

16

de septiembre a diciembre del 2009

Donde dice...

Boletín de la Fundación del Español Urgente



SEMINARIO DE SAN MILLÁN
«Mujer y lenguaje en
el periodismo en español»

Con el asesoramiento de la



REAL ACADEMIA ESPAÑOLA

Edita:

Fundación del Español Urgente-Fundéu BBVA
Calle Espronceda, 32.
28003 Madrid-España.

Teléfono: (+34) 91 346 74 40

Fax: (+34) 91 346 76 55

consultas@fundeu.es

www.fundeu.es

Diseño y maquetación:

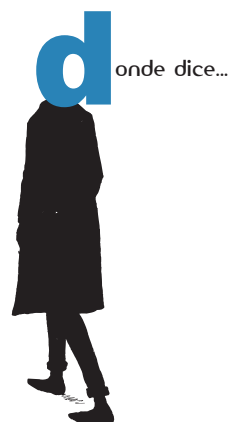
slam diseño gráfico, S.L.

Fotografías:

© Archivo Efe, Isabel Cortijo y Bernardo Rodríguez

DEPÓSITO LEGAL: M-44166-2005

La Fundéu BBVA no se identifica necesariamente con los artículos firmados, que representan la opinión de sus autores.



firma invitada

Enumeraciones distinguidoras:
Visibilidad de las mujeres y pertinencia comunicativa
Violeta Demonte

1

la entrevista

Montserrat Domínguez

3

mono gráfico

Mujeres, cambios y periódicos
Eulàlia Lledó Cunill

6

Seminario internacional «Mujer y lenguaje en el periodismo en español»

9

recomendaciones

Recomendaciones que hace la Fundéu

18

de **la fundéu**

Noticias

23

biblioteca

24

Enumeraciones distinguidoras:

Visibilidad de las mujeres y pertinencia comunicativa

Violeta Demonte. *Lingüista. Catedrática de la UAM. Profesora de investigación del CSIC*

■ Es frecuente que los sistemas gramaticales de las lenguas del mundo codifiquen a través del género gramatical de los nombres y pronombres el hecho de que el mundo biológico haya producido individuos de sexo femenino y de sexo masculino. Los especialistas solemos insistir también, con razón, en que la correlación entre género gramatical y sexo biológico no es sistemática ni uniforme, bien lo advertimos en los múltiples nombres comunes para ambos géneros como *pianista* o *rehén*. Pese a que esa correlación no sea absoluta, los experimentos de comprensión y producción del lenguaje muestran que la información conceptual relativa al sexo de los referentes contenida en los elementos nominales ayuda, en varios aspectos que no es posible desarrollar aquí, a la mejor comprensión y uso de las oraciones¹. Por lo tanto, la feminización de los términos relativos a individuos humanos de modo que existan una variante femenina y otra masculina de ciertos términos, la cuestión del «género» en sentido sociocultural, me parece una actuación conveniente con los extremos que se quiera (*jueza, médica...*) para que la sociedad sepa de quiénes se está hablando. Esto es justo y necesario, siempre y cuando la creación del nuevo vocablo no origine más problemas de los que soluciona, como podría suceder en el caso de *miembro*, palabra que, como sabemos, no designa solo seres animados, razón por la cual la creación de un femenino podría generar interpretaciones no debidas. Puesto que el castellano tiene otro mecanismo para indicar el género de los referentes: el uso de los artículos masculino y femenino, el empleo de *la miembro* cuando se quiera aludir a las mujeres que forman parte de una corporación me parece un uso más elegante e inequívoco.



Lo que también sucede es que en las lenguas ricas morfológicamente —digamos, con marcas de género a la vez en palabras que conceptualizan sexo biológico, como los nombres, y en palabras que no asocian un significado conceptual de sexo, como los adjetivos o los participios— los sistemas gramaticales, como tantos otros de la naturaleza, recurren a mecanismos «por defecto», sobre todo en los procesos lingüísticos de generalización y de concordancia, para poder aplicar debidamente sus reglas morfosintácticas. Ya sabemos que la marca de género masculino plural es la que suele usarse para «resolver» la distinción masculino/femenino cuando se designan clases o grupos en sentido general (**Los habitantes de esta urbanización son muy ruidosos**), o cuando hay que escoger una sola concordancia para dos referentes: **Los niños y las niñas de los países occidentales son cada vez más altos**. Esto se ha considerado en ocasiones, no sin cierta exageración, como un rasgo sexista de la lengua española y de muchísimas lenguas más que tienen también fórmulas de resolución.

A mi modo de ver, no hace falta hacer una cuestión de principio del intentar superar los mecanismos de la gramática que ocultan, aparentemente, a las mujeres. El segundo caso que antes ejemplificaba, el de las enumeraciones explicitadoras o distinguidoras, va a ser fundamentalmente el asunto de lo que resta de esta breve nota. Mi sugerencia es que si se pretende evitar en todos los casos la ocultación de las mujeres a través del masculino por defecto, podrían seguirse algunos efectos contradictorios con la disposición a un uso adecuado de la lengua y sus mecanismos.

Supongamos que en un congreso nacional de medicina una autoridad que se dirige a la numerosa y variada audiencia que llena el salón de las sesiones plenarias comienza su alocución diciendo: «Queridos y queridas internistas, endocrinólogos, ginecólogos, pediatras, otorrinolaringólogos, cirujanos, neurocirujanos, anestesiistas, cardiólogos...», la enumeración no nos molestaría, pero si querríamos entender el porqué de esa prolijidad. Una respuesta que satisfaría naturalmente nuestra curiosidad sería, por ejemplo, que la autoridad en cuestión quería llamar la atención sobre la diversidad y riqueza de las especialidades médicas, o que, frente al hecho de que algunos especialistas se sienten menos prestigiosos que otros, quería así igualarlos en su consideración inicial. Supongamos, en otro contexto, que un profesor de gimnasia quiere mover al esfuerzo a todos los alumnos de su grupo, con independencia de su edad, es probable que diga entonces: «Este ejercicio es para todos, jóvenes y mayores». En los dos casos se emplea lo que llamaré la «enumeración distinguidora para poner de relieve»; se recurre a ella por lo general en momentos oportunos y relevantes informativamente con objeto de destacar, llamar la atención del interlocutor, sobre la constitución de un grupo que no es de suyo homogéneo. Este uso distinguidor es consustancial con el «Principio de relevancia» de Grice/Sperber y Wilson: la capacidad cognitiva, manifestada en mecanismos de economía, ironía, sugerencia, etc., para que lo que decimos produzca efectos interpretativos y contextuales con el menor gasto cognitivo posible. Las lenguas y sus usuarios saben en qué condiciones somos pertinentes y por ello más eficaces. En el Seminario que da origen a estas reflexiones uno de los ponentes trajo a colación, con muy buen tino, lo bien que venía la enumeración distinguidora en un caso como *Los hombres y las mujeres pueden servir en el ejército* puesto que esta institución ha sido durante siglos lugar exclusivo de los hombres; especificar produce aquí la inferencia deseada: «¡Oh, es cierto, esto es una novedad!», que no se habría obtenido diciendo solo *Todos pueden servir en el ejército*, aunque tampoco esta expresión oculte a las mujeres. No creo, en cambio, que añada casi nada decir *Los alumnos y alumnas de este colegio son mayoritariamente de clase media* pues el sentido general de la frase, y el contexto en que se emite (la descripción sociológica de una población con una edad similar), permite inferir perfectamente que se trata de todos los alumnos.

¿Es una estrategia de búsqueda de relevancia repetir hasta el cansancio pares de términos masculino/femenino en un mismo texto o discurso? A mi modo de ver, no. Por una parte, si repetimos incessantemente una fórmula (*profesores/profesoras, niños/niñas, doctores/doctoras, etc., etc.*) la convertimos en un estereotipo, en una fórmula fija, en poco tiempo nadie reflexionará a partir de ese uso y lo haremos por ello menos eficaz que si mostramos el interés por distinguir referentes de los dos sexos en situaciones de cortesía, de distinción profesional, de reconocimiento de capacidades, de mención de habilidades o cualidades que no se suponían por razones puramente de estereotipos de sexo. Por otra parte, si en el ejemplo

de más arriba sobre el congreso médico añadimos en cada especialidad mentada la distinción masculino/femenino: «Queridos y queridas endocrinólogos y endocrinólogas, etc., etc.» acaso seríamos relevantes pero también seríamos excesivos y por ello restaríamos gracia y finura expresiva a nuestro discurso. Lo mejor es enemigo de lo bueno, ya lo sabemos. En suma, si las personas preocupadas por la invisibilidad de la mujer en el empleo del lenguaje recomiendan decir *Los arquitectos y las arquitectas (o Los/las arquitectos)* de esta ciudad son muy eficientes para dejar claro que la profesión en cuestión incluye profesionales de ambos sexos, estarán haciendo una sugerencia razonable y digna de ser atendida. Otra cosa es hasta dónde y con qué dosificación podemos apelar a ese recurso retórico sin caer en la redundancia ineficaz.

Una reflexión paralela a esta es la que suscitan recomendaciones del tipo de «No diga 'los consejeros' sino 'las personas/los seres humanos/los individuos que forman este Consejo'». No olvidemos, ante todo, que hay circunstancias en que siempre necesitaremos un término general. Por ejemplo, ¿cómo podríamos decir, si no de esta manera: «El mejor escritor en lengua española es Pardo Bazán»?; si decimos 'la mejor escritora' nos estaremos refiriendo solo a las mujeres, la única expresión general es justamente la anterior. ¿Queríamos aseverar, alternativamente: «La persona que mejor ejerce la tarea de escribir obras literarias es Pardo Bazán»? Supongo que no, 'escritor' significa una cosa y 'la persona que mejor ejerce la tarea de...' no es lo mismo, ya señaló Frege que los vocablos tienen no solo significado sino también sentido, más aún: no solo denotación sino también connotación. En el mismo sentido, si en vez de decir 'los juristas', expresión designadora de clase perfectamente clara, buscamos una fórmula como 'las personas que ejercen una profesión jurídica', 'las personas que tiene formación jurídica', 'las personas que tienen la licenciatura en Derecho' caeremos, respectivamente, en la inexactitud (¿y las que no ejercen?), la ambigüedad (se puede tener formación jurídica y no ser juristas) o simplemente en la ramplonería. Los circunloquios no siempre dicen lo que queremos decir.

En fin, pertinencia, explicitud conveniente y elegancia en el sentido de finura conceptual son los tres elementos que debemos dosificar si deseamos mostrar a las mujeres a través de buenos mecanismos lingüísticos, sin aburrir o confundir. La decisión sobre dónde introducir la enumeración o dónde sustituir el masculino genérico por una fórmula neutral se convierte así no en una norma políticamente correcta, sino en una opción estilística responsable en pro de la calidad de la información que se proporciona a los interlocutores.

¹ G. Vigliocco y J. Franck (1999) «When sex and syntax go hand in hand: Gender agreement in language production». *Journal of Memory and Language* 40; 455-478.

Montserrat Domínguez

Francisco Muñoz y Alejandra Lopera

Es licenciada en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense y posee un máster en periodismo por la Universidad de Columbia (Nueva York). Ha trabajado en Radio España, en la Agencia Efe, en el diario El Sol, en Canal +, en Telecinco y en Antena 3 Televisión. Ha dirigido varios documentales. Su trabajo ha sido reconocido con el Premio de Periodismo Europeo «Salvador de Madariaga», el del Club Internacional de Prensa, el de la Fundación Independiente y la Antena de Oro.

En los estudios de la Cadena SER, donde prepara el programa «A vivir que son dos días», que dirige y conduce, hablamos con Montserrat Domínguez sobre mujer y lenguaje en el periodismo en español, tema del Seminario internacional celebrado en San Millán de la Cogolla, en el que ha participado.

■ **Díganos, ¿cómo ve la situación de las mujeres periodistas en los medios de comunicación (prensa, radio, televisión, internet)?**

Si hacemos una secuencia veremos que está cada vez mejor, pero si es una foto fija, sigo viendo las mismas carencias que veía hace muchos años. Es decir, en las redacciones somos cada vez más pero en los puestos de responsabilidad seguimos siendo muy pocas, sobre todo en las empresas que amparan a los medios de comunicación, que son las que permiten que estos medios salgan adelante. Yo he trabajado, fundamentalmente, en medios privados y nunca he visto mujeres —o muy poquitas— sentadas en los consejos de administración o en los comités ejecutivos... Muy, muy, muy pocas. No obstante, como digo, las mujeres vamos ocupando cada vez más lugares en las redacciones de los medios y eso, al final, acaba empujando, algo así como una ley física que termina, obligatoriamente, situando a las mujeres en puestos de responsabilidad. Es decir, se trata de un proceso, pero es obvio que ahora estamos mejor que hace veinte años.

■ **Usted ha afirmado que no se siente excluida cuando se usa el masculino genérico, pero ¿por qué cree que existe un debate tan extendido sobre los usos discriminatorios del lenguaje?**

Vamos a ver. Yo soy de una generación en la que el genérico se ha utilizado siempre para referirse a hombres y a mujeres. Por lo tanto, sería una idiota si me sintiera excluida, porque en ese caso me habría autoexcluido de la mitad de las cosas del planeta, desde la Declaración Universal de los Derechos del Hombre hasta *El mono desnudo*, que escribió Desmond Morris y que, como no habla de la *mona desnuda*, no entramos dentro de la categoría del *mono desnudo*.

Yo no me siento excluida, pero entiendo —y me parece positivo— que se haya hecho un esfuerzo para que, por ejemplo, las asociaciones de padres de alumnos sean ahora AMPAS, es decir, asociaciones de



madres y padres de alumnos, sobre todo si se tiene en cuenta que en las reuniones de las AMPAS apenas hay padres. Creo que se ajusta más a la realidad. Yo tengo buenas amigas con las que he hablado mucho sobre este asunto y están convencidas de que introducir en los colegios la palabra *alumna* como complemento de *alumno* ha abierto muchas posibilidades e invita y provoca a las alumnas a sentirse sujetos activos y no pasivos.

Aunque sobre este asunto se podría discutir eternamente, sí hay algo que, en mi opinión, se ha agotado: la fórmula «ciudadanos y ciudadanas», «vicepresidentes y vicepresidentas»... A mí, que tiendo a buscar la economía en el lenguaje, me parece insoportable.

■ **¿Cree necesario que se busquen fórmulas para cambiar estos usos y que muchas mujeres no se sientan discriminadas con el empleo inadecuado del lenguaje, fórmulas, digamos, de «imposición»?**

Yo creo poco en las imposiciones, creo más en lo que hace la sociedad, que es ir adaptando poco a poco el lenguaje a los usos sociales, eso me parece más razonable, aunque es verdad que de vez en cuando hay que empujar un poquito para que esas cosas cambien porque hay una cierta resistencia al cambio precisamente porque le damos valor de norma a lo que ya está hecho, sin entender que la norma, al fin y al cabo, la dicta la sociedad, la dicta el uso. Considero que, más que imponer normas, de lo que se trata es de concienciar de que se puede utilizar un lenguaje que se abra a la realidad y de que esa realidad no es exclusivamente masculina, por lo que puede tener cabida, con inteligencia, el femenino como genérico —no siempre ni en todas las circunstancias ni en todos los momentos.

■ **¿El tratamiento de la información por parte de las periodistas es diferente al de los periodistas?**

No me lo parece. Lo que sí creo es que, por parte de las mujeres, hay determinada sensibilidad en el tratamiento de algunos temas, aunque no es una regla universal, porque hay hombres, periodistas, que son tremendamente sensibles y siempre lo han sido, y mujeres que serán siempre unas *vacaburras* que jamás entenderán nada que vaya más allá de lo que tienen en la mesa. No me gusta creer, en ese sentido, que hay «castas» y que por ser mujer se entienden mejor determinados problemas, porque eso es tanto como admitir lo que manifestaba un conocido actor hace algún tiempo, quien decía que de los grandes asuntos —la paz mundial, el hambre en el mundo— se ocupaba él y de los asuntos menos importantes como el colegio y la educación de los niños se encargaba la mujer. Eso me parece absurdo, pero sí que creo que las mujeres, por nuestra cultura, por tradición, por cómo nos hemos tenido que ocupar de asuntos cotidianos, por cómo hemos tenido que conjugar nuestra faceta profesional con la faceta más íntima, más doméstica, más familiar y personal, con todos los problemas que eso supone pero sin convertirlo en un pro-

blema insoluble, estamos más capacitadas en algunas ocasiones para ver perspectivas prácticas a cosas que los hombres, a lo mejor, tienden a no dar importancia o a pasar por encima.

Más que una diferencia en el uso del lenguaje se trata de una cierta sensibilidad y, desde luego, de una manera de aproximarse a la información, y esto en el periodismo es fundamental porque el enfoque es lo importante. Y ese enfoque cambia si eres más joven, si eres mayor, si tienes más experiencia, si eres un periodista de un medio escrito..., pero no porque seas hombre o seas mujer.

■ **En una de sus intervenciones en el seminario de San Millán de la Cogolla dijo usted que uno de los problemas del periodismo es el triunfo de la frivolidad y la banalidad en los medios y que si se continúa por ese camino, las que tienen más que perder son las mujeres. ¿Por qué cree esto?**

Me gustaría tener una teoría elaborada, pero lo único que tengo son como latigazos de realidad que me demuestran que cuanto más se frivoliza la información, más somos las mujeres el objeto frívolo de esas informaciones; aunque también se tiende, cada vez más, a frivolizar a los hombres y a convertirlos en objeto de deseo, como tradicionalmente lo hemos sido las mujeres. Cada vez se ven más anuncios de hombres depilados, por ejemplo, cuando antes era la mujer la que se preocupaba de ello y era objeto y sujeto. Ahora se está trasladando a los hombres la presión para que tengan los músculos así, para que lleven el pelo no sé cómo o para que vayan depilados. Parece una trivialidad, pero es un cambio. El hombre empieza a sentir la presión de tener que estar a la altura de lo que se le pide. Pero siempre que se banalizan y se frivolizan las cosas, y eso lo he comprobado, es en detrimento de la mujer, de la mujer como sujeto profesional, político o social. La frivolización acaba en cosas tan evidentes como los tacones o el traje que lleva puesto y en otras que no lo son tanto y están más incardinadas en la sociedad, que es despreciar y no poner en valor lo que dice una mujer por el sencillo hecho de que sea una mujer.

■ **¿Como la famosa foto de la princesa Letizia y Carla Bruni?**

Ese sería el ejemplo más obvio, pero yo me refiero a hechos como que si una ministra utiliza determinado lenguaje, se le trata con mucha dureza: las críticas son infinitamente mayores contra las mujeres que representan cargos públicos. Eso es algo inaudito y se ve permanentemente, como cuando las ministras posaron para el *Vogue*, las fotografías de Soraya Sáenz de Santamaría o las burlas por el embarazo de Carme Chacón. Ese tono burlesco es muy castizo, muy de español mal entendido, de españolito bajito, moreno y con mala leche —con perdón por utilizar clichés—, esa especie de «caspas» machista que en cuanto tiene un resquicio, y la frivolidad salva ese resquicio, entra por ahí. Se critica, sin distinción ideológica, a Ángela Merkel, porque les gustaría que fuera más sexi; a Cristina

Kichner porque va muy pintada; a Michelle Bachelet o a la vicepresidenta De la Vega con lo que se ponen o se dejan de poner. Algunos convierten en tertulia mediática lo que no da ni para una conversación de café.

■ **En los informativos, especialmente en la televisión, es cada vez más frecuente ver a mujeres periodistas como corresponsales en zonas de conflicto, destinos que antes parecían reservados únicamente a los hombres. Eso es importante.**

Es fantástico. De eso sí que he sido testigo. Cuando yo empecé era impensable que una mujer fuera enviada especial, y con eso soñábamos todas las que estudiábamos periodismo, todas queríamos ser corresponsales de guerra. Cuando yo estudiaba la carrera no había prácticamente ninguna, pero poco a poco he visto cómo algunas compañeras han ido situándose y han demostrado que da igual ser hombre o mujer, que una periodista es buena y un periodista es bueno cuando tienen instinto, cuando tienen audacia, cuando trabajan bien..., pero incluso en eso las mujeres han sufrido una doble discriminación: recuerdo a Almudena Ariza, las críticas que le llovieron por ponerse el velo o no ponérselo. Pues si estás en Pakistán más te vale ponerte el velo, y si te tienes que tapar la cara, te la tapas. Sin embargo nadie ha criticado a los hombres por hacerse pasar por alguien o por dejarse barba. Pero lo importante es que están allí y lo están contando.

■ **También en la información deportiva vemos cómo cada vez hay más mujeres dedicadas a este tipo de información ¿Es esto un signo de cambio?**

Yo creo que sí. Todo esto si lo vas sumando, muestra un cambio. Eulàlia Lledò, en San Millán, hizo un análisis maravilloso sobre los pequeños cambios que se están produciendo en los medios, y el caso de las mujeres en el mundo deportivo es significativo. Gemma Nierga, por ejemplo, tiene una tertulia en la que la madridista es una mujer que lo hace maravillosamente bien, Carmen Colino —periodista de As—, que pelea con los del Barça, tiene un gran nivel y es muy combativa en un mundo en el que las mujeres siguen teniendo muy poca cabida y son tratadas con una condescendencia que te toca un poco las narices. El deporte, de todas formas, sigue siendo un coto de hombres.

■ **Sin embargo, salvo contadas excepciones, en la misma información deportiva son muy pocas las mujeres protagonistas de las noticias. Los éxitos deportivos de las españolas suelen ser, si no silenciados, sí recogidos de manera superficial por los medios. Es el caso del ciclismo, el golf, el baloncesto o el balonmano, por citar algunos.**

Una parte de culpa la tienen los propios medios porque es cuestión de audiencias o de número de lectores. Eso te lo cuentan los compañeros que trabajan en As o en *Marca*: qué portadas venden

y qué portadas no. Y no solamente porque se trate de mujeres deportistas o no. Por ejemplo, cuando se habla de fútbol solo hay dos equipos, y si abres con el Huelva, con todo mi respeto, no te comes ni un colín. Esto lo sabe la gente de la televisión porque se ha medido millones de veces. Cuando un día se abría con el triunfo de la selección femenina de básquet, la audiencia perdía miles de espectadores. Salvo el fútbol, que barre, no hay un interés mayoritario por otro tipo de deportes. Se habla de baloncesto porque está Gasol en la NBA, y hablamos de Fórmula Uno porque está Fernando Alonso, y hablamos de motos porque está Jorge Lorenzo... Solo cuando surge una figura como Arantxa Sánchez Vicario, a un nivel competitivo muy alto, sí que encuentra hueco, o Edurne Pasabán, que es un ejemplo de que cuando una mujer rompe la barrera sí que tiene una acogida mediática importante. Pero yo creo que en este caso no es tanto el sexismo, que existe en el deporte, como una cuestión de audiencias. Los deportes que practican los hombres —o cuando los practican los hombres—, los que se consideran los deportes reyes, son los que realmente arrasan.

■ **Hay quien opina que desde los medios de comunicación se debe empezar a «forzar» de alguna forma el cambio para que la sociedad no use un lenguaje sexista. ¿Qué piensa al respecto?**

Yo creo que un poco, sí. Un ejemplo de ello se ve en la labor de los medios en la lucha contra la violencia hacia la mujer —que creo que nadie ha valorado lo suficiente—, que es una cuestión que afecta a todas las sociedades, desde el país más pobre de África o de América Latina hasta Suecia o Finlandia, sociedades con un nivel educativo maravilloso, un PIB increíble, y en las que están peor que España porque tienen unos porcentajes altísimos de maltrato a la mujer. Era preciso luchar contra la idea de que se trataba de algo que entraba en el ámbito de lo privado en lo que nadie tenía que inmiscuirse y, sin embargo, los medios ahí sí que hemos tomado partido.

En el lenguaje también lo hemos hecho pero quizá de una manera acompañada con el resto de la sociedad. Si quieres que te entiendan y que te admitan no puedes ir veinte cabezas por delante porque lo que haces es perder el contacto con la gente y con la sociedad a las que te debes. Se trata de ir percibiendo y arriesgándose en ocasiones para ver hacia dónde te diriges. A veces veo las recomendaciones que nos hacen a los periodistas desde ámbitos más feministas sobre cómo no utilizar un lenguaje sexista, y no hay ningún texto mío, ni escrito ni radiofónico, que supere esas recomendaciones. Son una serie de reglas para el uso no sexista del lenguaje que, si me dirijo a la gente cumpliendo con ellas, puede que tenga un texto impecablemente no sexista, pero sería insostenible. A veces se corre el riesgo de deslizarse por la pendiente de lo «políticamente correcto» y al final ser incapaz de tocar los temas verdaderamente importantes.

Mujeres, cambios y **periódicos**

Eulàlia Lledó Cunill. Lingüista

HACE TIEMPO QUE SABEMOS
QUE CUANDO HABLAMOS DE
INFORMACIÓN LA OBJETIVIDAD
ES POCO MENOS QUE UNA
QUIMERA



■ Cuesta sentarse y ponerse a pensar con la intención de intentar resumir en unas pocas líneas algo de lo que pasó, de lo que se dijo, en las intensas horas y en las inmensas (que no alargadas) mesas del Seminario, de todo lo que disfrutamos en el hermoso paraje de San Millán, en una primavera que quitaba los sentidos porque los colmaba todos; Suso, plácido y vigilante, arriba; el rumoroso río que cimbreaba chopos y esparcía vilanos, abajo; la nieve, como en un cuento, reverberando en lo alto de los montes; paseando entre tanta sabia piedra. Acompañada por estos recuerdos, lo intento.

Emoción y objetividad

Mi intervención en el Seminario fue doble. Por una parte, intervine en la mesa «Lenguaje y mujer en los medios de comunicación», donde me interesó, sobre todo, destacar los cambios que se detectan en el lenguaje periodístico cuando este habla de las mujeres, es decir, de qué formas las visibiliza y/o las valora. Por otra parte, participé en la que indagaba sobre los cambios en una mesa de controvertido título: «¿Hay que forzar el cambio?».

Hablaré, pues, de algunos de los cambios que se detectan en los medios de comunicación, concretamente en la prensa, y con ello ligo mis dos intervenciones.

Hace tiempo que sabemos que cuando hablamos de información la objetividad es poco menos que una quimera; incluso nos podríamos preguntar si es deseable. Pienso, por ejemplo, en la necesaria implicación afectiva que mostraban las y los locutores cuando informaban sobre los atentados terroristas del 11M o, un poco antes, en el 11S. ¿Quién hubiera admitido un relato lejano y desapasionado sin rastros de empatía con las víctimas, carente de emoción, que no juzgara el crimen?

En este sentido me parece interesante remarcar de qué manera un simple adjetivo, un solitario adverbio, pueden sesgar determinadas informaciones. Por ejemplo, en una noticia del diario *El Mundo* de septiembre de 1997, había un titular que decía: «Los malos tratos acaban en *meros* juicios por faltas», en ella, el «meros» que he marcado en cursiva es toda una declaración de principios acerca de que este delito solo fuera —en aquel momento— considerado falta.

Lo mismo ocurre con el adverbio que aparece en el titular de una información aparecida un mes más tarde en *Diario 16*: «Alta médica para la jiennense a la que su ex marido golpeó *brutalmente*», así como con el que hay en el cuerpo de la noticia: «Por otro lado, su ex marido *únicamente* deberá presentarse los días 1 y 15 de cada mes en el juzgado de Alcaudete». No hay ninguna duda de que quien informó, tomó decidido partido por la víctima; no creo que nadie pudiera recriminárselo.

Como analizadora de noticias de maltratos contra las mujeres, tengo que decir que si algunas noticias han cambiado sustancialmente, son las que se refieren a esta lacra, a este tipo de crimen. Como caso emblemático citaré que la expresión «crimen pasional» está dejando de golpear doblemente a las mujeres que los sufren.

De todos modos, y ahora hablaré más del contenido que de las formas de concretarlo, no estará de más recordar que hay un sesgo que presenta a las víctimas como seres pasivos y que agrava, además, esta presunta incapacidad, silenciando casi siempre otros aspectos del entramado que forman las vidas de estas mujeres: en qué trabajan, qué oficio tienen, qué han estudiado...

Abriré un inciso para decir que la presentación de las mujeres como seres pasivos y de los hombres como entes activos no es solo una tendencia en los medios. Se hallan en ámbitos tan alejados como la publicidad, los libros de texto, los diccionarios, etc. (respecto a estos últimos, cuando finalizó el Seminario, no creo que nadie dudara de la necesidad de modificarlos, especialmente los normativos, tanto se alejan de la realidad). En el mismo Seminario hubo otras manifestaciones de este doble rasero en el momento de ver, de enjuiciar, a mujeres y hombres. Recuerdo, por ejemplo, que cuando se hablaba de algunos aspectos que la prensa o los medios no tratan muy bien, se justificaba por la necesidad de tener audiencia, por las servitudes del dinero, del negocio; en cambio

cuando se hablaba de que en la prensa dedicada a las chicas, por ejemplo, trabajaban muchas periodistas, había una cierta tendencia a verlas como enemigas de las jóvenes o de ellas mismas, sin analizar, por ejemplo, si, como en el caso anterior, tenían margen de manobra para decir lo que ellas realmente querían, si se debía a las mismas causas.

Cierro el inciso y vuelvo a los cambios: apunta también en la prensa, en sentido contrario, ahora en positivo, una tendencia cada vez mayor a dar voz a las mujeres, a las expertas, cuando se relatan maltratos, cuando se reflexiona sobre estos crímenes; hace no mucho tiempo, raramente sucedía.

Forma, contenido y cambios

A continuación me entretendré en algunos cambios más generales. Se podría pensar que estoy hablando de la forma, pero estoy segura de que a través de ella se sirve un contenido u otro; es decir, las formas de decir influyen decididamente en el contenido.

Hasta hace muy poco, eran prácticamente uniformes las maneras de denominar a las mujeres. Generalizaré diciendo que era habitual referirse a ellas por el nombre de pila, mientras que para los hombres se operaba de otra manera. No es que ahora no pase: llamarlas por el nombre (incluso con un mote o un diminutivo) y no por el apellido es una manera habitual de intentar atacar o criticar a las políticas, a las ministras, por ejemplo, pero apuntan casos que muestran que la lengua permite tratar igualitariamente a ambos sexos. Veamos una noticia aparecida en *El País* en diciembre de 2006, bajo el siguiente titular: «Dos concejales del PP en Tarragona se dan de baja»:

Maria Mercè Martorell y Esteve Ortiz, ambos del Partido Popular y concejales de Patrimonio y Relaciones Ciudadanas en el Ayuntamiento de Tarragona (donde CiD pactó con el PP), se han dado de baja de su partido. [...]. Martorell y Ortiz tomaron la decisión después de que Francesc Ricomà hiciera público que no volvería a encabezar la lista municipal del PP.

En ella, en un primer momento, se denomina tanto a la concejala como al concejal por su nombre y apellido; más tarde lo hace simplemente con el apellido; en los dos casos se usa un modo simétrico e igualitario. También es fácil observar que la lengua permite poner

indistintamente en primer lugar a cualquiera de los dos sexos; en esta noticia se ha escogido poner en primer término a la mujer.

Otro cambio interesante es la aparición de dobles formas; de momento, de forma tímida. Habrá que ver si este cambio se consolida. Para algunos términos parece que sí; citaré tres que cada vez aparecen más frecuentemente.

Así, en una noticia de *El País*, aparecida en septiembre de 2008, titulada «Aznar niega la paternidad», se podían ver de lado las palabras «hija» e «hijo» (no en este orden, pero el orden de aparición ya se ha visto que es cambiable). En concordancia con ello, hacia el final de la noticia, se usa una forma genérica para referirse a esta posible descendencia.

José María Aznar se sintió ayer forzado a desmentir la presunta paternidad *del hijo o hija* que Rachida Dati alberga en su vientre, después de que un rumor en este sentido empezara a traspasar la frontera que separa el chascarrillo callejero del presunto periodismo. De nuevo fue un sitio web —en este caso, del periódico electrónico marroquí *L'Observateur*— el que expandió el bulo. Sin identificar fuente alguna, atribuía la paternidad de la *criatura* al ex presidente del Gobierno español.

Otro cambio es que cada vez se usa menos la palabra «hombre» en solitario para referirse al género humano. En un artículo, «El cuatro», de Joana Bonet aparecido en *La Vanguardia* en mayo de 2009, que, paradójicamente versaba en parte sobre fútbol, se puede leer:

Aunque según Cruyff hay una diferencia insalvable: «En el fútbol los jugadores y sus egos están al servicio del equipo. En cambio en la política se usa a un equipo en beneficio de un individuo». El país, y Europa, tan necesitados de *hombres y mujeres* que jueguen «de cuatro».

El tercero, muestra una pareja muy habitual en las páginas culturales de los diarios. La podemos ver en el destacado (económico, por definición) de un artículo de *La Vanguardia* de noviembre de 2008, «Son muy simpáticos»:

El buen trabajo de *actores y actrices* fluye naturalmente en el terreno de la comedia urbana.

En otro orden de cosas, hay cambios que de entrada me sorprendieron doblemente: en primer lugar, por inesperados; en segundo, porque no son inducidos, no son producto de propuestas para modificar el lenguaje, sino que responden a un cambio de perspectiva de quien los usa, de otra manera de estar en el mundo. Es cada vez más frecuente, por ejemplo, que las periodistas hablen de ellas mismas en femenino usando la palabra «una». Veamos una muestra de la periodista Montserrat Domínguez, participante también en este Seminario. Lo hallé en el artículo de *La Vanguardia*, «¿Quién teme a Sarah Palin?», de septiembre de 2008.


Cuando *una* ve a Sarah Palin con un rifle entre las manos —lo maneja perfectamente—, o apoyada en el sofá de su despacho en Anchorage, decorado con la piel y la cabeza disecada de un enorme oso —cazado por su propio padre—, no puede por menos que preguntar quién en su sano juicio duda de si esta mujer está preparada para ser comandante en jefe del mayor ejército del mundo.

Con estas pocas líneas espero haber mostrado algún detalle del tratamiento de las mujeres en la prensa y, al mismo tiempo, que es baladí hablar de si cambio, sí, o de si cambio, no. Los cambios son una realidad en marcha que muestra, además, que algunos de sus caminos son afortunadamente inescrutables.

Seminario internacional

Mujer y lenguaje en el periodismo en español

EL MONASTERIO DE YUSO, SITUADO EN EL MUNICIPIO DE SAN MILLÁN DE LA COGOLLA (LA RIOJA, ESPAÑA), FUE POR CUARTO AÑO CONSECUTIVO SEDE DEL SEMINARIO INTERNACIONAL QUE ORGANIZA LA FUNDÉU BBVA EN COLABORACIÓN CON LA FUNDACIÓN SAN MILLÁN DE LA COGOLLA



■ Durante los días 6, 7 y 8 de mayo, una treintena de especialistas de España y América debatieron sobre la presencia de la mujer en el español usado en la prensa y sobre el tratamiento que se hace de lo femenino en los medios de comunicación. El Seminario, titulado «Mujer y lenguaje en el periodismo en español», tuvo una gran repercusión en los medios nacionales e internacionales.

Al acto inaugural, celebrado en el Salón de la Lengua y presidido por Pedro Sanz, presidente de la Comunidad Autónoma de La Rioja, asistieron el director de la Real Academia Española y presidente de la Fundéu BBVA, Víctor García de la Concha; el presidente de la Agencia Efe y vicepresidente de la Fundéu BBVA, Álex Grijelmo; la directora del Instituto Cervantes, Carmen Caffarel; el presidente del BBVA, Francisco González, y el director de la Academia Chilena de la Lengua, Alfredo Matus.

Siguió un diálogo entre la española Montserrat Domínguez y la chilena Mónica González, en el que ambas periodistas evidenciaron los cambios sociales que se han producido en los últimos tiempos, gracias a los cuales la mujer ha conquistado terrenos que tradicionalmente han estado reservados para los hombres. También destacaron la importancia del lenguaje para mostrar esta nueva realidad y la responsabilidad de los medios de comunicación en el uso adecuado de ese lenguaje.



De izq. a dcha.: Álex Grijelmo, Carmen Caffarel, Víctor García de la Concha, Pedro Sanz, Francisco González, Alfredo Matus y Juan Ángel Nieto durante el acto inaugural

■ Las mesas redondas se celebraron en el Centro de Investigación de la Lengua (Cilengua). La primera, titulada «Lenguaje y mujer en los medios de comunicación», tuvo lugar la tarde del 6 de mayo. Álex Grijelmo abrió la sesión con la lectura de un texto de la periodista española Margarita Rivièrre, que no pudo asistir. Su discurso comenzaba con una frase del que fue director del diario *Le Monde*, Andre Fontaine: «Solo hay dos clases de periodismo: el bueno y el malo». Rivièrre, para quien hombres y mujeres periodistas pueden ejercer cualquiera de los dos, planteó que las periodistas, que han tenido que adaptarse a la situación de dominio del hombre, son cada vez más numerosas en los puestos de redacción pero no en los de dirección. Surge entonces la pregunta de si habría una nueva escala de valores si las mujeres tuvieran que decidir qué es noticia, porque cuando esto ocurra será necesario tener cuidado para que las mujeres no imiten los modelos masculinos enquistados en la sociedad.

El periodismo siempre expresa la situación social y los valores que la sociedad adopta y este Seminario es fruto de esa nueva fuerza de las mujeres. El texto de Rivièrre terminaba pidiendo una nueva forma de valorar las noticias, pues así el lenguaje se irá adaptando.

Esta misma idea de adaptar el lenguaje es la duda que se plantea la periodista Montserrat Domínguez, quien abrió su turno preguntándose hasta dónde debe empujar los límites para forzar el cambio. Para ella, el lenguaje no es sexista, lo es la sociedad. Nunca se ha sentido discriminada cuando se utiliza el masculino genérico, pues considera que las palabras, por el hecho de pronunciarlas, no acaban con las desigualdades del mundo. «Las mujeres se tienen que quitar lo que algunos han llamado *el síndrome del impostor*, vencer la inseguridad, vencer la sensación de que no tienen que estar ahí», dijo. Hay una devaluación general de lo femenino y muchas veces las mujeres están acostumbradas a minusvalorarse. Por eso es importante encontrar las claves sobre cómo solucionar las inmensas dudas de los periodistas cuando se enfrentan a la tarea de informar.

Para la periodista Pepa Fernández, que entiende que el lenguaje no cambia la sociedad sino que la sociedad cambia el lenguaje, el problema tampoco está en las palabras. No es lo mismo un lenguaje sexista que un discurso sexista, y mucho menos que una actitud sexista. Las personas, en su vida cotidiana, seguramente no se dan cuenta de que usan ese tipo de lenguaje, y en el periodismo, aunque es difícil no imitar los modelos masculinos, se tiende a repetirlos porque funcionan.

En Hispanoamérica las cosas no son diferentes. La periodista chilena Mónica González afirmó que el único modo de acabar con las desigualdades es desde los espacios de la sociedad civil y también desde el periodismo. «Los periodistas tienen que asumir sus miedos porque muchas veces no se tratan los temas por temor», añadió.

Lo importante es saber en qué medida puede avanzar la mujer dentro de un terreno de desigualdad, ya que la selección de la información es masculina y las mujeres han sido cómplices de esta selección. Se debe perder el miedo a hablar de los temas que afectan tanto a los hombres como a las mujeres porque con miedo no se llega a ninguna parte.

La lingüista Eulàlia Lledó llamó la atención sobre lo interesante que es ver hacia dónde van las cosas, especialmente si hay cambios positivos en la sociedad. Sostuvo que el debate ha cambiado porque ahora lo importante es que se marque lingüísticamente que se trata de una mujer. «La lengua no es una cáscara vacía, pues contenido y forma tienen que ser un todo; cuando la forma designa algo, tiene el poder de que ese algo exista más, esto es, de que su contenido se fortalezca», afirmó Lledó.

En el lenguaje periodístico hay cambios para intentar dar el mismo tratamiento a los hombres y a las mujeres. Tener una categoría de análisis es un paso imprescindible para poder abordar esos cambios del lenguaje.

Para la lingüista Ana María Vígara esos cambios han sido espectaculares en los últimos años, pero recordó que se corre el riesgo de que se olvide que aún existen muchísimos ejemplos de lenguaje sexista. Asimismo, señaló la responsabilidad que tienen los medios de comunicación por su trascendencia en la sociedad y manifestó que hay que dar a hombres y mujeres el protagonismo cuando corresponde y como corresponde: «La mujer es receptora de las informaciones de los medios, pero no siempre tiene en ellos el

protagonismo que se merece». Para Ana María Vígara, que defendió que no es tan cierto que el lenguaje cambie si la sociedad cambia, las mujeres no tienen protagonismo en algunos temas históricamente masculinos (como el deporte, la economía o la política) o se les concede menos que a los hombres.

La segunda mesa redonda, titulada «¿Hablan igual las mujeres y los hombres? ¿Los y las periodistas escriben igual? ¿Hablan los periodistas igual para los hombres que para las mujeres?», la abrió Daniel Samper, periodista y miembro de la Academia Colombiana de la Lengua, quien comenzó afirmando que son las propias mujeres las primeras difusoras del machismo lingüístico. A su juicio hay tres hechos que son muestra de la responsabilidad de las mujeres en la perpetuidad de estas prácticas: en primer lugar, las mujeres no han tenido problemas en acoger el femenino en los oficios humildes, pero no dicen «soy médica» porque sienten que decir «soy médico» es más prestigioso; en segundo lugar, el hecho de que no falten los casos en los que las mujeres abiertamente rechazan la forma en femenino, «somos poetas y no poetisas», y en tercer lugar, y no menos significativo, el que las mujeres calquen en sus expresiones un lenguaje anatómicamente masculino. «Cabe discutir —señaló Samper— la cuestión de qué significa exactamente el recurso a determinados apéndices en el discurso femenino, quizá una muestra de la primacía del varón o quizá ejemplo de la pretendida asimilación de aquellas hacia estos.» Tanto en América como en España las mujeres asumen conceptos que normalmente se aplican a actitudes o iconos masculinos.

Juan Plaza, experto en el tratamiento no sexista de la información, trató de responder a la última de las preguntas que se plantearon en esta mesa redonda: «¿Hablan los medios igual para ellas que para ellos?» Según Plaza, los hombres y mujeres se construyen como tales a partir de diversas influencias que nos enseñan a responder a expectativas que no solo representan a factores biológicos. La construcción de la identidad de una mujer tiene un perfil claramente definido en las revistas para adolescentes, cuyos temas se asientan sobre unos valores transversales que impregnan todo el contenido: la belleza, los chicos y determinados comportamientos. En estas revistas se desarrolla un discurso «bipolar o esquizofrénico» pues, aunque en ellas se defiende que las jóvenes pueden lograr las cosas por sí mismas, la belleza se supone parte de la identidad femenina y está unida a la autoestima y a la aprobación social; además el hecho de tener «un chico al lado» se considera parte del éxito. Plaza concluyó apuntando que el debate sobre el lenguaje adquiere importancia y

1. Pedro Sanz, presidente del Gobierno de La Rioja, durante su intervención en el acto inaugural
2. Francisco González, presidente del BBVA (dcha.), conversa con Pedro Sanz



sentido cuando se enmarca dentro de un tema mucho más amplio de reivindicación: «Lo que no aparece en los medios, no existe, por eso los medios tienen la responsabilidad de trabajar sobre este tema, pues generalmente no reflejan la realidad, no alcanzan a hacerlo».

Para el filólogo y periodista Magí Camps, si las periodistas y los periodistas no escriben igual, deberían hacerlo. El periodista, ya sea hombre o mujer, debe ofrecer enfoques poliédricos porque tiene la obligación de ofrecer miradas diversas. «Si las mujeres han alzado la voz, es porque se han sentido excluidas, pero no es necesario pertenecer a un colectivo para salir en su defensa». Terminó Camps su intervención reconociendo que los hombres «caen más fácilmente en la trampa» de abordar las descripciones sexistas a la hora de valorar a un personaje público.

María Elena Gómez, profesora de Redacción Periodística, comenzó su turno aportando nuevas diferencias en los escritos de unos y otros. Esto se aprecia no solo cuando salen a relucir unas piernas o una tenista, sino también en las columnas de opinión: «Ya desde los mismos títulos, las columnas escritas por hombres y mujeres parten de roles distintos: el discurso femenino se construye desde la experiencia, va de lo personal a lo general». Títulos como *La trastienda*, *Asuntos internos* o *Maneras de vivir* ya apuntan hacia un tono más intimista y femenino, en contraposición a los que señalan un discurso masculino y más asertivo como *Al abordaje*, *Patente de corso* o *Bajo el volcán*.

Yolanda Reyes, columnista colombiana especializada en filología y literatura infantil, se mostró conforme con esa perspectiva apuntada por María Elena Gómez y declaró que ella misma también ha construido muchas veces sus columnas desde la vida particular en ese juego que es capaz de dar el salto a la generalidad, «en esa bisagra que va de lo humano a la humanidad». Según Reyes, se debe defender lo femenino sin indulgencia porque no se trata de defender-

lo todo, sino que hay que luchar para que lo que surja de las mujeres, las que son periodistas, las que leen y las que hablan, sea de calidad.

Como réplica y contrapunto a la intervención de Juan Plaza, Ibai Aramburuzabala, traductor e intérprete, comenzó con una idea clara: cada sexo tiene sus estereotipos. «Las mujeres, desde la mirada de las revistas masculinas, tienen entre 18 y 30 años, o son tipo *Lolita* o son diosas a las que venerar o una tentación que atrae y atemoriza», manifestó. La mujer en estos medios es en cualquier caso hipersexual, provocadora y un instrumento al servicio del placer. De este modo se representa sometida al hombre, al que muchas veces incluso llega a deber su presencia en la sociedad. Por eso es importante plantearse los estereotipos y la forma en la que afectan tanto a hombres como a mujeres, porque seguramente debido a ellos sí hay alguna diferencia entre el lenguaje de los y las periodistas.

Tras la ponencia de Aramburuzabala se abrió un debate entre los participantes del que cabe destacar la intervención de la lingüista Eulàlia Lledó que argumentó contra una de las ideas anteriormente expuestas: «No creo que los más racistas sean los negros, ni que los pobres sean pobres porque quieren, no creo que el retraso en el voto femenino sea culpa de las mujeres». Para ella, las mujeres no son las mayores difusoras del machismo, y más que buscar culpables es importante encontrar soluciones para que las mujeres sean nombradas y no dar la idea de que no se cuentan dentro de la información.

En la tercera mesa redonda, «Los diccionarios, las gramáticas y el femenino», que se desarrolló en la sesión de tarde del 7 de mayo moderada por Alberto Gómez Font, coordinador de la Fundéu BBVA, se pudieron escuchar los argumentos que Violeta Demonte, Marina Fernández Lagunilla, Esther Forgas, Susana Guerrero, Margarita Llitas y María Josefina Tejera esgrimieron a favor o en contra de la feminización de la lengua y del cambio de las estructuras gramaticales.



Carmen Caffarel, directora del Instituto Cervantes, durante su intervención

La lingüista y catedrática Violeta Demonte se centró en las ideas en torno al equilibrio entre lo que la sociedad demanda y lo que la lengua permite, y de cómo desde los años 70 hasta ahora los cambios de la realidad social de las mujeres se han visto reflejados directamente en la adecuación de la lengua a esa nueva realidad a través de fenómenos como la feminización genérica de las palabras o la desaparición de los usos sexistas del lenguaje.

Marina Fernández Lagunilla, también catedrática de Lengua Española, afirmó que no hay razones lingüísticas en contra de la formación de sustantivos femeninos y que es defendible que existan sustantivos que representen a la mujer en sus cargos y profesiones, lo que no es incompatible con que ellas mismas puedan elegir libremente la forma en que quieren llamarse. Además, hizo hincapié en que es importante que en el discurso político se evite el uso de valoraciones que discriminen a la mujer.

Esther Forgas, doctora en Filología Románica, explicó cómo en el *Diccionario de la lengua española* existe una falta de sistematicidad en el tratamiento de las definiciones, en las que se obvia u ofende a la mujer, y que las Academias deberían cambiar en beneficio de una sensibilidad social que insista en la igualdad de hombres y mujeres.

Susana Guerrero, profesora de la Universidad de Málaga, reivindicó el uso de la palabra *género* no solo como fenómeno gramatical, sino también como lo que culturalmente diferencia a los hombres de las mujeres. También criticó el *Diccionario de la lengua española* por no «feminizar» lo suficiente, aunque reconoce que el *Panhispanico* ya ha hecho un esfuerzo por remediar esta situación. Sin embargo, para ella «los medios de comunicación son el gran diccionario, pues muchas veces las personas asumen y empiezan a usar palabras que escuchan en esos medios».

Magí Camps, jefe de Edición de *La Vanguardia*



Margarita Llitas, filóloga y catedrática de Lengua Española, señaló que durante las últimas décadas ha habido una revolución en cuanto a la expresión de sustantivos variables, como con los llamados nombres ortónimos, que se refieren solo a varones y que presentan la variante femenina si el contexto lo permite, como en *cura*, *abad* o *caballero*. Finalizó indicando que la tendencia actual es la creación o preferencia de nombres comunes.

María Josefina Tejera, académica venezolana, explicó que en la elaboración de un diccionario es importante que exista una mirada imparcial, ni femenina ni masculina, ya que es una obra para un público variado.

El último día de debates buscaba dar respuesta a una pregunta: «¿Hay que forzar el cambio?». Esta mesa, también moderada por Alberto Gómez Font, comenzó con el texto enviado por la traductora, intérprete y activista mexicana Atenea Acevedo, que no pudo asistir al Seminario. Aunque muchas de las reflexiones que ofrece esta especialista en temas de ciencias políticas, género, derechos humanos y cambio social ya habían sido tratadas en otras mesas, es importante destacar que para ella los medios de comunicación no han dejado de constituir uno de los ámbitos donde la desigualdad, literalmente, salta a la vista.

«En los medios dominantes —explicaba— es común que las mujeres sean objeto de discriminación, sensacionalismo o culpabilización a partir del lugar que ocupan en un complejo entramado de clases y jerarquías sociales». No se trata de cambiar la realidad a partir del lenguaje, sino que existe una necesidad de nombrar nuevas dinámicas sociales, porque, según afirma: «Nuestros críticos se pierden en polémicas bizantinas en lugar de colaborar con el cambio social desde todas las trincheras, incluida la de la palabra». El texto finaliza diciendo que sería ingenuo e injusto delegar la tarea del cambio al periodismo, aunque no se puede obviar su corresponsabilidad.

Continuó la discusión con la intervención de Ana María Vígara, quien resaltó la importancia de este tipo de actos, porque hay muchas cosas que se dan por supuestas, pero algunas veces no están claras y deben socializarse. Respondiendo al tema principal de esta mesa, afirmó que el verbo *forzar* no puede estar en ningún lado: «Hay que trabajar por el cambio pero no forzarlo, porque por la fuerza no se logra nada».

Esta misma idea la defendió Yolanda Reyes, que añadió que «el lenguaje es una camisa de fuerza que heredamos, pero que al mismo tiempo nos permite crear». En este tema todos tienen una responsabilidad, no solo con esta generación, sino con los que vienen detrás, especialmente los medios de comunicación que «llevan en su voz las voces de los otros».

Magí Camps reforzó esta respuesta que parece generalizada. Para él, el verbo forzar no es el más preciso, pues los cambios forzados son contraproducentes: «Lo importante es que la comunicación no falle y la información llegue al colectivo de modo preciso, pues el objetivo del periodismo es informar y para informar hay que llamar las cosas por su nombre».

Violeta Demonte dio respuesta a la pregunta planteada haciendo hincapié en la idea de que los cambios son posibles, pero el lenguaje impone restricciones. Piensa que la discusión sobre lenguaje y medios de comunicación en relación con la mujer muchas veces se da en dos niveles diferentes que no se pueden comparar, pero la introducción de la noción de igualdad en el tratamiento de la información es algo que debe cambiar para lograr la igualdad. Por eso se debe trabajar y educar a los jóvenes para que entiendan que los seres humanos son iguales.

Por su parte, Susana Guerrero habló de constatar el cambio: «Es necesario vivir el lenguaje como es, algo vivo, que cambia y que se debe reflejar con justicia en su ámbito».

Daniel Samper, que considera que es posible influir en la lengua, dijo que el pueblo normalmente no es el que elige, sino que son unos pocos los que deciden. «Estamos convencidos de que es posible influir en el cambio del lenguaje, y porque lo creemos es por lo que estamos aquí reunidos», afirmó. Según él, los periodistas son servidores de los lectores, de la audiencia y del lenguaje; lenguaje sobre el que se toman decisiones que van a influir en los lectores e incluso más allá de estos y que debe estar orientado hacia una primera norma: el sentido común.

Eulàlia Lledó hizo una distinción entre cambios inducidos y no inducidos. Para la lingüista, se puede hacer el cambio de forma sutil, sin destruir el lenguaje periodístico. Más que saber si se debe forzar o no el cambio, es interesante constatarlo.

Tampoco a Elena Gómez le pareció adecuada la palabra *forzar* y afirmó que el cambio se puede impulsar, aunque es recomendable preguntarles a las mujeres cómo quieren ellas ser denominadas.

Las intervenciones finalizaron con las palabras del periodista Joan Busquet, para quien el lenguaje tiene unas fuerzas internas muy poderosas. Sin embargo, cree firmemente que no son las palabras las que discriminan a las mujeres, sino más bien las personas y las leyes. Por esto, para él no es el lenguaje el que cambia la realidad, sino que es la realidad la que cambia el lenguaje.

Conclusiones

Durante los tres días que duró el Seminario, los expertos reunidos en el monasterio de San Millán de la Cogolla defendieron diferentes posturas. Estas son las conclusiones más destacadas, extraídas de las intervenciones de los profesionales participantes.

- El ejercicio del periodismo exige una responsabilidad social y cultural a la hora de elaborar las informaciones, pues las decisiones lingüísticas que se adopten desde las redacciones de los medios de comunicación repercuten directamente sobre quienes usan el lenguaje. Sin embargo, en ocasiones se teme forzar el uso de determinadas voces para que empiecen a ser utilizadas, ya que estas se pueden convertir en ruido informativo y deformar el mensaje.
- Los cambios tienen que producirse de una forma natural y sin que sean forzados. A medida que cambia la conciencia social y se consiguen avances en el terreno de la igualdad, dichos cambios deben generarse del mismo modo en la lengua, lo que responde a la función representativa del lenguaje como vehículo para referirse a la realidad. Esta es la forma para que los usos no discriminatorios vayan siendo asumidos por la sociedad de manera natural.
- Sobre el asunto de cómo suceden y se asumen los cambios, se pueden encontrar dos puntos de vista. Hay quienes afirman que el periodismo, como la realidad, cambia y se adapta. El lenguaje forma parte, por tanto, de la realidad. Contenido y forma son un todo. Cuando la forma designa algo tiene el poder de que su contenido se fortalezca. Otras posiciones defienden la idea de que el lenguaje no cambia la realidad, sino que la realidad cambia el lenguaje.
- Existen diferentes visiones sobre cómo se usa el lenguaje en los medios de comunicación, especialmente en el tratamiento que se hace de la información sobre las mujeres y la que se dirige a ellas. Por un lado, la visión periodística defiende el hecho de que ciertas formas de presentar la información son necesarias para llamar la atención de la audiencia y darle fuerza a la noticia. En este sentido, algunas personas reconocen que en ocasiones estos usos pueden resultar discriminatorios, pero que siempre estarán sujetos a la forma de interpretar. Por otro lado, la visión lingüística afirma que hay maneras de tratar la información que pueden evitar el sexismo y que, por ello, es necesario que los medios las utilicen para que el público las asuma.
- No hay que olvidar que el lenguaje puede usarse como trampa para encubrir una visión machista. Se debe diferenciar, por tanto, entre lenguaje sexista, discurso sexista y visión sexista. La imagen que se da de la mujer tiene que acompañar al lenguaje que se utiliza para referirse a ella e intentar salir de los estereotipos existentes en la actualidad.
- Es necesario romper el círculo vicioso en el que a veces se encuentra la lengua. En muchas ocasiones, los hablantes no utilizan ciertos términos por no estar aceptados o extendidos, lo que al mismo tiempo provoca que no logren convertirse en norma. En este sentido, los medios de comunicación pueden trabajar no solo para difundir la información, sino para extender los usos lingüísticos más correctos. Ahí reside una de sus responsabilidades con el lenguaje.



1. Joaquín Muller y Susana Guerrero 2. Daniel Samper y Yolanda Reyes 3. Vista de una de las sesiones de trabajo

- Son importantes los avances conseguidos por las mujeres en el terreno laboral. Si bien es cierto que en el periodismo actual las mujeres forman parte cada vez más activa de las redacciones, no ocurre lo mismo en los puestos directivos. La conquista de estos espacios permitiría dar un nuevo enfoque lingüístico al tratamiento de ciertos temas informativos en los que no haya discriminación.
- No se puede afirmar que exista un lenguaje femenino y otro masculino, pero sí es posible hablar de discursos distintos. Se encuentran géneros periodísticos que son abordados de diferente forma (como la columna de opinión), dependiendo de si quien firma es hombre o mujer. En muchos casos lo que influye o marca el contenido en la forma de expresarse es el tipo de público o audiencia al que se dirige la información. También influyen los estereotipos, que pueden afectar al lenguaje que se usa en el periodismo.
- Los cambios son necesarios no solo en los medios generalistas, sino en aquellos dirigidos específicamente a hombres y mujeres por separado. A pesar de tener un alcance menor que los generalistas, contribuyen con su lenguaje a perpetuar los estereotipos que han llevado a la discriminación. De poco sirve analizar y mejorar el discurso de los medios si, por otro lado, otros medios con destinatarios específicos mantienen formas lingüísticas excluyentes y acentúan las diferencias entre hombres y mujeres.
- La adecuación de la lengua a la realidad de las mujeres es posible e inevitable, ya que se ha producido un gran cambio en las últimas décadas que permite que esto suceda.
- Son admisibles las nuevas formas que se introducen en la lengua siempre que no atenten contra las leyes de la gramática. Asimismo, hay unanimidad en que es fundamental que los diccionarios y las gramáticas incorporen esos cambios que se han producido en la sociedad.
- Lo importante es la calidad de la información, que no es una cuestión que dependa de la identidad de género. El objetivo del periodismo es informar, y para que esto se haga correctamente hay que atender a la no discriminación. Lo fundamental es que la comunicación no falle y la información llegue al colectivo de modo preciso.

recomendaciones que **hace la fundéu**

UNO DE LOS OBJETIVOS DE LA FUNDACIÓN DEL ESPAÑOL URGENTE ES EL ANÁLISIS DIARIO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN. RESULTADO DE ESTE EXAMEN, CENTRADO EXCLUSIVAMENTE EN LOS ASPECTOS LINGÜÍSTICOS, SON LAS RECOMENDACIONES QUE, ENTENDIDAS COMO ADVERTENCIAS ENCAMINADAS A PROPORCIONAR CRITERIOS DE UNIFORMIDAD IDIOMÁTICA, SE DIFUNDEN MEDIANTE LOS SERVICIOS DE LA AGENCIA EFE. LAS RECOMENDACIONES QUE SIGUEN SON ALGUNAS DE LAS QUE SE PUEDEN ENCONTRAR EN LA PÁGINA WEB DE LA FUNDÉU: WWW.FUNDEU.ES

hebreo no es sinónimo de israelí

La Fundación del Español Urgente recuerda que los términos *hebreo*, *judío* e *israelita* no deben emplearse como sinónimos de *israelí*. Los términos *hebreo*, *judío* e *israelita* funcionan solo como sinónimos en su sentido histórico (relativo al antiguo pueblo de Israel) y en su sentido religioso (referido a aquellas personas que profesan la religión judía y a todo aquello propio de los judíos). *Israelí*, sin embargo, designa a aquellas personas que viven en el moderno Estado de Israel (los *israelíes* pueden profesar cualquier religión, no necesariamente la judía). Igualmente, el término *israelí* es el correcto para referirse a cualquier institución política u organización de dicho Estado. Por este motivo, no son correctas frases como «El ejército hebreo continúa el ataque contra Gaza» o «El ejército hebreo respetó ayer el alto el fuego de la ONU en líneas generales», pues debe decirse «El ejército israelí continúa el ataque contra Gaza» o «El ejército israelí respetó ayer el alto el fuego de la ONU en líneas generales».

sismos en América, seísmos en España

La Fundación del Español Urgente explica que en español, para nombrar los terremotos, existen dos palabras: *sismo* y *seísmo*; la primera es la que se utiliza en Hispanoamérica, mientras que la segunda es la más usada en España. En las noticias sobre terremotos aparecen muchas veces (para evitar la repetición del término *terremoto*) las palabras *seísmo*, en los medios de comunicación españoles, y *sismo*, en los de Hispanoamérica y los Estados Unidos. Ambas formas son correctas y están registradas en el *Diccionario académico*. De *sismo* derivan *sismógrafo* y *sismología*.

crédito y credibilidad no son lo mismo

El término *credibilidad* no es sinónimo de *crédito* cuando se refiere a la reputación, fama o calidad de alguien o algo, principalmente en sentido favorable. En español, *credibilidad* significa solo 'calidad de creíble' y debe utilizarse para referirse a aquello que puede creerse con facilidad: «No pongo en duda la credibilidad de la historia que me contaron» o «Esos rumores no tienen credibilidad». Cuando se haga referencia al prestigio de alguien o de algo, emplearemos el término *crédito*: «El jamón serrano tiene un reconocido crédito en los Estados Unidos» o «Es un escritor de crédito». Así pues, solo debe usarse *credibilidad* para referirse a aquello que no ofrece dudas y no en el sentido de reputación, fama o buen nombre.



registrar no significa suceder

Cuando una cosa registra a otra lo que hace es anotarla o inscribirla, por lo que *registrar* no significa *suced*er, como habitualmente se lee y escucha en informaciones, por ejemplo, sobre accidentes en carretera. Las carreteras no «registran accidentes»; en las carreteras «se registran accidentes», y tampoco la temperatura «registra descensos considerables» sino que «se registran descensos considerables de la temperatura». Es muy frecuente el empleo inapropiado del verbo *registrar*, pues este verbo sin el pronombre se significa 'anotar', 'contabilizar', 'grabar' y también 'examinar algo minuciosamente', con lo que, según los ejemplos citados, se da a entender que las carreteras tomaban nota de los accidentes o que la temperatura se dedicaba a examinar con atención sus propias bajadas. Para decir en estos dos casos lo que realmente se pretendía, que en las carreteras hubo accidentes y que se produjeron descensos de la temperatura, lo adecuado hubiera sido utilizar la forma pronominal *registrarse*: «En las carreteras madrileñas se han registrado hasta cien accidentes esta mañana»; «Se han registrado descensos considerables de la temperatura».

adjetivos posesivos, mal uso

El empleo del posesivo en inglés es distinto al uso en español. Por lo tanto, no debe decirse: «Le robaron su coche», «Me dolía mi pierna», «Sufría quemaduras en el sesenta por ciento de su cuerpo», sino «Le robaron el coche», «Me dolía la pierna», «Sufría quemaduras en el sesenta

por ciento del cuerpo». Este anglicismo se observa, sobre todo, en las noticias deportivas: «El centrocampista resultó lesionado en su pierna derecha». En este caso debió decirse «El centrocampista resultó lesionado en la pierna derecha». La Fundéu BBVA advierte que al traducir el inglés literalmente al español se emplea el posesivo en lugar del artículo determinado y recomienda evitar este uso por ser ajeno a la gramática española.

prever, no preveer

La Fundación del Español Urgente advierte del uso extendido de las formas *preveyó*, *preveyera* o *preveyendo* debido a una conjugación errónea del verbo *prever*. El verbo *prever* está formado por el verbo *ver* y el prefijo *pre*, es decir, «ver antes», y debe conjugarse igual que *ver*. A veces se mezclan los verbos *prever* y *proveer*, lo que da lugar a la creación del verbo *preveer*. De ahí que resulten formas como *preveyó*, *preveyera* o *preveyendo*, en lugar de *previó*, *previera* o *previendo*. Son incorrectas frases como «Preveyó graves problemas para los trabajadores de las petroleras», «Los directivos de la empresa no preveyeron los problemas económicos» o «Los ciclistas españoles han sido los grandes animadores de la vuelta, sobre todo preveyendo el triunfo final». Este error se extiende a todos los tiempos y formas del verbo *prever*: *prevee*, *preveemos*, *preveímos*, etc., en lugar de *prevé*, *prevemos*, *previmos*, etc. Así pues, la Fundéu BBVA advierte de que el verbo *prever* debe conjugarse como *ver* y no como *proveer*.



amarar y acuatizar

En algunos casos los «atterrizajes forzosos» terminan no siendo tales «atterrizajes», como el caso del avión que lo hizo sobre las aguas del río Hudson, en Nueva York, porque no se posó sobre tierra firme u otra superficie sólida, sino sobre el agua. La Fundación del Español Urgente señala que en español existen cuatro verbos para la acción de posarse un avión sobre el agua: *amerizar*, *amarizar*, *amarar* y *acuatizar*. Los dos primeros (*amerizar* y *amarizar*) aparecen en el *Diccionario esencial de la lengua española*, de la Real Academia Española, pero nos remiten al tercero, *amarar*, y prefiere el sustantivo *amaraje* en lugar de *amerizaje* y *amarizaje*. También está en el diccionario *acuatizar*, y su definición es casi exacta a la de los tres anteriores. En los cuatro casos el diccionario hace referencia a los hidroaviones, pero por extensión esos verbos se usan también en español para cualquier tipo de avión que se posa en el agua por causas imprevistas. Aunque los cuatro verbos signifiquen lo mismo, lo habitual en español es usar *amerizar*, *amarizar* o *amarar* cuando el avión se posa sobre el mar, mientras que *acuatizar* se utiliza cuando se trata de otras superficies de agua, como lagos o ríos. La Fundéu BBVA recomienda que se dé preferencia a los términos *amarar* y *amaraje* cuando se trate del mar, y *acuatizar* y *acuatizaje* cuando se trate de ríos o lagos.

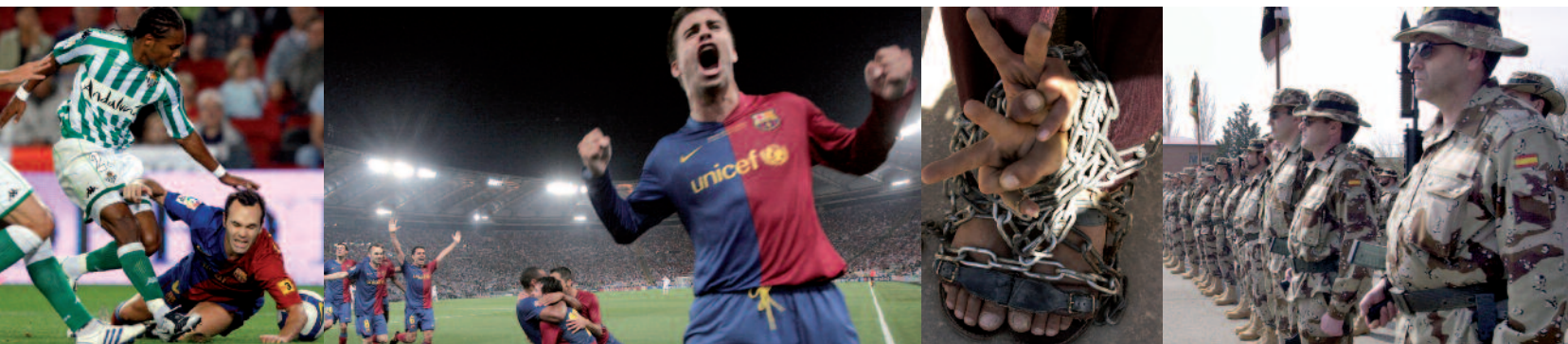
dosier y dosieres, en español, con una s

La Fundación del Español Urgente recomienda escribir *dosier* y su plural *dosieres* con una s en lugar de *dossier* y *dossiers* como aparece en muchos medios de comunicación. Como se recoge en el *Diccionario panhispánico de dudas*, *dosier* es la adaptación gráfica de la voz francesa *dossier*, que significa 'conjunto de documentos sobre un

asunto que se guardan juntos'. Sin embargo, resulta habitual encontrar esta palabra escrita como un extranjerismo: «El ex tesorero del PP ha manejado dossiers que afectan a altos cargos de la Comunidad de Madrid», «El equipo de espías requisó un dossier comprometedor de Granados». La Fundéu BBVA recomienda escribir este sustantivo utilizando la forma española *dosier* y su plural *dosieres*. Además, aconseja utilizar términos como *expediente*, *informe* o *carpeta*. En los ejemplos debería haberse escrito «El ex tesorero del PP ha manejado dosieres (o informes, expedientes) que afectan a altos cargos de la Comunidad de Madrid», «El equipo de espías requisó un dosier comprometedor de Granados».

anorexia y neologismos derivados

La Fundación del Español Urgente advierte de la aparición de algunos neologismos como *vigorexia*, *ortorexia*, *ebriorexia*, *megarexia* o *tanorexia*, formados a partir del término *anorexia*. La palabra *anorexia* tiene dos significados: 'pérdida anormal del apetito' y 'síndrome de rechazo de la alimentación por un estado mental de miedo a engordar, que puede tener graves consecuencias patológicas'. Esta palabra procede del griego *anorexia* ('inapetencia'), y esta a su vez del prefijo *an* (negación o privación) y del sustantivo *órexís* ('apetito, hambre'). La Fundéu BBVA quiere aclarar que la terminación *-orexia* se ha convertido en un falso sufijo que se añade cuando se habla de trastornos alimentarios o preocupación exagerada por la apariencia física. De este modo, han nacido los términos *ortorexia* (obsesión por eliminar cierto tipo de alimentos por considerarlos perjudiciales para la salud), *ebriorexia* o *drunkorexia* (rechazo a la alimentación para compensar las calorías que aporta el alcohol), *megarexia* (personas



obesas que no se ven como tales y no se alimentan adecuadamente), *vigorexia* (obsesión excesiva por conseguir una buena forma física) o *tanorexia* (adicción al bronceado).

golaveraje, castellanización de goal average

La forma castellanizada de la expresión inglesa *goal average* es *golaveraje*. Es habitual encontrar en la prensa diferentes formas de escribir ese término: «El gol average puede decidir la liga española», «El Betis desciende por un solo tanto en el golaverage», «La batalla por el golaverás puede resultar decisiva», «El gol averás, perdido con tres de los cuatro rivales más directos». La españolización de la expresión inglesa *goal average* es, según el *Diccionario panhispánico de dudas*, *golaveraje*, que alude a la 'diferencia de tantos marcados y recibidos y se utiliza para deshacer el empate entre equipos con el mismo número de puntos en la clasificación'. Por tanto, en los ejemplos anteriores, lo apropiado habría sido escribir: «El golaveraje puede decidir la liga española», «El Betis desciende por un solo tanto en el golaveraje», «La batalla por el golaveraje puede resultar decisiva», «El golaveraje, perdido con tres de los cuatro rivales más directos». Aunque se admite el uso de este anglicismo adaptado, la Fundéu BBVA recomienda emplear *diferencia* (o *promedio*) de goles, de puntos o de tantos.

tripleto y tricampeón no significan lo mismo

La Fundación del Español Urgente advierte de que hacer o conseguir un *tripleto* no es lo mismo que ser *tricampeón*, como se ha leído y escuchado con motivo de los triunfos conseguidos por el Fútbol Club Barcelona. Cuando se logra la victoria más de una vez en una misma competición,

lo correcto es usar las formas terminadas en *-campeón*, a las que se añade el prefijo numeral que corresponde: *bicampeón*, *tricampeón*, *pentacampeón*, etc. De este modo, su uso es correcto en ejemplos como «La selección brasileña de fútbol es la pentacampeona del mundo», «Rafa Nadal, tricampeón del torneo de París», «Fernando Alonso es bicampeón del mundo de fórmula uno». En cambio, cuando se es campeón en competiciones distintas se utiliza el numeral conveniente al que se une el sufijo *-te*: *doblete*, *tripleto*, etc. Así, el Barça no será tricampeón por vencer en tres competiciones distintas, sino que con su hazaña conseguirá un *tripleto* o se convertirá en un *triple campeón*. Por lo tanto, la Fundéu BBVA recomienda que se use *tricampeón* cuando se hable de la misma competición y *tripleto* cuando las victorias se consiguen en distintas competiciones.

inmovilizar no es poner en cuarentena

La Fundación del Español Urgente recomienda que se evite emplear el verbo *inmovilizar* con el significado de 'poner en cuarentena' o 'aislar por razones sanitarias a personas y animales durante un periodo de tiempo'. El verbo *inmovilizar* significa 'imposibilitar el movimiento' o 'hacer que algo quede inmóvil' y, por lo tanto, no conviene emplearlo en frases como «Cincuenta soldados permanecen inmovilizados en su cuartel» o «Ha bajado también el número de soldados que tienen movilidad restringida en estos dos cuarteles». En estas frases, aparecidas recientemente en informaciones relacionadas con los casos de gripe A (H1N1) registrados en varios cuarteles de España, lo correcto hubiera sido decir: «Cincuenta soldados están en cuarentena en su cuartel» o «Ha bajado también el número de soldados que permanecen retenidos



en estos dos cuarteles». También hubiese sido correcto decir que *han sido puestos en cuarentena, están en observación o permanecen aislados*.

cuartel militar: redundancia

La Fundación del Español Urgente advierte sobre la incorrección, por tratarse de una redundancia innecesaria, de llamar *cuartel militar* a lo que en español se llama *cuartel*. En las informaciones sobre los últimos casos de infectados por la gripe A en España se menciona con frecuencia el *cuartel militar* donde se detectaron dichos casos y se hace sin tener en cuenta que basta con decir *cuartel*, pues ante esa palabra cualquier hispanohablante piensa en los militares. Se trata de una redundancia innecesaria, si bien es cierto que hay también cuarteles de bomberos, de policía... Pero cuando se habla de estos últimos siempre se menciona específicamente de qué se trata, precisamente porque si se dice solo *cuartel* de inmediato se piensa en el militar.

topónimos que llevan artículo

Según indica el *Diccionario Panhispánico de Dudas*, en español hay que anteponer el artículo a los topónimos que empiezan por una palabra que indica un tipo de división política (país, estado...) o su forma de organización política (reino, república...). Excepto en el caso de los Estados Unidos, en el que el uso ha hecho que puedan emplearse las dos formas, estos topónimos deben escribirse siempre

con artículo: *los Países Bajos, la Confederación Helvética, los Emiratos Árabes Unidos, el Reino Unido, la República Dominicana, la República Checa*... Así pues, no sería correcto decir «La Cumbre se celebrará en República Dominicana el próximo mes» o «Reino Unido ha pasado lo peor de la crisis y volverá a un modesto crecimiento en la segunda mitad del 2010». La Fundéu BBVA recomienda, por otra parte, que aunque su uso sea opcional, se anteponga el artículo al nombre de aquellos países que, como en los casos de *la India, el Yemen, el Líbano, el Perú*, etc., lo llevan tradicionalmente en nuestro idioma.

testar, uso apropiado

En español *testar* significa 'hacer testamento'. El uso actual le ha añadido un nuevo significado relacionado con la voz inglesa *test*, pero es preferible no emplearlo así ya que se trata de un anglicismo innecesario, pues disponemos de otros verbos que pueden expresar esa misma idea en distintos contextos: *examinar, controlar, analizar, probar, comprobar, experimentar, ensayar*... Además, en español también se pueden usar para estos casos construcciones como *someter a control, someter a prueba, hacer un ensayo*... Tampoco es aconsejable el uso de la variante *testear*, propia del español de algunos países de América, ni su correspondiente sustantivo *testeo*. Es preferible, por ejemplo, «Los ingenieros han ensayado con estructuras similares a las usadas en los edificios californianos» a «Los ingenieros han testado estructuras similares a las usadas en los edificios californianos».

Noticias

Pedro Luis Díez Orza,
presidente de Linguaserve (dcha.)
y Joaquín Müller-Thyssen,
director general de la Fundéu BBVA



LINGUASERVE, NUEVA ENTIDAD COLABORADORA DE LA FUNDÉU BBVA.

Linguaserve, empresa de traducción, servicios lingüísticos y soluciones multilingües de última generación, ha suscrito un acuerdo de colaboración con la Fundación del Español Urgente por el que se compromete a fomentar el buen uso del idioma en su ámbito empresarial. Pedro Luis Díez Orza, presidente de Linguaserve, y Joaquín Müller-Thyssen, director general de la Fundéu BBVA, firmaron el acuerdo durante una reunión mantenida en la sede de la fundación. Con la firma de este acuerdo ya son tres las empresas del sector –en su momento lo hicieron Celer Soluciones y Hermes Traducciones y Servicios Lingüísticos– que han apostado decididamente por impulsar el uso correcto del español en el mundo de la traducción.

MÁS DE 1300 VOLUMENES EN LA BIBLIOTECA DE LA FUNDÉU BBVA.

Con la donación de 315 libros hecha por Alberto Gómez Font, la biblioteca de la Fundación del Español Urgente supera los 1300 volúmenes. Los primeros ejemplares del actual fondo proceden del desaparecido Departamento de Español Urgente, creado por Luis María Anson en 1980 y germen de la actual Fundéu BBVA. Según Gómez Font, que formó parte del primer equipo de filólogos que atendían ese servicio, sobre las mesas de trabajo había cuatro diccionarios, un manual de estilo y una gramática: el *Diccionario de la Lengua Española*, de la Real Academia Española; el *Diccionario de dudas de la lengua española*, de Manuel Seco; el *Diccionario de incorrecciones y particularidades del lenguaje*, de Andrés Santamaría y Augusto Cuartas, y el *Collins Spanish-English English-Spanish*

Dictionary. El manual de estilo era el de la Agencia Efe y se titulaba precisamente así, *Manual de estilo*. La gramática era el *Esbozo de una nueva gramática de la lengua española*, de la RAE. Con el tiempo fueron llegando nuevos títulos a la incipiente biblioteca de consulta, que tuvo un crecimiento lento pero continuado hasta la creación de la Fundación del Español Urgente, con la que el fondo bibliográfico se ha enriquecido, gracias también a dos importantes donaciones, de 64 libros cada una, hechas por Salvador Amorós Dupuy, traductor y periodista de Efe, y por el profesor y también periodista Manuel Calvo Hernando.

De los 315 libros donados por Gómez Font, 50 provienen de la biblioteca de trabajo de Martín Felipe Yriart, periodista y profesor emérito de Periodismo Científico de la Universidad de Buenos Aires.

LA PRINCESA LETIZIA RECIBE A UNA REPRESENTACIÓN DEL PREMIO

ACCENTURE DE PERIODISMO ECONÓMICO.

La Princesa de Asturias recibió en el Palacio de la Zarzuela a una representación del Grupo Accenture y del premio de periodismo económico que anualmente concede esta consultoría, cuya última edición ha ganado Manuel Ángel Méndez, colaborador del diario *El País*. Además del presidente de la compañía, Vicente Moreno, y del vencedor de la convocatoria, también participaron en la audiencia Fernando González Urbaneja, presidente de la Asociación de la Prensa de Madrid; Sebastián Muriel, director general de red.es, y Joaquín Müller-Thyssen, director general de la Fundéu BBVA, que forma parte del Consejo Asesor del premio.

▲ biblioteca

1. Pida la palabra

Preguntas y respuestas

sobre lenguaje para gente común y silvestre

Soledad Moliner es una profesora de español cuya columna «Pida la palabra» del suplemento literario de El Tiempo de Bogotá (Colombia) es una de las más leídas de ese diario. Este libro reúne buena parte de las consultas que han aparecido en ese espacio, en el que Soledad Moliner explica

de manera sencilla, divertida y didáctica las cuestiones de lenguaje que otros autores oscurecen y complican. Como buena educadora, Moliner da respuestas a las dudas de los lectores con multitud de ejemplos, una gran dosis de frescura y buen humor.

SOLEDAD MOLINER
Editora Aguilar
Bogotá (Colombia), 2006

2. Tipografía y notaciones científicas

Este libro está dedicado a

las notaciones científicas, es decir, a los lenguajes formales de la ciencia y a su correcta presentación en obras impresas, tomando como base tanto la tradición como las normas internacionales. Se dirige a autores, tipógrafos, correctores y editores que tengan que trabajar con textos técnicos y científicos, pero también será de utilidad a periodistas, investigadores, profesores y al público en general para saber por ejemplo, cómo se escribe una fórmula química, el nombre científico de un animal o una magnitud con sus unidades.

JAVIER BEZOS LÓPEZ Ediciones Trea Gijón (España), 2008

JAVIER BEZOS LÓPEZ
Ediciones Trea
Gijón (España), 2008

Soledad Moliner
PIDA LA PALABRA
Preguntas y respuestas sobre lenguaje para gente común y silvestre



AGUILAR

1

3. Uso moderno de las mayúsculas

Los escritores, editores y correctores se

encuentran con criterios dispares en cuanto al uso de las mayúsculas. Esta situación ha

provocado que, pese a la existencia de un

canon académico, cada quien defina y adopte sus propias reglas. Por otra parte, constan-

temente surgen usos que no están incluidos en los libros y que

demandan una respuesta rápida para eliminar la vacilación natural. Esta obra ofrece normas

uniformes que ayudan a desterrar la inseguridad del redactor y la casi total anarquía respecto de esta cuestión.

MARTHA VIRGINIA MÜLLER
DELGADO, CRISTIAN FALLAS
ALVARADO, ALBERTO
BARAHONA NOVOA, MARÍA
ROSA SOLANO SOLANO
Editorial ICER
San José (Costa Rica), 2002

2

JAVIER BEZOS LÓPEZ
**Tipografía
y notaciones científicas**

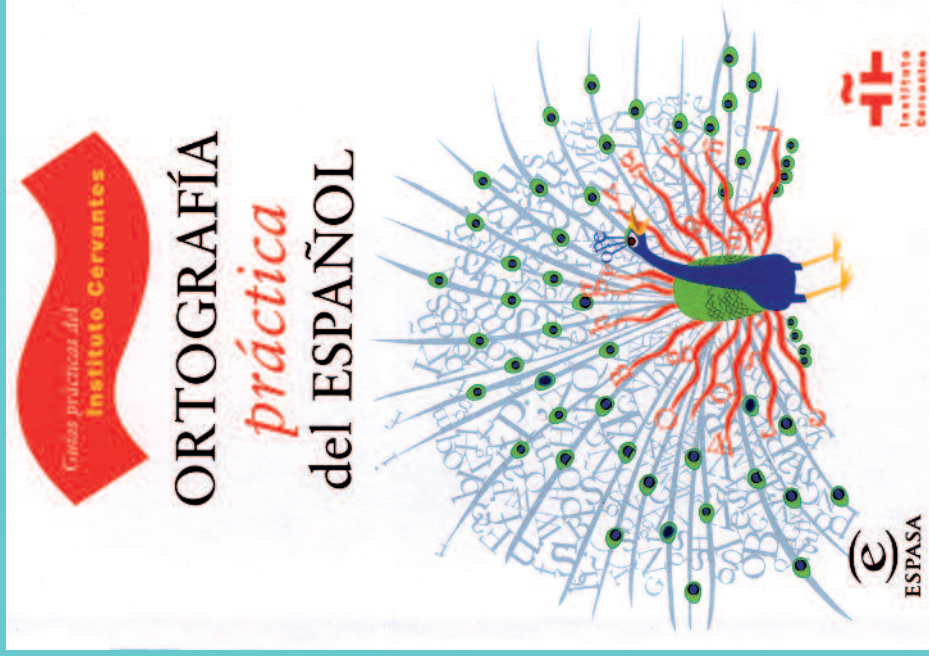




3



4



4. La milenaria historia de las palabras

La milenaria historia de las palabras, tal como sus predecesores La fascinante historia de las palabras y Nuevas fascinantes historias de las palabras, constituye un incitante paseo por la historia de nuestra civilización, pero que visita a culturas que ya se extinguieron, pero que dejaron su impronta en palabras de nuestra lengua. Entre las características de esta obra cabe destacar la acertada selección de los vocablos estudiados, la investigación rigurosa de la historia de cada uno de ellos y un lenguaje cautivante y ameno.

RICARDO SOCHA
Asociación Cultural Arturo Nebrija
Montevideo (Uruguay), 2009

5. Ortografía práctica del español

Segundo título de la colección Guías prácticas del Instituto Cervantes. Se trata de una guía completa y actualizada que explica las bases ortográficas del español y recopila toda la normativa publicada al respecto por la Real Academia Española, incluida la que contiene el Diccionario panhispánico de dudas. En esta guía se encuentran las respuestas a muchas cuestiones ortográficas así como las últimas novedades y cambios en la ortografía española.

LEONARDO GÓMEZ TORREGO
Instituto Cervantes
Espasa Calpe
Madrid (España), 2009



6

6. Norma lingüística y español de Canarias

Manual de consulta para periodistas Humberto Hernández, catedrático de Filología Española y decano de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de La Laguna, reúne en este libro cientos de aclaraciones sobre lenguaje orientadas a contribuir a la eficacia comunicativa y al empeño de mejorar y unificar la expresión lingüística de los profesionales de la comunicación. No se trata de un libro de estilo sino de un instrumento complementario de consulta.

HUMBERTO HERNÁNDEZ
Gobierno de Canarias
Asociación de la Prensa de Santa Cruz de Tenerife
Santa Cruz de Tenerife (Canarias, España), 2009

El Corte Inglés



La Tribuna



Fundéu BBVA

Con el asesoramiento de la



REAL ACADEMIA ESPAÑOLA

Aunque no queráis y si por si acaso admitis la incapacidad femenina, votáis con la mitad de vuestro ser incapaz. Yo y todas las mujeres a quienes represento queremos votar con nuestra mitad masculina, porque no hay degeneración de sexos, porque todos somos hijos de hombre y mujer y recibimos por igual las dos partes de nuestro ser. Somos producto de dos seres; no hay incapacidad posible de vosotros a mí, ni de mí a vosotros.

CLARA CAMPOAMOR

Congreso de los Diputados

1 de octubre de 1931

