lugar de la normal inflexión final descendente (cadencia o semicadencia), a partir del último acento de la frase, aparece una elevación del tono en el último acento para después descender sólo levemente.

En la pronunciación normal del español es habitual la sinalefa entre vocal final y vocal átona inicial de la palabra siguiente: así, por ejemplo, la pronunciación de la *citada ofensiva* se realiza [la ci-tá-dao-fen-sí-va]; o la *Radio Nacional de España*, [radio nacional despáña]. Pues bien, en boca de locutores y presentadores se produce frecuentemente la separación enfática y

forzada de las vocales en contacto, aun cuando no exista riesgo de homofonía con otro segmento de la lengua: [la ci-tá-da-o-fen-sí-va], [rádio nacional de espáña].

Otra peculiaridad fónica consiste en la pronunciación ultracorrecta de la grafía **x**. Como es sabido, la pronunciación normal culta de los dos fonemas representados por esta letra (k y s) sólo se realiza en posición intervocálica o final: examen [eksámen], fax [faks], mientras que se reduce a un solo fonema, /s/, cuando precede a una consonante: extorsión [estorsión].

En la pronunciación de extranjerismos léxicos – anglicismos, sobre todo – y de nombres propios extranjeros, tanto geográficos como personales, así como de siglas, con fonología ajena a los hábitos articulatorios hispanos, se tiende a respetar más que antes el consonantismo exótico: conservación de consonantes finales y grupos de consonantes, etc.: *hándicap*, *scanner*, *trust*, *sándwich*, *Bush*, *Gorbachov*, la antigua *URSS*.

3.3.2. Aspectos gráficos

Entre los aspectos gráficos relativos a los medios impresos cabe destacar la tendencia, observada en los titulares de prensa de algunos países de Hispanoamérica, a presentar con inicial mayúscula – quizá por influjo anglígena – sustantivos, verbos, adjetivos, etc., que en español no llevan: La OTAN <establece Relaciones Formales con las Repúblicas de la CEI.

Las siglas han dejado progresivamente de llevar punto tras los grafemas representantes de las palabras abreviadas: CEI (Comunidad de Estados Independientes), CE (Comunidad Europea), EE. UU. (Estados Unidos de América).

Se observan vacilaciones en el uso de nombres propios españoles tradicionales para topónimos y antropónimos pertenecientes a otras lenguas: En lugar de Brandeburgo, Cornualles, Ruán o, se emplean Brandeburg, Cornwall, Rouen, etc. Vacilación que camina, salvo en los casos muy conocidos, a aceptar la forma original.

Se nota también falta de criterio uniforme en la transliteración de nombres propios pertenecientes a lenguas (como el ruso, árabe, chino, etc.) de alfabeto no latino o con diferente sistema de escritura: Gorbachov/Gorbachev, Tadyikistán/Tayikistán/Tadjikistán etc. Estas disparidades se deben con frecuencia al hecho de aceptar indiscriminadamente como válidas para el español transliteraciones realizadas para otros idiomas, especialmente para el inglés o para el francés.

3.3.3. Morfología

Aparece consolidado el nuevo tipo de plural “consonante+s”: stocks, stops, etc. Por tratarse de un fenómeno extendido a otras variedades de la lengua, como muy bien ha estudiado

Emilio Lorenzo, no me detendré aquí en esta tendencia morfológica más que para corroborar que se encuentra ampliamente afianzada en cultismos latinos (*ultimátums, superávits*), extranjerismos (especialmente anglicismos: *charters, jets, sponsors, spots...*), así como en sustantivos agudos terminados en diptongo *-ay (ai), -ey, -oy* (frente a las tradiciones *ay -> ayes, ley -> leyes*, tenemos hoy *bonsái -> bonsáis*) y en voces acabadas en vocal tónica (*esquís, menús...*).

En los compuestos del tipo *ciudad jardín, conferencia concierto*, que tanto proliferan en el lenguaje periodístico y en el publicitario, se pluraliza sólo el primer sustantivo: *sueldos base*.

En relación con el género gramatical, conviene anotar que se va difundiendo el uso de la forma femenina de los nombres de profesionales o cargos cuando estos son desempeñados por mujeres: *la diputada, la jueza, la ministra...*

Hay vacilaciones en el género de sustantivos como *apoteosis, indole, ratio*, frecuentemente usados como masculinos. Se ha verificado cambio de género gramatical en voces como *antípoda* (se oye y se escribe *las antípodas*, por influjo de la terminación) o *maratón* (*la maratón*, por influjo del sinónimo *carrera*). El adjetivo femenino *motriz* (*la idea motriz*) se usa con frecuencia como masculino: *el impulso motriz*, en vez de *motor*.

Se observa en el lenguaje de los periodistas deportivos la eliminación sistemática de la forma reflexiva *-se* en la conjugación de determinados verbos: *alinearse, calentarse, clasificarse, entrenarse*, etc.

Aunque no se trate de un fenómeno exclusivo del lenguaje periodístico, es frecuente en este registro idiomático la inversión del orden normal en castellano en formaciones del tipo *camping gas, cine club, autostop, cash-flow*.

3.3.4. Sintaxis. El verbo

Partiendo de que en el español actual estándar las formas verbales *cantara* y *cantase* se usan con valor de subjuntivo (el denominado pretérito imperfecto), llama poderosamente la atención el empleo profuso que se hace en la lengua periodística – tanto hablada como escrita – de *cantara* con el significado de *había cantado* (valor etimológico, hoy anticuado o dialectal) e incluso de *canté*: “Isaac Shamir se preguntaba ayer por la unidad del pueblo palestino, comentando el discurso que Hussein *realizara* la noche del pasado domingo” (*ABC*, 2-8-88, 21). Por contagio de este empleo de *-ra*, aparece alguna vez la forma en *-se* con idéntica función temporal: “El grupo Torreal, que controla Juan Abelló una vez que *hiciese* una oferta pública de adquisición de acciones...” (*El País*, 14-3-90, 51)

Entre las peculiaridades de la sintaxis verbal en la lengua periodística suele citarse el uso del denominado “condicional del rumor” o “condicional de información no asegurada” (Lapesa). Pertenece a la lengua española general el empleo del condicional para expresar una afirmación que se da como opinión o aseveración ajena (*Según el fiscal, habría actuado con premeditación*) o cuya validez se hace depender de una condición (*Si es verdad lo que dices, yo estaría equivocado*). “Pero en el lenguaje periodístico de hoy es frecuente que no se mencionen el opinante, la fuente informadora ni la hipótesis restrictiva, y que se encomiende sin más al condicional la función de dar a entender que se trata de aseveraciones ajenas, suposiciones cuya veracidad de puente para el diálogo con los palestinos” (*ABC*, 2-8-88, 21); “España *aceptaría* un papel internacional en Cisjordania” (*El País*, 12-8-88, 5).

Se encuentra muy difundida, especialmente en la lengua de los programas informativos de radio y televisión, la novedad sintáctica consistente en emplear un infinitivo, al que correspondería ir subordinado a otro verbo, como si se tratara de una forma independiente: “Cientos de afectados acudieron ayer al Palacio de Justicia. La mayoría hubo de esperar en los pasillos. Algunos dijeron que se trataba de una artimaña. *Señalar, por último, que* a esta protesta se unió la de los medios de comunicación”. La lengua estándar diría: *Señalemos (señalaremos), por último, que...; Hay que señalar que...; Debe señalarse que...* Otros verbos que revisten este tipo de construcción son *anunciar, recordar, puntualizar, advertir, decir, etc.*

Entre otras peculiaridades relativas al uso de las formas verbales pueden citarse el uso del perfecto simple a expensas del compuesto, y el del presente en detrimento del futuro. Rafael Lapesa observaba hace ya varios lustros cómo los titulares de la prensa y las emisiones radiadas preferían el perfecto simple para hechos recientes o inmediatos, que en el uso general se expresan con el perfecto compuesto: “*Llegó* a Madrid el equipo de la Juventus”, “*Oyeron* ustedes “Los clásicos de la canción”, etc. “Sin excluir ocasionales resabios del Noroeste peninsular, en este resurgimiento [...] parecen haberse juntado influjos del inglés estadounidense y del español americano, uno y otro apegados al perfecto simple”. El mismo autor señalaba también cómo el “presente de acción venidera”, que cuenta con antecedentes en la lengua, era “poderoso competidor del futuro y espontáneo sustituto suyo”. Podía decirse que la lengua de los titulares no conocía, para expresar futuro, otra forma verbal que la de presente. Hoy, sin embargo, las cosas parecen haber cambiado algo, y se detecta una mayor presencia de las formas de futuro en los titulares.

Se percibe desde hace algún tiempo un uso creciente de la pasiva en el lenguaje periodístico. La Agencia Efe advierte a sus redactores que eviten la traducción mecánica de muchas pasivas inglesas por pasivas castellanas, con el sujeto en cabeza, como, por ejemplo, “Un crédito ha sido votado por el Congreso para los damnificados”. La lengua estándar prefiere:

“Ha sido votado por el Congreso un crédito para los damnificados”, y más aún la activa. Asimismo, se encuentra extendido y uso de complemento agente en las oraciones pasivas reflejas: “Se publicará un comunicado por el Gobierno civil”.

Cada vez es más frecuente el uso, en construcciones transitivas, de verbos tradicionalmente empleados como intratransitivos: *secar* (*Cesaron al ministro, El director ha sido cesado*); *dimitir* (*Han dimitido al presidente*); *emanar* (*El ministerio ha emanado una nueva regulación*); *repercutir* (*Se ha acordado repercutir esta subida del petróleo en los precios de los carburantes*), así como el uso no pronominal del verbo *incautarse* (*La policía incautó un alijo de droga, frente a la construcción tradicional La policía se incautó de un alijo de droga*).

Un rasgo lingüístico compartido con el lenguaje de los políticos es la sustitución de determinados verbos por una construcción sinónima de verbo de amplia semántica seguido de complemento: *comenzar*, por *dar comienzo*; *manifestar*, por *poner de manifiesto*; *fugarse*, por *darse a la fuga*; *detener*, por *proceder a la detención*; *modificar*, por *introducir modificaciones*, etc. El origen puede ser doble: pobreza o petulancia, según los casos.

Dos notas en relación con el uso del adverbio. Se viene observando, en la lengua hablada de periodistas, políticos, altos cargos de la administración, etc., el abuso de adverbios y expresiones adverbiales de relleno, como *evidentemente, indudablemente, positivamente, etc.*, empleados con frecuencia de manera enfática e innecesaria, o bien como simples segmentos retardatarios. Fernando Lázaro ha llamado asimismo la atención sobre el desplazamiento de los adverbios o expresiones adverbiales más comunes, como *hoy, ayer, anoche, esta mañana, ayer al mediodía...*, sustituidos por construcciones perifrásticas del tipo de *en el día de hoy, en el día de ayer, en la noche de ayer, en la mañana de hoy, en el mediodía de ayer...* Análogo desplazamiento se observa en otros adverbios y locuciones de tiempo o lugar, como *antes, después, a la vez, dentro, fuera*, frecuentemente sustituidos por *previamente, seguidamente, contemporáneamente, en el interior, en el exterior*.

El uso de la preposición en el registro idiomático que aquí se considera necesitaría un tratamiento monográfico aparte: tal es la densidad y variedad de fenómenos que solicitan la atención del lingüista.

3.3.5. Aspectos léxico-semánticos

Los anglicismos representan el mayor número de préstamos léxicos procedentes de otras lenguas. No merece la pena detenerse aquí en extranjerismos como *best-seller, cash-flow, establishment, holding, etc.*, cuya forma denuncia a las claras su carácter de préstamos más o

menos recientes, préstamos que, por otra parte, no son exclusivos de la lengua de los medios de comunicación. Puede resultar más útil, en cambio, poner de relieve algunos casos representativos de neología semántica que, por ser resultado de un transvase de significado a una palabra ya existente en español – o de factura reciente, pero respetuosa con las estructuras morfológicas del idioma-, pueden pasar más inadvertidos a la conciencia lingüística de los hablantes.

En este sentido se viene observando, desde hace ya algunos años, la difusión de voces en las que ha inyectado un valor semántico, procedente por lo común del inglés, ajeno al significado tradicional de la palabra. Así ocurre, por ejemplo, en *agresivo*, ‘dinámico, emprendedor’; *área*, ‘región o distrito administrativo’; *asumir* ‘suponer’, etc.

La palabra *cultura* y su familia léxica han sido objeto de importantes interferencias semánticas procedentes del inglés. De significar “resultado o efecto de cultivar los conocimientos humanos y de afinarse por medio del ejercicio las facultades intelectuales del hombre”, han pasado a llenarse, desde hace algunos lustros, del contenido que etnólogos y sociólogos, especialmente norteamericanos, dan a este término al aplicarlo a todo tipo de manifestaciones de un determinado grupo humano; *cultura* viene a significar “modo de vida una determinada comunidad”. Se trata, pues, de un significado de origen angloamericano, que se ha introducido ya en nuestro uso a través de expresiones como *revolución cultural* *aculturación*, *cultura de la muerte*, etc.

En el plano léxico se aprecia en el lenguaje de los medios de comunicación una fuerte tendencia reduccionista que lleva al empleo indiscriminado de determinados verbos en detrimento de otros que pudieran utilizarse con idéntica o mayor propiedad. Así ocurre, por ejemplo, como ha señalado Lázaro Carreter, con el uso de *incidir* a expensas de *influir* (*El precio de la carne no incidió poco el IPC de este mes*), *ocuparse de algo* (*El ministro no incidió en el problema del paro*), *coincidir* (*Todos los sindicatos inciden en la misma petición*), etc.

3.4. El lenguaje inclusivo en los medios de comunicación de masas

En “Las mujeres y los medios de comunicación” del Instituto Nacional de las Mujeres (2005) está mencionado que el tema sobre la mujer y los medios de comunicación ha sido tratado desde los años setenta del siglo XX con una clara intención: promover la reformulación de los contenidos y mensajes de los medios, de modo tal que reflejen una realidad coincidente con la cotidianeidad, la trayectoria y los roles profesionales y personales no sólo de los hombres, sino también de la otra mitad de la población, las mujeres.

Ha sido en la última década que organizaciones de mujeres de diversas partes del mundo, así como de agencias internacionales, han levantado la voz, cada vez más fuerte, con el propósito de promover el desarrollo de imágenes y mensajes que den cuenta de la diversidad en la vida de las mujeres y de su contribución a la sociedad, dentro de la prensa, los medios visuales, sonoros y electrónicos. Para lograrlo, se ha planteado la necesidad de contar con la igualdad de los sexos en la gestión y dirección de los medios de comunicación, así como en la construcción de los contenidos. El movimiento que se ha gestado en torno a este tema se refleja en la Plataforma de Acción establecida a partir de la Cuarta Conferencia Mundial de la Mujer, celebrada en Beijing en 1995,¹ en donde se evidenció como problema la imagen estereotipada de la mujer que difunden los medios, el aumento significativo de las imágenes que perpetúan la violencia contra las mujeres y la falta de acceso de estas a la expresión y a la toma de decisiones en y a través de los medios.

Basándose en estos principios y fortalecidas por el avance que el movimiento de mujeres ha tenido en el mundo, particularmente, en las últimas tres décadas, han surgido “formas alternativas de difusión independientes, que han buscado lenguajes propios, medios propios, códigos y símbolos de comunicación entre y desde las mujeres”.

En América Latina y el Caribe cabe mencionar a *FEMPRESS* (Chile), *Cotidiano Mujer* (Uruguay), *DobleJornada*, *FEM*, *Debate Feminista*, *Cuadernos Feministas* (México), *Quehaceres* (República Dominicana), y otros como *LOLAPRESS*, *ISIS Internacional*, *Radio Tierra*, *Feminaria*, *ALAI* (Agencia Latinoamericana de Información), *FIRE* (Radio Internacional Feminista), *SEM* (Servicio de Noticias de la Mujer) y muchos otros esfuerzos que ya cuentan con experiencias importantes, aunque su alcance aún sea limitado por la escasez de recursos (Monzón, 2007).

Un tópico aparte es el referido al cuidado especial del uso sexista y racista del lenguaje. En este último caso, utilizar un lenguaje incluyente es adaptarlo a las realidades político-sociales de un mundo en transformación y, a su vez, contribuir a las transformaciones sociales que aspiran a un mundo más justo e igualitario. El lenguaje mismo es una herramienta de cambio. En el lenguaje se revelan valores y se evidencian las relaciones de poder existentes, dando voz o silenciando, nombrando u ocultando. En este sentido, el lenguaje es fundamental para construir modelos de identificación positivos y negativos, con lo cual tanto los estereotipos de género como la discriminación y la violencia de género se producen y reproducen constantemente, también, a través de las palabras que se usan y de las que se omiten.

Actualmente las sugerencias más destacadas en relación a un lenguaje no sexista comienzan desnaturalizando la ficción del masculino genérico proponiendo evitarlo, recurriendo a estrategias como la neutralización; es decir, utilizando términos genéricos y

neutros que no marquen el sexo, como por ejemplo en alumnado, fiscalía, el personal docente; o la especificación, explicitando el sexo concreto de la persona a la que se hace referencia, incorporando los dos géneros en caso de referirse a personas de ambos sexos, mediante duplicaciones, barras, arrobas (las niñas y niños, firma del/a interesada/o, bienvenid@) (Hasan, Gil, 2007).

El periodismo en general y la prensa en particular han sido acusadas históricamente de utilizar un lenguaje sexista, entendido este en un sentido amplio, que abarca tanto el sexismo social o explícito como el lingüístico o implícito. Gindengil y Everitt (2003), citando a van Zooner (1994), recuerdan que los hombres han dominado históricamente la prensa y los medios en cada nivel de producción, lo que ha afectado a la manera en la que se ha codificado el discurso sobre las mujeres.

En este sentido, Díaz (2009) realiza una diferenciación entre sexismo social y lingüístico que establece que el primero es aquel en el que el contenido del mensaje comunica una situación de discriminación o desigualdad y el segundo es el que enuncia una situación no discriminatoria pero con una forma, “por las palabras o estructuras lingüísticas”, que prima un género por encima de otro. Existen numerosos ejemplos de ambos tipos de sexismo que aún hallamos en los medios de comunicación a pesar de los esfuerzos que algunas corrientes internas en empresas como eldiario.es o El País están haciendo para adaptarse a la nueva realidad y crear corresponsalías de género, encargadas de velar y propulsar un enfoque más integrador, que destierre todos los sexismos de los mensajes emitidos por sus empresas. (Carrascosa, 2020)

En efecto, en los últimos 30 años la presencia femenina en los medios de comunicación ha crecido notablemente. Sin embargo, ello no ha significado un cambio fundamental en el contenido y enfoque de la información que se transmite, lo cual no ha impedido que las mujeres hayan optado por tácticas alternativas para participar de manera activa dentro y desde los medios de comunicación; entre ellas, destaca la creación de medios de comunicación alternativos de mujeres, en donde las nuevas tecnologías de información juegan un papel relevante. Los espacios generados por esos medios alternativos, muchas veces establecidos como redes nacionales o internacionales, han permitido visibilizar la realidad de las mujeres y evidenciar sus necesidades (Instraw, 2005).

METODOLOGÍA

El objetivo de este trabajo es analizar el léxico usado en los medios de comunicación de masas elegidos y, entonces, encontrar la respuesta a la pregunta central del trabajo: ¿cómo está apareciendo el lenguaje inclusivo en la sociedad actual?

Para encontrar la respuesta a la pregunta central hay que estudiar la teoría sobre el tema mencionado, analizar los medios de comunicación de masas españoles e hispanoamericanos y hacer el análisis léxico de ellos.

Las tareas del trabajo son: 1) investigar y describir la base teórica sobre la lengua española, 2) investigar y describir las características del género en español, 3) investigar y describir la base teórica sobre el lenguaje inclusivo, 4) investigar y describir la base teórica sobre los medios de comunicación de masas, 5) explorar los medios de comunicación de masas, 6) analizar el léxico usado en los medios de comunicación de masas españoles e hispanoamericanos, 6) sacar conclusiones.

Para la parte práctica, analizamos cuatro medios de comunicación diferentes, como impresos tanto audiovisuales: 1) Diario digital uruguayo *Cotidiano Mujer*, 2) Televisión española *RTVE*, 3) Cadena de radio española *Cadena SER*, 4) Ruedas de la prensa del partido político español *Podemos*.

Los medios de comunicación de masas son elegidos por varios criterios y para el análisis están aplicados dos métodos diferentes para obtener resultados más precisos.

El primer criterio para la elección es que los recursos elegidos deben estar en consonancia con el concepto de los medios de comunicación de masas, es decir, deben ser los periódicos, la televisión, la radio, etc.

El segundo criterio es la relevancia de los medios de comunicación masivos seleccionados al lenguaje utilizado. Para poder hacer el análisis, el discurso debe contener los rasgos del lenguaje inclusivo.

El siguiente criterio es la diferencia de los medios analizados. Los medios de comunicación seleccionados corresponden a diferentes tipos de medios de comunicación de masas, en nuestro caso son: la prensa digital, la radio, la televisión y las ruedas de la prensa. Este criterio permite ver el vocabulario más amplio y analizar el lenguaje inclusivo utilizado en los ámbitos diferentes, así como ver el lenguaje desde la perspectiva oral y escrita.

Para hacer el análisis de los textos en los medios de comunicación de masas, se aplicarán dos métodos de investigación. El primero, es el método descriptivo para resumir la información investigada y aplicarla en el análisis léxico del lenguaje inclusivo. El segundo, es el método

analítico para observar y analizar el léxico usado en los medios de comunicación de masas seleccionados.

CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DEL LENGUAJE INCLUSIVO

En el trabajo presente en la parte empírica analizamos las particularidades lingüísticas que están utilizadas en los medios de comunicación de masas, sobre todo, analizamos frases y palabras en los periódicos, la radio, la televisión y las ruedas de la prensa. Para esto será necesario utilizar el capítulo II y III de la parte teórica de presente investigación.

Para la investigación han sido seleccionados cuatro medios de comunicación masivos. Los medios tienen un objetivo común: almacenar y entregar información o datos a un público objetivo amplio. Comparten otro rasgo común: uso del lenguaje inclusivo. Sin embargo, los medios seleccionados pertenecen a diferentes tipos y llevan los discursos de varios temas, ya que indica que la información brindada está desarrollada para determinados ámbitos de la vida, para distintos sectores de la sociedad y para fines específicos, además de los señalados anteriormente.

El primero medio de comunicación analizado pertenece a los medios impresos y es el diario digital uruguayo *Cotidiano Mujer*. Como está mencionado en su página web (www.cotidianomujer.org.uy), *Cotidiano Mujer* es un colectivo feminista creado en 1985. Desde entonces, *Cotidiano Mujer* ha trabajado acompañando el desarrollo de la agenda política y cultural de las mujeres uruguayas y latinoamericanas, construida en miles de encuentros, marchas, campañas, y debates. Los temas en las cuales se basan son la cultura, los derechos humanos, la economía, el placer, el medio ambiente. Como objetivo tienen aportar a nuevos derechos ciudadanos y a nuevas dimensiones de la libertad y la autonomía de las mujeres, tanto económica, como política, afectiva y cultural.

Además, *Cotidiano Mujer* trabaja en el desarrollo de acciones de comunicación política con la promoción de los derechos de las mujeres para consolidar su calidad como sujeto de cambio. Su accionar se dirige fundamentalmente al cambio cultural a través del desarrollo de investigaciones, campañas y acciones ciudadanas que garanticen la pluralidad de voces y actores en los debates, para generar nuevos sentidos comunes e incorporar la perspectiva feminista en temas de la agenda pública: el aborto, los derechos sexuales y reproductivos, la participación política de las mujeres, la ética del cuidado y tantos otros. En la página web (diario digital) de *Cotidiano Mujer* se puede encontrar las noticias de diferentes ámbitos, pero en general pertenecen a las noticias sobre sociedad, cultura y política. Es muy pertinente el tema del feminismo, igualdad, los derechos de las mujeres.

Segundo medio de comunicación de masas analizado es la televisión, para el análisis ha sido elegida la televisión española *RTVE*. Según su página web (www.rtve.es), *RTVE* es la gran empresa pública española de medios de comunicación de ámbito estatal. La integran *TVE*, con

siete canales de televisión; *RNE*, con seis cadenas de radio; la web *RTVE.es*, el Instituto *RTVE* y la Orquesta y Coro. Se esfuerzan por ser inclusivos y entre sus programas de televisión destacamos RTVE Igualdad y Objetivo Igualdad que tienen como objetivo hablar de la igualdad en la sociedad.

En esta investigación también será analizada cadena de radio *Cadena SER* (acrónimo de «Sociedad Española de Radiodifusión»), o simplemente la *SER*. Es una cadena de radio española, generalista y de ámbito nacional. Es la radio generalista pionera y más escuchada del país, con 4,366,000 oyentes. Sus programas de radio incluyen los programas informativos, de deportes, así como musicales. Abordan temas diferentes que incluyen también el feminismo y la igualdad de género.

Además, para el análisis han sido elegidas las ruedas de prensa de *Podemos*. Según el Registro de Partidos Políticos del Ministerio del Interior (MIR), *Podemos* es un partido político español que se sitúa entre la izquierda y la extrema izquierda del espectro político. Fue fundado el 11 de marzo de 2014, siendo desde su origen hasta mayo de 2021 su secretario general Pablo Iglesias Turrión. Desde junio de 2021, asumió la secretaría general Ione Belarra. La idea de *Podemos* no es sólo reforzar el lenguaje inclusivo en las áreas de la Administración regional, con formaciones incluidas a los funcionarios, sino que también pretende que se instale en el sistema educativo. "El uso del lenguaje inclusivo sigue todas las recomendaciones de la ONU para promover la igualdad entre hombres y mujeres", sostienen, convencidos de que "la ultraderecha sólo sigue su programa del odio para enfrentarnos".

Los medios tienen distintos objetivos (informar o entretener) y el léxico utilizado en cada medio es diferente. Además, los medios son tanto impresos como audiovisuales, incluyen lenguaje tanto oral como escrito. Esto permite estudiar el lenguaje inclusivo desde ángulos diferentes y obtener más información sobre su uso.

4.1. Diario uruguayo Cotidiano Mujer

Para el análisis léxico de la prensa escrita han sido seleccionados varios artículos con el objetivo de obtener más ejemplos del uso del lenguaje inclusivo.

Primero que podemos destacar en los artículos es el uso de los desdoblamientos, por ejemplo, “*las esperamos a **todas y todos** en este espacio...*”, “*las redes de cuidado a infancias entre **vecinos y vecinas***”. El desdoblamiento consiste en utilizar la versión femenina y masculina de la misma palabra. Como estrategia puede utilizarse cuando se quiere hacer visibles tanto a mujeres como a hombres.

En adjunto a las palabras desdobladas son utilizados también los artículos dobles: “*tiene plena vigencia para las y los habitantes de la República*”. El desdoblamiento puede presentarse mediante el uso de artículos gramaticales desdoblados en masculino y femenino, cuando se trata de sustantivos comunes (sustantivos que se mantienen invariables y cuyo género es determinado por las palabras que le acompañan, como los adjetivos o artículos) (Guichard, 2018).

Además, es pertinente el uso de la sustitución de la palabra “todos”, en este caso, vemos ejemplo con “*ampliar vidas dignas para todas las personas*”.

Otro caso de sustitución es la sustitución de la palabra machista por una variante inclusiva. El objetivo es de confundir el género masculino con la totalidad de las personas para darle un valor universal. Para evitarlo se recomienda utilizar sustantivos colectivos que son las palabras que designan ambos sexos con la finalidad de evitar expresiones sexistas (Consejo Estatal de la Mujer y Bienestar Social, 2014), en el artículo es el caso de la utilización de la frase “*toda la ciudadanía*” en vez de “ciudadanos” o en vez de “los afrodescendientes” se utiliza “*las personas afrodescendientes*”, así como “*afectó particularmente a mujeres y hombres del colectivo*” en vez de “el colectivo” y “*la autoridad ministerial*” en vez de “el ministerio”.

Siguiente rasgo del lenguaje no sexista que encontramos en los artículos es el uso de la barra inclinada (o diagonales, paréntesis) “/”: “*destinatarias/os*”, “*las/os participantes*”, “*hijos/as*”. El uso de diagonales y paréntesis sirve para las situaciones cuando en un mensaje se desconozca si el destinatario es hombre o mujer, se recomienda usar diagonales o paréntesis en los vocativos. Sin embargo, se sugiere su uso sólo en textos cortos: formularios, solicitudes, cuestionarios, carteles o cualquier otro documento en donde se cuenta con poco espacio, ya que abusar de ellos en el texto formal resulta una lectura cansada y poco legible.

Por último, se puede encontrar en algunos artículos el uso del artículo inclusivo “les” en vez del uso del desdoblamiento “los y las”: “*con un foro de debate a disposición de les estudiantes*”.

Recursos utilizados

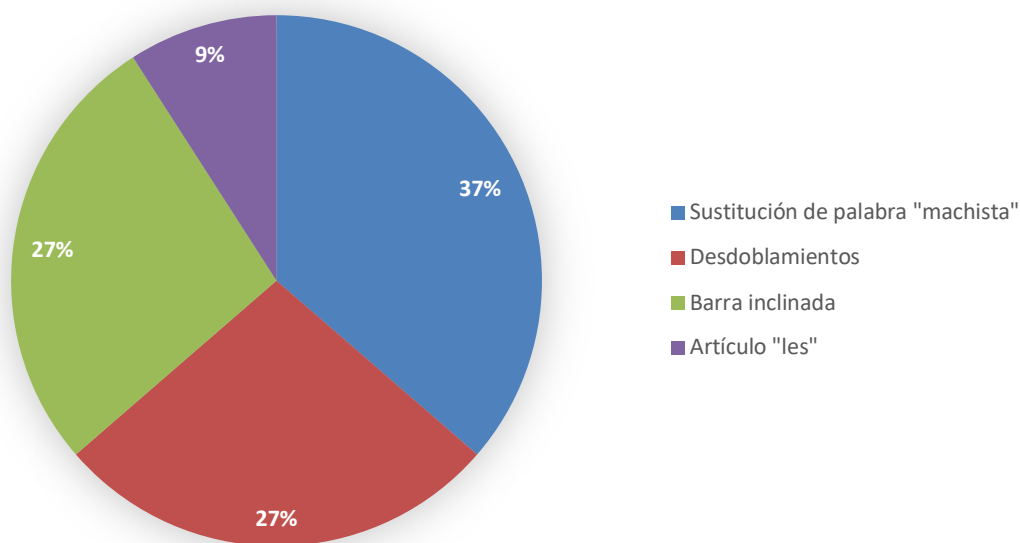


Diagrama 1

Como vemos en diagrama 1, el recurso inclusivo utilizado mayormente en los artículos es la sustitución de las palabras “machistas”, por ejemplo, “*toda la ciudadanía*” en vez de “ciudadanos” – 37% de todos los recursos inclusivos.

4.2. Televisión española RTVE

En los discursos de los especialistas de los programas analizados vemos muchos desdoblamientos, es el recurso inclusivo que utilizan mayormente, por ejemplo, “*expertos y expertas*”, “*trabajadores y trabajadoras*”, “*todos y todas*”, “*vosotras y vosotros*”. También destacamos el desdoblamiento de los adjetivos: “*muchas y muchos profesionales*”. Este recurso inclusivo (desdoblamiento) consiste en utilizar la versión femenina y masculina de la misma palabra. Como estrategia puede utilizarse cuando se quiere hacer visibles tanto a mujeres como a hombres. Según la RAE, este tipo de desdoblamientos son artificiosos e innecesarios desde el punto de vista lingüístico. En los sustantivos que designan seres animados existe la posibilidad del uso genérico del masculino para designar la clase, es decir, a todos los individuos de la especie, sin distinción de sexos.

Sin embargo, en algunos casos evitan el uso de los desdoblamientos, en lugar de esto substituyen la palabra “machista” por la variante más inclusiva, por ejemplo, en vez de utilizar “los trabajadores” se utiliza “*las personas trabajadoras*”. Esta estrategia puede ser utilizada en el lenguaje inclusivo en el caso cuando hay una palabra que puede sustituir el desdoblamiento,

es decir, la palabra que incluye a las mujeres y a los hombres por igual, como vemos en el ejemplo, la palabra “personas” que resulta no ser machista.

Otro recurso que podemos destacar es la sustitución de la palabra “todos” por otras palabras que incluyen ambos sexos, por ejemplo, “*la gente*”, “*la sociedad*”.

En caso de conocer quién es la persona destinataria o a la que se hace referencia, se utiliza el término correspondiente al género de que se trate, por ejemplo, “*la presidenta*” en vez de “la presidente”.

Últimamente, se utiliza la paráfrasis que permite referirse a grupo de personas, en vez de utilizar “los ciudadanos” se utiliza “*la ciudadanía*”.

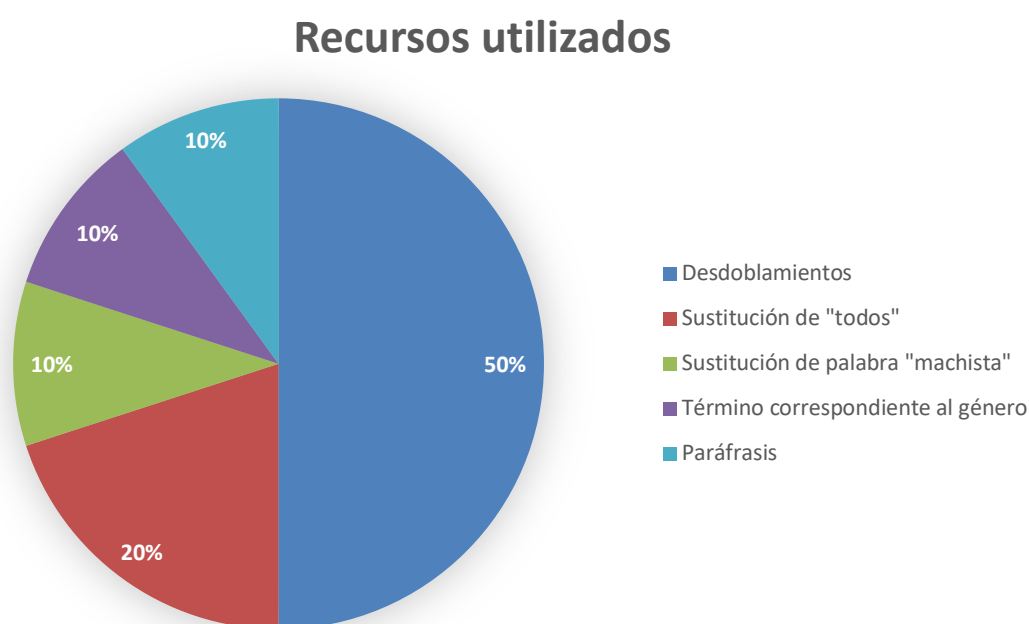


Diagrama 2

En el caso de la televisión, es abundante el uso de los desdoblamientos – cree 50% de todos los recursos inclusivos utilizados (ver diagrama 2).

4.3. Radio española Cadena SER

La radio, en comparación con las dos fuentes de medios de comunicación de masas anteriores, incluye una cantidad bastante pequeña de características de inclusión, a pesar de que muchas entradas tratan sobre el tema de la mujer, el feminismo y la igualdad de género.

Sin embargo, existen rasgos del lenguaje inclusivo en los discursos de algunos participantes de discusiones y panelistas de radio.

Primeramente, es pertinente la utilización del término correspondiente al género, “**la presidenta**” en vez de “la presidente” y “**la lideresa**” en vez de “la líder”.

Como en los medios de comunicación que han sido mencionados anteriormente, se utilizan, ante todo, los desdoblamientos, podemos destacar, por ejemplo, “**niños o niñas**” o “**líderes y lideresas**”. El desdoblamiento puede presentarse mediante el uso de artículos gramaticales desdoblados en masculino y femenino, cuando se trata de sustantivos comunes (sustantivos que se mantienen invariables y cuyo género es determinado por las palabras que le acompañan, como los adjetivos o artículos). Cabe mencionar otra vez que este tipo de recurso inclusivo es rechazado por la RAE por ser artificioso e innecesario desde el punto de vista lingüístico.

Y de nuevo, se utiliza la paráfrasis de “los ciudadanos” a “**la ciudadanía**”. La estrategia que permite referirse a grupo de personas, tanto mujeres como hombres.

Recursos utilizados

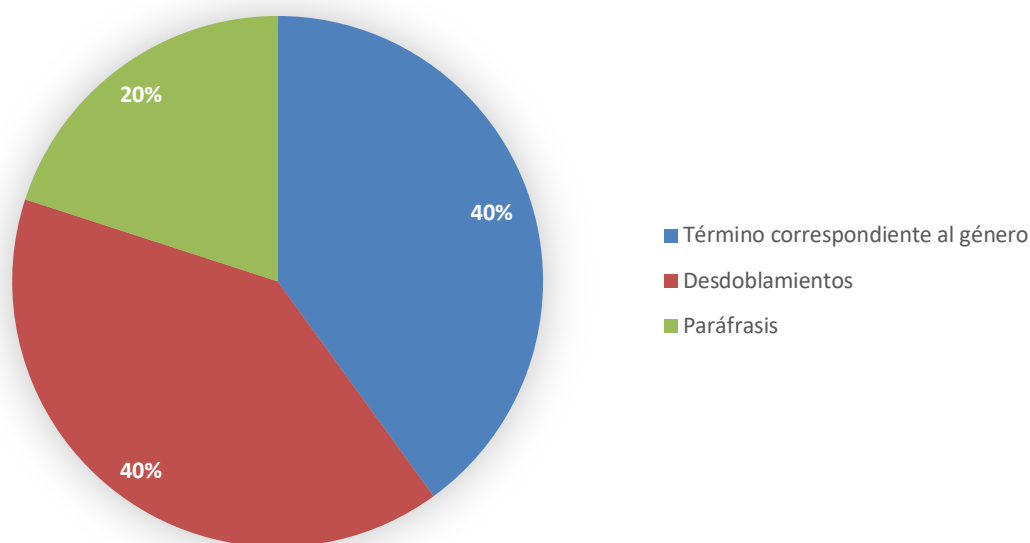


Diagrama 3

Diagrama 3 nos muestra que en la radio el lenguaje inclusivo en general incluye el uso de los términos correspondientes al género y los desdoblamientos, ambos en suma son de 80%, otros 20% pertenecen a las paráfrasis.

4.4. Rueda de la prensa del partido político español Podemos

El caso de las ruedas de la prensa es el mismo que en los medios de comunicación de masas analizados anteriormente.

En los discursos de los políticos (Pablo Fernández, Isa Serra) destacamos el uso de la palabra “**ciudadanía**” en vez de “ciudadanos” y también la sustitución de “los ucranianos” por “el pueblo ucraniano”.

Vemos un uso abundante de los desdobles, como “**todos y todas**”, “**los madrileños y las madrileñas**”, “**los corruptos y las corruptas**”, “**los españoles y las españolas**”, “**trabajadores y trabajadoras**”, “**compañeros y compañeras**”.

Destacamos los artículos desdobles: “**las y los ucranianos**”, pero cabe mencionar que este uso de los artículos rompe el principio del lenguaje inclusivo: los artículos desdobles se usan en vez del desdoblamiento de los sustantivos cuando el sustantivo es neutro, es decir, que incluye ambos sexos (generalmente se termina en *-e*). La palabra “ucraniano” se termina en *-o*, entonces es de género masculino y la estrategia del artículo desdoble no puede ser aplicada en este caso.

Por último, evitan las palabras no inclusivas por la sustitución de la palabra “jóvenes” por “**las personas jóvenes**” y la sustitución de la palabra “todos” por “**todas las personas**”.

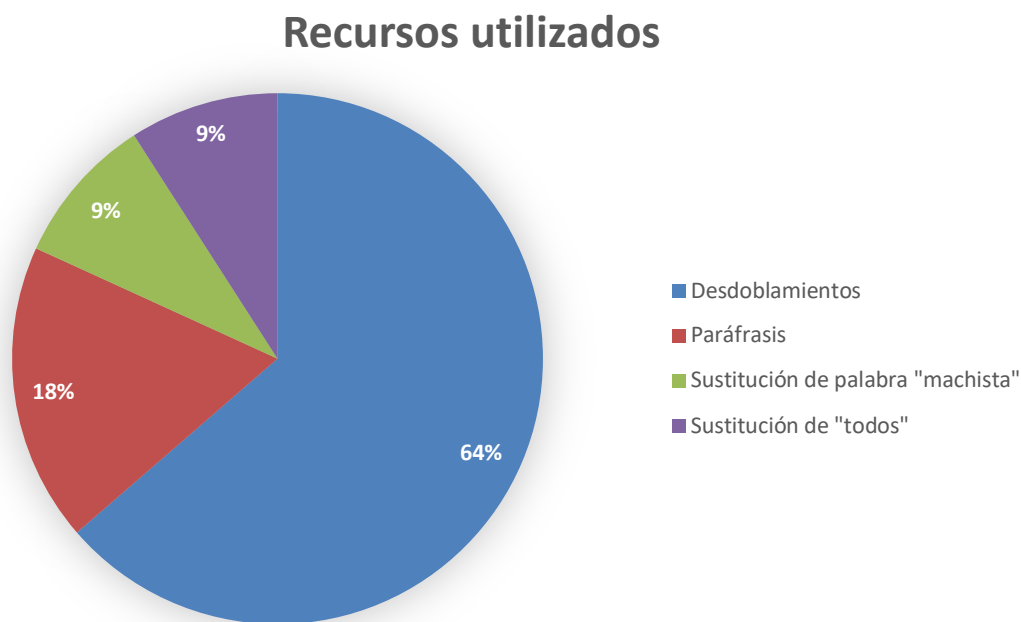


Diagrama 4

En el caso de las ruedas de la prensa del partido político *Podemos*, el uso de los desdoblamientos es mayor que en la televisión – cree 64% de todos los recursos inclusivos utilizados en los discursos (ver diagrama 4).

4.5. Sumario

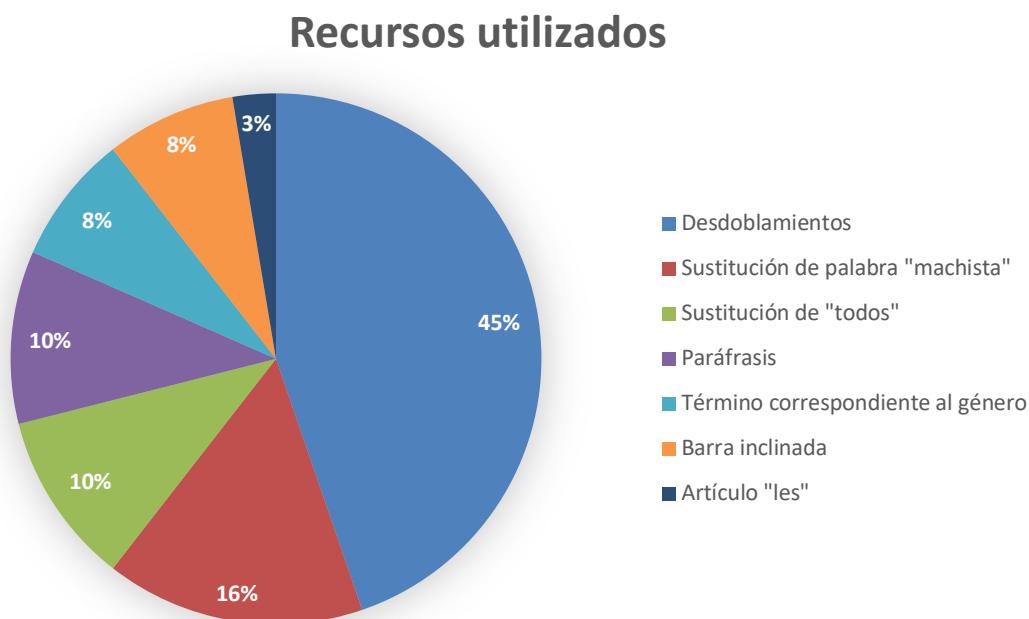


Diagrama 5

En general vemos, que los recursos utilizados en los medios de comunicación diferentes son parecidos, no depende del tema o contexto del discurso.

En los medios de comunicación de masas analizados vemos que el recurso inclusivo utilizado mayormente, casi medio de todos los recursos, es el desdoblamiento (45%). Como mencionado anteriormente, está utilizado, en general, en los medios de comunicación de masas audiovisuales, pero los vemos en los artículos también. Entonces, concluimos que es el recurso universal. Además, se puede notar que está utilizado más en los discursos improvisados y no preparados. Esto puede ser explicado por que desdoblar los sustantivos y artículos puede ser más fácil que buscar la palabra propia para la sustitución.

Los desdoblamientos están seguidos por las sustituciones y paráfrasis, en suma, estos recursos crean 46%. Son los recursos que sirven bien como para los medios de comunicación de masas escritos tanto audiovisuales, aun así, no están utilizados tan mucho como los

desdoblamiento por la razón mencionada ya anteriormente, no son muy convenientes en lo que corresponde a los discursos improvisados.

Menos utilizados son los términos correspondientes al género y las barras inclinadas – 8%.

Por último, 3% creen los artículos “les” que estaban utilizados solamente en los artículos y de modo muy escaso.

CONCLUSIONES

El objetivo de este trabajo fue analizar el léxico usado en los medios de comunicación de masas y, entonces, encontrar la respuesta a la pregunta central del trabajo: ¿cómo está apareciendo el lenguaje inclusivo en la sociedad actual?

La investigación de las fuentes permite decir que la cuestión del género y el tema del lenguaje inclusivo son muy pertinentes y continúan evolucionando en la sociedad actual. El número de los grupos feministas y LGBTIQ+ crece cada año, así como los guías del lenguaje inclusivo escritos por varios lingüistas. Como consecuencia vemos el crecimiento del uso de lenguaje no sexista en los medios, Internet y en la sociedad en general.

Para presente trabajo hemos analizado tres medios de comunicación de masas españoles e hispanoamericanos: 1) Diario digital uruguayo *Cotidiano Mujer*, 2) Televisión española *RTVE*, 3) Cadena de radio española *Cadena SER*.

Después de hacer el análisis léxico de estos medios de comunicación masivos podemos concluir que el lenguaje inclusivo está más utilizado en la prensa escrita, en los periódicos y diarios, que en los medios audiovisuales. Esto puede explicarse por el hecho de que la prensa se edita antes de la publicación, lo que facilita el uso del lenguaje inclusivo, mientras que en televisión y radio el discurso es más improvisado y los participantes de las discusiones no siempre recuerdan sobre la inclusividad.

Los recursos inclusivos utilizados en los medios de comunicación de masas son mayormente los desdoblamientos (45%), especialmente son utilizados en los discursos orales. Esto es el recurso inclusivo que sigue ser rechazado por la RAE, siendo “artificiosos e innecesarios desde el punto de vista lingüístico”. Van seguidos de la sustitución de las palabras “machistas” – 16% (por ejemplo, “los trabajadores” por “las personas trabajadoras”) y la sustitución de la palabra “todos” – 10% (por ejemplo, “todos” por “todas las personas”). Estos dos recursos están utilizados como en los medios de comunicación escritos tanto en los audiovisuales.

Es importante tener en cuenta que el lenguaje inclusivo está utilizado generalmente en los medios de comunicación de masas feministas o en programas especiales dedicados a la igualdad de género. Sin embargo, el lenguaje inclusivo se puede observar y en otros medios de comunicación.

Podemos concluir que, para ciertos grupos de la sociedad, así como para algunos lingüistas la lengua española se resulta discriminatoria o incluso machista. Según ellos, el lenguaje inclusivo es una forma de luchar contra este “problema”.

Aun así, el lenguaje inclusivo continúa siendo rechazado por la Real Academia Española y por muchos lingüistas. Hay varias razones que lo explican, entre ellos la historia de la lengua y su desarrollo, la conveniencia del español actual o simplemente la innecesidad. En opinión de los académicos, el lenguaje de 1977 seguía siendo correcto y comprensible en 2019, cuando presentó su informe.

La historia de la lengua española comenzó hace muchos siglos, el idioma se ha desarrollado creando sus reglas gramaticales y no tenía como objetivo discriminar alguien por la utilización del masculino gramatical como el término no marcado. También, según la RAE, algunas reglas del lenguaje inclusivo son consideradas como ajenas a la morfología, así como innecesarias, esto es el caso de, por ejemplo, la utilización de la letra “e” en palabras como “todos”, en lenguaje inclusivo será entonces “todes”. Aquí pueden ser mencionados también los desdobles, por ejemplo “todos y todas”, al dirigirse a un grupo mixto (de mujeres y hombres); en español decimos “todos” cuando hablamos con un grupo de personas que consiste en hombres y mujeres, esto crea la comunicación más cómoda y rápida.

BIBLIOGRAFÍA

1. Becerra, G., Arreyes, V. (2013) *Los medios de comunicación de masas y las noticias como objeto de estudio de la sociología en la perspectiva del constructivismo operativo de Niklas Luhmann*. Revista Mad. Revista del Magíster en Análisis Sistemico Aplicado a la Sociedad. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=311226876005>, consultado 11 de enero de 2022.
2. Bosque, I., Demonte, V. (1999) *Gramática descriptiva de la lengua española*. Madrid: Colección Nebrija y Bello, Espasa. Consultado el 6 de mayo de 2020.
3. Bravo Sueskun, C., Antón Fernández, E. (2010) *GUÍA para un uso del LENGUAJE NO SEXISTA en las RELACIONES LABORALES y en el ÁMBITO SINDICAL*. Disponible en: <https://www.uv.es/ccoo/ensedona/downloads/0007.pdf>, consultado el 1 de mayo de 2020.
4. Bretones, M. T. (2008) *Los medios de comunicación de masas: desarrollo y tipos*. Disponible en: <http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/5924/1/Los%20medios%20de%20comunicación%20de%20masas.%20Desarrollo%20y%20Tipos.%20%20Bretones.pdf>, consultado el 12 de marzo de 2022.
5. Cabildo de Tenerife. (2005) *Lenguaje no sexista en medios de comunicación y publicidad. Apuntes para la igualdad*. Disponible en: https://www.tenerifevioleta.es/wp-content/uploads/2015/10/8-Lenguaje_no_sexista_en_medios_de_comunicacion_y_publicidad.pdf, consultado el 12 de marzo de 2022.
6. Caldevilla Rodríguez, C. (2017) *El género gramatical en español*. Disponible en: http://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/10651/43526/3/TFM_Caldevilla%20Rodr%c3%adguez.pdf, consultado el 6 de mayo de 2020.
7. Carrascosa Puertas, L. (2020). *El lenguaje sexista en la prensa española: un estudio de los cien primeros días de mandato de Manuela Carmena en el Ayuntamiento de Madrid*. Disponible en: <https://doi.org/10.5209/esmp.69257>, consultado el 18 de abril de 2022.
8. Casado, M. (1995) *El lenguaje de los medios de comunicación*. In M. Seco y G. Salvador (Coord.), *La lengua española, hoy*, (pp. 153-164). Fundación Juan March, Madrid. Consultado el 2 de mayo de 2022.

9. Changhong, L. (2019) *Estudio contrastivo entre el género gramatical en español y el género semántico y pragmático en chino mandarín y su aplicación didáctica en ELE para alumnos sinohablantes*. Disponible en: <https://eprints.ucm.es/57617/1/T41420.pdf>, consultado el 15 de abril de 2020.
10. Colectivo de Estudiantes de Psicología. (2017) *Guía de lenguaje inclusivo del CEP-PIE*. Disponible en: <http://www.cep-pie.org/wp-content/uploads/2017/11/Gu%C3%ADa-lenguaje-inclusivo-CEP-PIE.docx.pdf>, consultado el 1 de mayo de 2020.
11. Concepción, M., Guerrero, S., Medina, A. (2002) *Manual de Lenguaje Administrativo No Sexista*. Universidad de Málaga. Disponible en: https://www.nodo50.org/mujeresred/manual_lenguaje_admtvo_no_sexista.pdf, consultado el 15 de abril de 2020.
12. Consejo Estatal de la Mujer y Bienestar Social. (2014) *MANUAL PARA EL USO DEL LENGUAJE INCLUYENTE Y NO SEXISTA. Dirigida al personal de la administración pública*. Disponible en: <https://sma.edomex.gob.mx/sites/sma.edomex.gob.mx/files/files/AcercaDe/IgualdadLab/Manual%20para%20el%20Uso%20del%20Lenguaje%20Incluyente%20y%20No%20Sexista.pdf>, consultado el 20 de abril de 2022.
13. Consejo General del Poder Judicial. (2009) *Normas mínimas para evitar la discriminación de la mujer en el lenguaje administrativo del CGPJ*. Disponible en: <http://www.poderjudicial.es/cgpj/es/Temas/Igualdad-de-Genero/Normas-minimas-lenguaje-inclusivo/>, consultado el 1 de mayo de 2020.
14. Díaz Hormigo, M. T. (2009) *Androcentrismo social, discriminación lingüística y propuestas para un uso igualitario de la lengua*, Fuentes, Catalina y Alcaide, Esperanza (eds.): Manifestaciones textuales de la descortesía y agresividad y verbal en diversos ámbitos comunicativos, Sevilla: Universidad Internacional de Andalucía, pp. 98-117, consultado el 1 de mayo de 2020.
15. El Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (2016) *Guía de lenguaje inclusivo de género*. Disponible en: <https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2017/01/guia-lenguaje-inclusivo-genero.pdf>, consultado el 25 marzo de 2020.
16. El Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia de Ciudad de México. (2017) *Guía para el uso del lenguaje inclusivo desde un enfoque de derechos humanos y perspectiva de género*. Disponible en: <https://tavares.com.mx/docs/Guia%20de%20lenguaje%20inclusivo.pdf>, consultado el 25 marzo de 2020.

17. Elvira, J. (2006) *Orígenes de las lenguas romances peninsulares: del latín al castellano, el catalán y el gallego*. Disponible en: <http://www.javierelvira.es/romances.pdf>, consultado el 27 de mayo de 2021.
18. Enghels, R. (2020) *Lingüística española 1: Introducción a la lingüística, Semántica, Fonética y Fonología, Ortografía & La Historia del Español*. Disponible en: https://www.ugent.be/lw/nl/toekomstige-student/infomomenten/infodag/cursussen/tl/spaanse_taalkunde_i-pdf, consultado el 5 de mayo de 2022.
19. Enríquez, A. J. D. (2005) *El español en el mundo: lengua romance y lengua universal*. Disponible en: <https://www.cerasa.es/media/areces/files/book-attachment-2772.pdf>, consultado el 27 de mayo de 2021.
20. Flor, A. (1994) *Medios de comunicación: Efectos, Teorías, Intermediación*. *Revista De Psicología*, 12(2), 5-22. Disponible en: <https://doi.org/10.18800/psico.199402.001>, consultado el 12 de marzo de 2022.
21. Fundación ONCE. (2018) *Guía para un uso no sexista del lenguaje*. Disponible en: <https://www.cermi.es/sites/default/files/docs/novedades/GUIA.pdf>, consultado el 15 de abril de 2020.
22. González Calvo, J. M. (1979). *El género, ¿una categoría morfológica?* Anuario de estudios filológicos. Disponible en: http://dehesa.unex.es/static/flexpaper/template.html?path=/bitstream/handle/10662/3883/0210-8178_2_51.pdf?sequence=1&isAllowed=y#page=2, consultado el 6 de mayo de 2020.
23. Guichard, C. (2018) *El manual de comunicación no sexista. Hacia un lenguaje incluyente*. Disponible en: http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/101265.pdf, consultado el 25 marzo de 2020.
24. Gutiérrez, B., Rodríguez, M. I., Camino, G. (2010) *El papel de los medios de comunicación actuales en la sociedad contemporánea española*. Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá, Colombia. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/860/86020052017.pdf>, consultado el 12 de marzo de 2022.
25. Guzmán, L. (1992) *Guía Breve para el uso NO SEXISTA del lenguaje*. Disponible en: https://cipacdh.org/pdf/guia_breve_lenguaje.pdf, consultado el 15 de abril de 2020.
26. Hasan, V. F., Gil, A. S. (2016) *La comunicación con enfoque de género, herramienta teórica y acción política. Medios, agenda feminista y prácticas comunicacionales*. *El*

- caso de Argentina*. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/884/88446717009.pdf>, consultado el 12 de marzo de 2022.
27. Jiménez, M., Román, M., Traverso, J. (2011) *Lenguaje no sexista y barreras a su utilización. Un estudio en el ámbito universitario*. Sevilla: Universidad de Sevilla. Consultado el 25 marzo de 2020.
 28. Instituto Nacional de las Mujeres. (2005) *Las mujeres y los medios de comunicación*. Disponible en: http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100762.pdf, consultado el 12 de marzo de 2022.
 29. In straw (2005). *Women and the Media: New Challenges. Re-view and Appraisal of the Implementation of the Beijing Declaration and Platform for Action*. Disponible en: <http://www.un-instraw.org/en/images/stories/Beijing/womenandthemedi.pdf>, consultado el 18 de abril de 2022.
 30. Lapesa, R. (1981) *Historia de la lengua española*. Madrid: Editorial Gredos. Consultado el 15 de abril de 2020.
 31. Lapesa, R. (1988) *Historia de la lengua española*. Madrid: Editorial Gredos. (9.º edición, 6.ª reimpresión). Consultado el 15 de abril de 2020.
 32. Leoz, D. (2015) *La influencia de los medios de comunicación en el proceso de socialización y la importancia de la coeducación para la igualdad*. Disponible en: https://redined.mecd.gob.es/xmlui/bitstream/handle/11162/202711/La_influencia.pdf?sequence=1&isAllowed=y, consultado el 12 de marzo de 2022.
 33. Loscertales, F., Núñez, T. (2007) *La mirada de las mujeres en la Sociedad de la información*. Madrid: Editorial Vision Net. Consultado el 1 de mayo de 2020.
 34. Luhmann, N. (2007) *La realidad de los medios de masas*. Mexico D.F.: Universidad Iberoamericana/Anthropos. Consultado el 12 de marzo de 2022.
 35. McQuail, D. (1985) *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós, D.L. Consultado el 12 de marzo de 2022.
 36. Medina, A. (2016) *Las alternativas al masculino genérico y su uso en el español de España*. Disponible en: <https://ela.enallt.unam.mx/index.php/ela/article/view/693/775>, consultado el 1 de mayo de 2020.
 37. Monzón, A. S. (2007) *El mundo se escribe en masculino*. Disponible en: <http://repositorio.ciem.ucr.ac.cr/bitstream/123456789/45/1/RCIEM023.pdf>, consultado el 12 de marzo de 2022.
 38. Moreno Fernández, F. (2005) *Historia social de las lenguas de España*. Barcelona: Editorial Ariel. Consultado el 6 de mayo de 2020.
 39. Motato, J. I. (2014) *Los orígenes de nuestra lengua*. Palmira: Institución Educativa

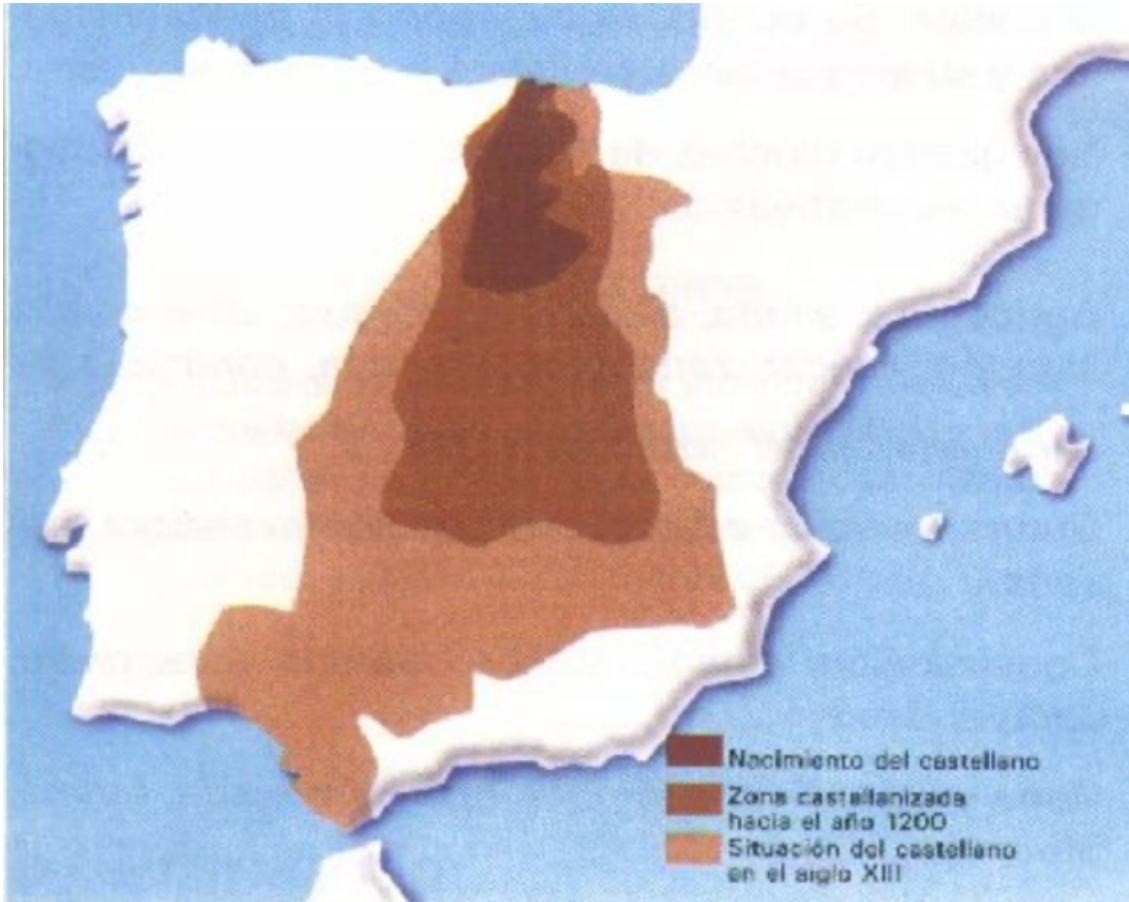
40. Oficina de Igualdad/UNED. (2012) *Guía de lenguaje no sexista*. Disponible en: https://www.udc.es/export/sites/udc/oficinaigualdade/_galeria_down/documentos/GUIA_LENGUAJE.PDF, consultado el 1 de mayo de 2020.
41. RAADH. (2018) *Manual pedagógico sobre el uso del lenguaje inclusivo y no sexista*. Disponible en: <https://www.ippdh.mercosur.int/wp-content/uploads/2018/11/IPPDH-MERCOSUR-RAADH-Manual-Lenguaje-no-sexista.pdf>, consultado el 25 marzo de 2020.
42. Real Academia Española: *Diccionario de la lengua española*, 23.^a ed., [versión 23.5 en línea]. Disponible en: <https://dle.rae.es>, consultado el 20 de mayo de 2022.
43. Real Academia Española. (2009) *Nueva gramática de la lengua española*. Disponible en: https://www.rae.es/sites/default/files/Sala_prensa_Dossier_Gramatica_2009.pdf, consultado el 17 de mayo de 2022.
44. TECH school of journalism and communication. (2021) *La lengua española en los medios de comunicación de masas*. Disponible en: <https://www.techtute.com/periodismo-comunicacion/blog/lengua-espanola-medios-comunicacion-masas>, consultado el 2 de mayo de 2022.
45. Unidad de Equidad de Género. (2015) *Orientaciones para un uso de lenguaje no sexista e inclusivo*. Disponible en: https://www.suseso.cl/601/articles-578130_recurso_005.pdf, consultado el 25 de marzo de 2020.
46. Varela Ortega, Soledad. (2005) *Morfología léxica: la formación de palabras*. Madrid: Gredos. Consultado el 17 de mayo de 2022.

FUENTES DE INTERNET

1. Diario uruguayo Cotidiano Mujer. Disponible en: <https://www.cotidianomujer.org.uy>
2. Radio Cadena SER. Disponible en: <https://cadenaser.com/>
3. Televisión española RTVE. Disponible en: <https://www.rtve.es/>

ANEXOS

Anexo 1. Expansión de las lenguas romances



Anexo 2. El Monasterio de Yuso en San Millán de la Cogolla (La Rioja)

