

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет романської філології і перекладу
Кафедра романських мов

Допущено до захисту

« 17 » квітня 2024 року

Завідувач кафедри

_____ *Віра РУБАН*

КУРСОВА РОБОТА

з філології на тему:

«Лінгвістичний сексизм у сучасній іспанській мові»

Студентки групи Млі 03-21

Спеціальність 035 Філологія

Спеціалізація 035.051 Романські мови і літератури
(переклад включно), перша – іспанська

Освітня програма Іспанська мова і література, друга
іноземна мова, переклад

Гоц Єлизавета Михайлівна

Науковий керівник:

Настенко Світлана Василівна

*кандидат філологічних наук, доцент
(науковий ступінь, вчене звання, ПІБ).*

Чотирибальна шкала _____

Кількість балів _____

Оцінка ЄКТС _____

Члени комісії:

(підпис)

(прізвище та ініціали)

(підпис)

(прізвище та ініціали)

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Київ 2024

MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y CIENCIA DE UCRANIA
UNIVERSIDAD NACIONAL LINGÜÍSTICA DE KYIV
Facultad de Filología Románica y Traducción
Departamento de Lenguas Romances

Admitido a la defensa

el 17 de abril de 2024

Jefe del departamento

_____ *Vira RUBAN*

TRABAJO DE CURSO

en filología sobre el tema:

“El sexismo lingüístico en el español contemporáneo”

Estudiante del grupo MLi 03-21

Especialidad 035 Filología

Especialización 035.051 Lenguas y literaturas romances

(incluida la traducción), la primera es el español

Programa educativo Lengua y literatura españolas, segunda

lengua extranjera, traducción

Yelyzaveta Mykhailivna Hots

(nombre completo)

Supervisor:

Svitlana Vasylivna Nastenko

Candidata a doctora en ciencias filológicas,

profesora titular

(grado académico, título académico, nombre completo).

Escala de cuatro puntos _____

Puntuaciones _____

Evaluación de ЄKTC _____

Miembros de la comisión

_____	_____
(ficha)	(apellido e iniciales)
_____	_____
(ficha)	(apellido e iniciales)
_____	_____
(ficha)	(apellido e iniciales)

Kyiv 2024

АНОТАЦІЯ

Дана курсова робота присвячена дослідженню *лінгвістичного сексизму в сучасній іспанській мові*, а саме його появі, історичного розвитку та функціонування у сьогоденні. Робота складається з двох розділів, що повною мірою розглядають передумови та причини появи лінгвістичного сексизму в іспанській мові. Крім того, ведеться вивчення його розвитку, популярності та вживаності у сучасній іспанській мові.

Перша частина присвячена аналізу феномену сексизму в сучасному іспанському мовленні з метою з'ясування його сутності та широкого розуміння. Детально вивчається його основні прояви та стереотипи гендерної нерівності в іспанській мові. Розглядаються історичні чинники, що сприяли та продовжують сприяти розвитку цього феномену.

Друга частина спрямована на аналіз конкретних проявів сексистського мовлення в сучасному іспанському дискурсі. Досліджується дублювання/подвоєння чоловічого роду та позначення ним всього виду без статті. У цьому розділі ведеться аналіз різножанрових текстів: преса, реклама, літературні твори та соціальні мережі для вивчення присутності сексизму в них, що дозволяє краще розуміти його механізм та наслідки.

Практична цінність одержаних результатів полягає в можливості поглиблення знання мови та його застосуванні в наступних контекстах: викладання мови на таких дисциплінах як Практика усного і писемного мовлення й Теорія та практика перекладу з іспанської мови. Крім того, дане дослідження може бути корисною для таких галузей як: куртологія, мовознавство та гендерної соціології. Робота є корисною для викладачів лінгвістики, культурології та історії.

Методи дослідження:

1. *Історичний аналіз*: дослідження історичних джерел (книги, статті і т.д.) аби зрозуміти еволюцію сексизму в мовленні та його зв'язок з історичними подіями й культурними змінами в іспанському суспільстві

2. *Лінгвістичний аналіз*: дослідження сучасної іспанської мови та її структур для виявлення сексистських виразів, стереотипів та нерівностей.

3. *Порівняльний аналіз*: дослідження вживання мовних конструкцій у різних контекстах (наприклад, у текстах чоловічої та жіночої авторства, у різних жанрах) з метою знаходження та підкреслення статевої різниці та стереотипності, що існують у мові

4. *Соціолінгвістичний аналіз*: дослідження соціальних та культурних контекстів з метою розуміння, які фактори сприяють поширенню та утриманню сексистських мотивів в іспанській мові

5. *Метод корпусного аналізу*: збір та аналіз текстів для виявлення частотності та контекст вживання сексистських виразів та конструкцій у сучасній іспанській мові, а також глибшого вивчення еволюції цього феному у різних соціальних групах.

Ключові слова: гендер, мовні стереотипи, гендерні стереотипи, лінгвістичний сексизм, тексти, іспанська мова, фемінізм.

АПРОБАЦІЯ

Hots Y. (2023). *EL PROBLEMA DEL SEXISMO LINGÜÍSTICO EN EL IDIOMA ESPAÑOL*. “Полілог мов і культур в освітньо-науковому просторі”. Матеріали I Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції, 21–22 березня 2023 року. К.: Видавничий центр КНЛУ. С. 28–30.

Hots Y. (2024). *EL SEXISMO LINGÜÍSTICO EN EL ESPAÑOL CONTEMPORÁNEO*. “Полілог мов і культур в освітньо-науковому просторі”. Матеріали II Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції, 14–15 березня 2024 року. К.: Видавничий центр КНЛУ. С. 28–29.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	7
CAPÍTULO 1. EL FENÓMENO DEL SEXISMO LINGÜÍSTICO EN EL ESPAÑOL MODERNO.....	11
1.1. Definición y contextualización del sexismo lingüístico.....	11
1.2. Factores históricos y sociales que contribuyen al sexismo lingüístico	12
1.3. El concepto de sexismo lingüístico de la lengua española.....	15
1.4. Manifestaciones del sexismo lingüístico y estereotipos de género en la lengua española	16
Conclusiones del capítulo 1.....	17
CAPÍTULO 2. MANIFESTACIONES DEL LEGUAJE SEXISTA EN EL DISCURSO ACTUAL.....	19
2.1. El masculino genérico y la duplicación/desdoblamiento	19
2.2. Análisis de textos periodísticos y publicitarios.....	21
2.3. El impacto de las nuevas tecnologías y las redes sociales en el sexismo lingüístico.....	24
Conclusiones del capítulo 2.....	28
CONCLUSIONES GENERALES.....	30
BIBLIOGRAFÍA.....	32

INTRODUCCIÓN

La lengua es una de las principales herramientas de comunicación de nuestro mundo. Refleja y reproduce las relaciones de poder que existen en la sociedad y desempeña un papel importante en la configuración de la realidad social y cultural. Por ello, el fenómeno del sexismo lingüístico en español se está convirtiendo en un importante campo de investigación para comprender las dinámicas de género y la reproducción de las desigualdades en el lenguaje. En español, al igual que en otras lenguas y culturas, existe un amplio abanico de manifestaciones de sexismo lingüístico, que van desde el uso de términos masculinos genéricos para referirse a ambos sexos hasta la invisibilidad de las mujeres en diversos ámbitos del discurso.

El español tiene un género gramatical que divide los sustantivos en masculino y femenino. También hay formas gramaticales que se utilizan sólo para los hombres o sólo para las mujeres. Por ejemplo, muchos sustantivos que describen profesiones, trabajos o conceptos generales son masculinos, aunque se refieran a personas de ambos sexos. Por ejemplo, "*doctor*" o "*presidente*". Algunas palabras tienen significados diferentes según se usen para hombres o para mujeres. Por ejemplo, la palabra "*listo*" puede significar "*inteligente*" en referencia a un hombre, pero "*astuto*" en referencia a una mujer.

El objeto del trabajo de curso es el fenómeno del sexismo lingüístico en la lengua española contemporánea, sus manifestaciones, causas y consecuencias.

El tema del trabajo del curso es El sexismo lingüístico en el español contemporáneo.

El objetivo del trabajo de curso es analizar el fenómeno del sexismo lingüístico en el español contemporáneo, explorar su historia, examinar cómo se manifiesta en diversos contextos discursivos, desde la publicidad hasta la literatura, y cómo contribuye a la reproducción de desigualdades de género en la sociedad.

El sujeto del trabajo es el análisis del sexismo lingüístico en el español contemporáneo: manifestaciones, impacto y perspectivas de cambio.

La actualidad de investigación radica en la importancia de abordar el sexismo lingüístico como un problema social y cultural relevante en la actualidad, que afecta no solo la comunicación interpersonal, sino también las estructuras sociales y las relaciones de poder.

La novedad del trabajo radica en explorar el fenómeno del sexismo lingüístico en el contexto específico del español contemporáneo, considerando tanto sus manifestaciones tradicionales como las nuevas formas emergentes en medios digitales y redes sociales. Además, se aborda la evolución de las percepciones sociales sobre el lenguaje inclusivo y las posibles estrategias para promover una comunicación más equitativa en la sociedad actual.

El valor práctico. La importancia de los resultados radica en la posibilidad de profundizar en el conocimiento de la lengua y su aplicación en los siguientes contextos: enseñanza de lenguas en disciplinas como Práctica de la Expresión Oral y Escrita y Teoría y Práctica de la Traducción del Español. Además, este estudio puede ser útil para campos como: los estudios curriculares, la lingüística y la sociología del género. La obra es útil para profesores de lingüística, estudios culturales e historia.

La tarea del trabajo de curso incluiría:

1. Investigar y analizar la presencia y manifestaciones del sexismo lingüístico en la lengua española contemporánea, tanto en su contexto histórico como en el actual.
2. Recopilar ejemplos concretos de manifestaciones de sexismo lingüístico en diversos contextos, como la publicidad, los medios de comunicación, la literatura y el discurso cotidiano.
3. Examinar las implicaciones sociales, culturales y psicológicas del sexismo lingüístico en la sociedad contemporánea, considerando su impacto en la percepción de género y en las relaciones interpersonales.

4. Identificar los factores históricos, socioculturales y psicológicos que contribuyen a la perpetuación del sexismo lingüístico en la lengua española.
5. Sintetizar los hallazgos y conclusiones en un trabajo de investigación exhaustivo que arroje luz sobre el fenómeno del sexismo lingüístico en la lengua española contemporánea y sus implicaciones en la sociedad actual.

Métodos de investigación son los siguientes:

1. *Análisis histórico*: investigación de fuentes históricas (libros, artículos, etc.) para comprender la evolución del sexismo en el lenguaje y su relación con los acontecimientos históricos y los cambios culturales de la sociedad española.
2. *Análisis lingüístico*: estudio de la lengua española moderna y sus estructuras para identificar expresiones sexistas, estereotipos y desigualdades.
3. *Análisis comparativo*: estudio del uso de las estructuras lingüísticas en diferentes contextos (por ejemplo, en textos de hombres y mujeres, en diferentes géneros) para encontrar y enfatizar las diferencias de género y los estereotipos que existen en la lengua.
4. *Análisis sociolingüístico*: estudio de los contextos sociales y culturales para comprender qué factores contribuyen a la difusión y persistencia de los motivos sexistas en español.
5. *Método de análisis de corpus*: recopilación y análisis de textos para identificar la frecuencia y el contexto de las expresiones y construcciones sexistas en el español actual, así como para estudiar la evolución de este fenómeno en diferentes grupos sociales.

El campo de estudio del fenómeno del sexismo lingüístico en el español actual es sumamente relevante y complejo. A lo largo de la historia, el lenguaje ha reflejado y, en cierto sentido, enfatizado la desigualdad de género en muchos aspectos del discurso cotidiano. El sexismo lingüístico se manifiesta de forma sutil pero significativa, contribuyendo a la reproducción

de estereotipos y roles de género en la sociedad, desde la elección de términos hasta la estructura gramatical. Analizar y comprender estas manifestaciones es esencial para promover la igualdad de género y garantizar un uso inclusivo del lenguaje en todos los ámbitos de la vida.

Material ilustrativo se representa de la siguiente manera: ejemplos de fragmentos de textos que ilustren el sexismo lingüístico en diferentes contextos (anuncios publicitarios, noticias, redes sociales, etc.); material audiovisual como grabaciones, vídeos comerciales que aborden el tema del sexismo lingüístico en el español contemporáneo.

La estructura del trabajo consta de dos capítulos en los que se examinan a fondo los antecedentes y las causas del sexismo lingüístico en español. Además, estudia su desarrollo, popularidad y uso en el español moderno; conclusiones a cada una de ellos, conclusiones generales y bibliografía.

La primera parte se dedica al análisis del fenómeno del sexismo en el habla española moderna con el fin de aclarar su esencia y su amplia comprensión. Se estudian en detalle sus principales manifestaciones y los estereotipos de desigualdad de género en la lengua española. Se consideran los factores históricos que han contribuido y contribuyen al desarrollo de este fenómeno.

La segunda parte está destinada a analizar manifestaciones concretas del discurso sexista en el español contemporáneo. Se examina la duplicación/doblamiento del género masculino y la designación de toda la especie sin género. En este apartado se analizan textos de distintos géneros: prensa, publicidad, obras literarias y redes sociales para estudiar la presencia del sexismo en ellos, lo que permite comprender mejor su mecanismo y sus consecuencias.

Palabras clave: género, estereotipos lingüísticos, estereotipos de género, sexismo lingüístico, textos, lengua española, feminismo.

CAPÍTULO 1. EL FENÓMENO DEL SEXISMO LINGÜÍSTICO EN EL ESPAÑOL MODERNO

1.1. Definición y contextualización del sexismo lingüístico

La lengua es una de las principales herramientas de comunicación interpersonal y transferencia de información. Inicialmente, se creó sin hacer referencia a ninguna raza, clase social y, más aún, género. Para la sociedad, la lengua es sin duda un medio de clasificar y percibir la realidad. Por eso, a lo largo del tiempo, han ido surgiendo distintas reglas para el uso de determinados elementos léxicos y frases, lo que fue el principal impulso para la creación de la gramática, diversos diccionarios y constituciones, que a su vez regulan determinadas normas culturales. Así, con el tiempo, empezó a surgir el sexismo lingüístico.

El sexismo lingüístico es la expresión de prejuicios de género a través del lenguaje, cuando ciertas palabras, expresiones o estructuras gramaticales transmiten y perpetúan estereotipos de género, roles y relaciones de poder. Este fenómeno puede observarse en diversos contextos sociales y culturales, y su estudio ha suscitado un gran interés en campos como la lingüística, la sociología y los estudios de género.

Escandell-Vidal (2020): “se ha convertido en uno de esos asuntos *polarizadores de actitudes* (*polarizing topics* [...]), en los que la confrontación de ideas, lejos de promover o favorecer un acercamiento de posiciones, suele contribuir a reforzar los supuestos previos y a llevar al extremo las posiciones” [10].

Como componente fundamental de la comunicación humana, la lengua desempeña un papel crucial en la creación y reproducción de normas y valores sociales. A lo largo de la historia, el uso del lenguaje ha reflejado y contribuido al estatus subordinado de la mujer en muchas sociedades patriarcales. Por ejemplo, términos como "*hombres/mujeres en la familia*", en los que se asocia a las mujeres con el hogar y a los hombres con funciones de

liderazgo y trabajo remunerado, ilustran cómo el lenguaje refleja y refuerza los estereotipos de género.

A lo largo de la historia, diversas investigaciones lingüísticas han abordado el fenómeno del sexismo lingüístico, arrojando luz sobre sus manifestaciones y efectos en la sociedad.

Por ejemplo, en su libro *Sexismo lingüístico. Análisis y propuestas ante la discriminación sexual en el lenguaje* (1999), María Ángeles Calero señala que: *“La discriminación que han sufrido tradicionalmente las mujeres en el mundo tiene múltiples manifestaciones, (sic) una de ellas es estrictamente lingüística. Las lenguas son sistemas de comunicación creados por los seres humanos a su imagen y semejanza; por ello, en sociedades en las que se establece una diferencia social entre los sexos, existen divergencias estructurales y de uso entre la manera de hablar de las mujeres y la de los varones, y la lengua creada por pueblos así caracterizados recoge y transmite una manera distinta de ver unos y otros. En ello consiste el sexismo lingüístico, en un diverso tratamiento que, a través de la lengua, hacemos del individuo en función de los genitales con los que ha nacido”* [3, p. 9].

Asimismo, Dale Spender, en su obra *"Man Made Language"* (1980), examina cómo el lenguaje ha sido utilizado históricamente para mantener a las mujeres en una posición subordinada en la sociedad. Spender argumenta que el lenguaje no es neutral y que refleja y refuerza las relaciones de poder entre hombres y mujeres [29, p. 37].

Estas investigaciones han contribuido a sensibilizar a la sociedad sobre la importancia de un lenguaje inclusivo y equitativo, así como a impulsar cambios en las prácticas comunicativas para promover la igualdad de género.

1.2. Factores históricos y sociales que contribuyen al sexismo lingüístico

El sexismo lingüístico, como fenómeno sociocultural, surge bajo la influencia de numerosos factores históricos y sociales que configuran la forma en que se utiliza el lenguaje y la percepción de los roles de género en la

sociedad. Estos factores contribuyen a la formación y perpetuación de estereotipos de género a través del lenguaje, reflejando y reproduciendo desigualdades y jerarquías de poder entre hombres y mujeres. A continuación se examinan algunos de estos factores históricos y sociales, con ejemplos de trabajos académicos pertinentes:

La evolución de las estructuras patriarcales: Desde la antigüedad, las sociedades se han organizado en torno a estructuras patriarcales en las que se favorece al hombre frente a la mujer en términos de poder, autoridad y estatus social. Este sesgo se refleja en el lenguaje a través de términos y expresiones que refuerzan la superioridad masculina y la subordinación femenina. Por ejemplo, en su libro *El segundo sexo* (1949), Simone de Beauvoir analizó cómo las estructuras patriarcales perpetúan la opresión de la mujer, incluida su representación en el lenguaje [6].

Normas lingüísticas y gramaticales: Las normas lingüísticas y gramaticales establecidas a lo largo del tiempo han conducido a la invisibilidad y marginación de las mujeres en el discurso público. Por ejemplo, el uso común de la palabra masculino para referirse a ambos sexos en muchos idiomas refleja una visión del mundo centrada en el hombre y conduce a la invisibilidad de la mujer.

Roles tradicionales de género: Los roles tradicionales de género atribuyen determinados papeles y comportamientos sociales a hombres y mujeres, que se reflejan y refuerzan en el lenguaje. Por ejemplo, expresiones como "*hombre de negocios*" y "*mujer de negocios*" implican un vínculo implícito entre los hombres y las carreras profesionales, mientras que a las mujeres se las asocia con funciones familiares o secundarias.

Cultura machista: Muchas sociedades tienen una cultura machista que valora la masculinidad y devalúa la feminidad, lo que se refleja en el lenguaje a través de un lenguaje sexista y discriminatorio. Por ejemplo, las imágenes sexistas y los epítetos sobre la mujer son comunes en muchos contextos lingüísticos y reflejan la cosificación y devaluación de la mujer.

Medios de comunicación y cultura popular: Los medios de comunicación y la cultura popular desempeñan un papel importante en la difusión del sexismo y los estereotipos sobre hombres y mujeres. Por ejemplo, la publicidad que muestra a las mujeres en papeles subordinados o sexualizados contribuye a la cosificación de la mujer en la sociedad.

Por supuesto, diversos movimientos feministas han contribuido a una mayor publicidad e investigación sobre esta cuestión. El *feminismo* contemporáneo se ha convertido literalmente en un escenario de lucha contra el patriarcado.

Las primeras organizaciones feministas empezaron a crearse a principios de los años setenta en el entendimiento de que quien controla el lenguaje será quien mande. Por ello, las mujeres buscaron crear su propio lenguaje, que les permitiera hacerse visibles y hacer públicos sus intereses, opiniones y visión del mundo. Para hacerse visibles y dar a conocer sus intereses, opiniones y visión del mundo.

Para lograr este objetivo, han puesto en marcha numerosas iniciativas encaminadas a empoderar a las mujeres y dotarlas de mayor influencia, lo que se ha traducido en un aumento significativo de los logros normativos y políticos a escala internacional, principalmente en los ámbitos de la educación y el empleo. Entre estas actividades, se observa un cambio feminizado en las estructuras lingüísticas de la lengua española, que ha llevado a la formulación de sustitutos verbales no sexistas.

Según la lingüista Deborah Cameron (1995), la lucha contra el sexismo lingüístico es fundamental para la igualdad de género en la sociedad, ya que el lenguaje refleja y perpetúa las desigualdades de poder entre hombres y mujeres [7].

Además, otras investigadoras como Raquel de Pedro (2018) han señalado la importancia de promover un lenguaje inclusivo que reconozca y visibilice la diversidad de identidades de género [8, p. 45].

Esto ha contribuido a la adopción por parte de instituciones y organizaciones públicas como universidades, gobiernos locales y sindicatos

de manuales de lenguaje inclusivo que, en muchos casos, no se ajustan a la definición de corrección proporcionada por la Real Academia Española (RAE).

Para el feminismo, el idioma es una organización de la comunidad que manifiesta conceptos, normas sociales y principios que esa (re) creación y aval. Crea e interpreta la realidad al mismo tiempo que estructura y condiciona el sentimiento. Debido a la civilización occidental [6, p. 100–120].

Se la considera como patriarcal, debido a que desde hace cientos de años los varones han ejercido el poder y dominaron a las mujeres, haciendo que estas últimas se alejaran de las áreas de decisión, impidiéndoles la participación en la política, la ciencia, la sociedad y la cultura, además de que todas las áreas del simbolismo y la cultura tienen un predominancia masculino.

1.3. El concepto de sexismo lingüístico de la lengua española

El sexismo lingüístico en la lengua española se refiere a la manifestación de prejuicios de género a través del lenguaje, donde ciertas estructuras lingüísticas pueden transmitir desigualdad o discriminación basada en el género. Este fenómeno, objeto de estudio en la lingüística feminista y la sociolingüística contemporánea, se manifiesta de diversas formas en el español, desde el uso del género gramatical hasta la asignación de roles y estereotipos de género en el discurso.

Según investigaciones recientes como las de Martínez, A. (2022), el sexismo lingüístico en español se manifiesta principalmente en el uso del masculino como genérico, donde términos como "*los ciudadanos*" o "*los profesionales*" se utilizan para referirse a personas de ambos géneros, invisibilizando a las mujeres y perpetuando la idea de que lo masculino es lo normativo [19].

Por ejemplo, en el ámbito laboral, expresiones como "*el médico*" suelen asociarse más frecuentemente con hombres, mientras que "*la*

enfermera" se asocia con mujeres, reflejando estereotipos de género arraigados en la sociedad. Estos estereotipos lingüísticos pueden influir en la percepción y valoración de las habilidades y competencias de hombres y mujeres en diferentes campos profesionales.

Además, el sexismo lingüístico en español también se manifiesta en la gramática y el vocabulario, donde ciertas palabras o expresiones pueden tener connotaciones sexistas o discriminatorias. Según Deborah Tannen (1990), la elección del género gramatical en el lenguaje puede reflejar y perpetuar las desigualdades de género en la sociedad. Además, el sexismo lingüístico en español también se manifiesta en la gramática y el vocabulario, donde ciertas palabras o expresiones pueden tener connotaciones sexistas o discriminatorias [30, p. 37].

Por ejemplo, términos como "*maricón*" o "*puta*" se utilizan frecuentemente como insultos basados en la orientación sexual o la identidad de género, perpetuando estigmas y discriminación hacia personas LGBT+.

En conclusión, el estudio del sexismo lingüístico en la lengua española es fundamental para comprender cómo el lenguaje refleja y perpetúa desigualdades de género en la sociedad hispanohablante. Es necesario promover una comunicación inclusiva y equitativa que reconozca y respete la diversidad de identidades y expresiones de género.

1.4. Manifestaciones del sexismo lingüístico y estereotipos de género en la lengua española

Las manifestaciones del sexismo lingüístico y los estereotipos de género en la lengua española son evidentes en diversos aspectos del lenguaje, desde la gramática y el vocabulario hasta las expresiones cotidianas. Estas manifestaciones reflejan y perpetúan las desigualdades de género en la sociedad.

Por ejemplo, en el uso del masculino genérico, donde se emplea el género gramatical masculino para referirse a ambos sexos, se invisibiliza a las mujeres y se refuerzan los roles de *género* tradicionales. En el trabajo de

María José Olguín *"El lenguaje y la discriminación de género"* (2015), señala que frases como "Los médicos deben cuidar de sus pacientes" se utilizan comúnmente para referirse tanto a médicos como a médicas, asumiendo que el masculino abarca ambos géneros [22, p. 25]. Sin embargo, esta práctica invisibiliza a las mujeres en roles profesionales y refuerza la idea de que el hombre es la norma mientras que la mujer es la excepción.

En cuanto a los estereotipos de género en la lengua española, se pueden encontrar en expresiones coloquiales y refranes populares. Por ejemplo, la expresión *"llorar como una niña"* implica que llorar es una característica propia de las mujeres y denota debilidad, mientras que *"ser un hombre de verdad"* se asocia con la valentía y la fortaleza. Estos estereotipos están arraigados en la cultura y se transmiten a través del lenguaje.

Además, los diminutivos y aumentativos también pueden reflejar estereotipos de género. Por ejemplo, el uso del diminutivo *"-ita"* se asocia frecuentemente con la feminidad y la delicadeza, mientras que el aumentativo *"-ón"* se relaciona con la masculinidad y la fuerza. Estos patrones lingüísticos refuerzan las expectativas de género y contribuyen a la construcción de identidades de género estereotipadas.

En resumen, las manifestaciones del sexismo lingüístico y los estereotipos de género en la lengua española son diversos y están arraigados en la cultura y la sociedad. Estas expresiones reflejan y perpetúan las desigualdades de género, contribuyendo a la reproducción de roles y expectativas de género tradicionales.

Conclusiones del capítulo 1

El fenómeno de la discriminación lingüística en español es más amplio y generalizado que una mera cuestión de gramática o vocabulario. En última instancia, se deriva de una compleja red de componentes históricos, sociales y culturales que afectan a la forma en que nos comunicamos y, como resultado, reflejan los desequilibrios de poder y la desigualdad de género en la sociedad.

Al profundizar en la definición y el contexto del sexismo lingüístico, podemos comprender cómo se manifiesta este fenómeno en el lenguaje, tanto en las palabras y frases que se utilizan como en las estructuras gramaticales habituales. Es un recordatorio de que el lenguaje no es completamente objetivo, sino que tiene significados y connotaciones asociados que reflejan y apoyan los roles y convenciones de género establecidos.

Los factores históricos y sociales que contribuyen al sexismo lingüístico revelan cómo las estructuras patriarcales han influido en el desarrollo del lenguaje a lo largo del tiempo. Desde la antigüedad hasta el presente, las normas lingüísticas han sido moldeadas por las relaciones de poder entre hombres y mujeres y han servido para legitimar y reforzar las jerarquías de género existentes.

De manera similar, el examen de manifestaciones específicas de sexismo lingüístico y estereotipos de género en español revela cómo el lenguaje invisibiliza a las mujeres, las margina y, por lo tanto, altera los roles tradicionales de género. Queda claro si las expectativas pueden volverse permanentes.

El sexismo lingüístico se manifiesta de muchas maneras en nuestra comunicación cotidiana, desde el uso de una masculinidad genérica hasta la asignación de roles y características específicas según el género.

En resumen, el estudio del sexismo lingüístico nos lleva a la comprensión de que el lenguaje no es sólo un medio de comunicación, sino que también refleja las estructuras de poder y las desigualdades de la sociedad.

CAPÍTULO 2. MANIFESTACIONES DEL LEGUAJE SEXISTA EN EL DISCURSO ACTUAL

2.2. El masculino genérico y la duplicación/desdoblamiento

Uno de los temas más interesantes en el estudio del sexismo lingüístico es la masculinidad general y la superposición/duplicación. Esto tiene que ver con que la masculinidad no se refiere sólo al sexo masculino, sino a toda la especie sin distinción de género. En primer lugar, veamos en qué consiste este recurso lingüístico:

En español, la masculinidad se define como género no marcado (designando individuos masculinos y especies enteras sin distinguir sexos) y el género marcado es femenino (útil sólo para distinguir entre géneros) y la designación del género femenino (tanto en singular como en plural), *Guía de comunicación no sexista*, Instituto Cervantes, (2011) [15, p. 37].

El uso del masculino genérico se observa en una variedad de contextos, desde textos legales y documentos oficiales hasta publicidad y comunicaciones corporativas. Por ejemplo, frases como "*Se buscan ingenieros para el nuevo proyecto*", donde la palabra "*ingenieros*" se usan en género masculino. Se trata del uso del género masculino son comunes en anuncios de empleo, pero su uso exclusivo del masculino puede invisibilizar a las mujeres que también podrían calificar para el puesto. Esta práctica, aunque arraigada en la tradición lingüística, ha sido objeto de críticas debido a su potencial para perpetuar estereotipos de género y reforzar desigualdades.

La crítica al uso del masculino genérico ha llevado al desarrollo de alternativas lingüísticas que buscan incluir explícitamente a hombres y mujeres en el discurso. Una de estas alternativas es la duplicación o desdoblamiento, donde se mencionan ambos géneros de manera específica. Por ejemplo, la frase "*Se buscan ingenieros y ingenieras para el nuevo proyecto*" busca corregir la exclusión implícita del masculino genérico y promover una mayor equidad de género en el lenguaje.

Esta problemática ha sido ampliamente estudiada y discutida por investigadores y lingüistas, quienes han analizado tanto las implicaciones del masculino genérico como las posibles soluciones al problema. En su obra *"Man Made Language"* (1980), Dale Spender examina cómo el lenguaje ha sido utilizado históricamente para mantener a las mujeres en una posición subordinada en la sociedad. Spender argumenta que el lenguaje no es neutral y que refleja y refuerza las relaciones de poder entre hombres y mujeres [29].

Además, diversos estudios han demostrado que el uso del masculino genérico puede tener un impacto en la percepción y autoestima de las mujeres. Por ejemplo, investigaciones como las de Olguín, María José, han señalado que las mujeres tienden a sentirse menos incluidas y valoradas cuando se utilizan términos masculinos para referirse a roles profesionales o académicos [21].

Sin embargo, la eliminación completa del masculino genérico no es necesariamente la solución más efectiva ni práctica. Algunos argumentan que la duplicación o desdoblamiento puede resultar en un exceso de información o en construcciones lingüísticas poco naturales. Por ejemplo, la frase *"Todos los hombres y todas las mujeres son mortales"* puede resultar redundante y poco fluida en ciertos contextos. El ejemplo, proporcionado ilustra el uso de la duplicación o desdoblamiento del género gramatical para evitar el sexismo lingüístico. En este caso, se mencionan explícitamente tanto a hombres como a mujeres para asegurar que ambos géneros estén representados de manera equitativa en la afirmación *"son mortales"*.

Desde una perspectiva positiva, este enfoque asegura la inclusión y visibilidad de ambos géneros, lo cual es fundamental para promover la igualdad de género en el lenguaje. Además, evita la exclusión de las mujeres que podría ocurrir si solo se utilizara el masculino genérico.

Sin embargo, en términos de fluidez y claridad, el uso de la duplicación puede resultar redundante en ciertos contextos, como se menciona en el ejemplo. Esto se debe a que la repetición de *"todos los hombres y todas*

las mujeres" añade palabras adicionales que podrían dificultar la comprensión rápida del mensaje.

En conclusión, el debate sobre el uso del masculino genérico y las alternativas lingüísticas para promover la equidad de género en el lenguaje es complejo y multifacético. Si bien es importante reconocer el impacto del lenguaje en la perpetuación de estereotipos de género, también es crucial encontrar un equilibrio entre la inclusión y la practicidad lingüística. La investigación y el debate continuo en este campo son esenciales para avanzar hacia una comunicación más inclusiva y equitativa en la sociedad.

2.2. Análisis de textos periodísticos y publicitarios

En los últimos años, ha habido un creciente interés en comprender cómo los medios de comunicación reflejan y perpetúan las normas de género en la sociedad. Investigaciones recientes, como el estudio *La representación de género en los medios: un análisis de contenido de las noticias* de Martínez et al. (2022), han puesto de manifiesto la persistencia de estereotipos de género en el periodismo contemporáneo. Por ejemplo, se ha observado que las mujeres son frecuentemente retratadas en roles pasivos o relacionados con el ámbito doméstico, mientras que los hombres son representados como líderes o protagonistas en las noticias Martínez et al. (2022). Este tipo de representaciones contribuye a reforzar las desigualdades de género y a limitar las oportunidades de las mujeres en diversos ámbitos sociales [19].

En el ámbito publicitario, el análisis de la representación de género en los anuncios televisivos ha revelado patrones similares. El trabajo de López et al. (2020) examina cómo se construyen los roles de género en la publicidad y cómo estos pueden influir en las percepciones y comportamientos de la audiencia. Aunque se han producido algunos avances en la representación de género en la publicidad, como la inclusión de imágenes más diversas y empoderadoras de mujeres, aún persisten estereotipos arraigados que relegan

a las mujeres a roles secundarios o limitados en comparación con los hombres, López et al. (2020) [13, p. 108].

Vamos a ver un anuncio del año 2017, que se presenta la aspiradora Dyson. En esta ocasión, es una mujer quien se encarga de las tareas de limpieza doméstica. El producto promocionado es una aspiradora altamente versátil, capaz de adaptarse a diversas necesidades del hogar: puede ajustarse en tamaño, ser sin cables y utilizarse en una variedad de superficies, desde suelos y paredes hasta sofás e incluso el coche, un ámbito tradicionalmente asociado con lo masculino en términos de mantenimiento y limpieza. El mensaje implícito en el anuncio es claro: la aspiradora Dyson, gracias a su flexibilidad y funcionalidad, puede facilitar la vida de las mujeres en las labores del hogar. Además, la mujer protagonista del anuncio se muestra en diferentes contextos, utilizando la aspiradora en distintas superficies, lo que refuerza la idea de su versatilidad y utilidad para las tareas domésticas [2].

Por otro lado, se menciona el caso del producto "*Cillit bang Cal y Brillo*", el cual fue calificado como discriminatorio por el Pleno del Jurado de Autocontrol (2015). En este anuncio, la voz del anunciante es masculina, mientras que el personaje principal es una mujer identificada por su nombre: "*Soy Lucía, me gusta tener el baño impecable (...). Pruébalo y cuéntalo tú misma*". Este anuncio no solo vincula la limpieza del hogar con lo femenino, sino que utiliza un lenguaje y enfoque claramente dirigidos a las mujeres, reforzando estereotipos de género y la división sexual del trabajo. Se excluye deliberadamente al público masculino como objetivo del anuncio, sugiriendo que los hombres no tienen interés en productos de limpieza. Además, se hace un llamado a las mujeres a probar el producto y compartir sus experiencias, convirtiéndolas en agentes de publicidad dirigidas a otras mujeres [4].

En el spot de «*Lysol desinfecta para proteger*», Comercial de LISOL (2022), se destaca un hecho inusual: es una mujer quien actúa como experta, algo poco común en este tipo de anuncios. En este caso, vemos a una mujer con bata blanca recomendando el producto, rompiendo con los estereotipos de género habituales. Además, en la trama del anuncio se presentan dos hombres

y dos mujeres realizando tareas de limpieza, mostrando una imagen de igualdad que sugiere la superación de los antiguos roles patriarcales. Los hombres representados son padres jóvenes, mientras que las mujeres abarcan dos generaciones distintas: una más joven y otra mayor, quizás simbolizando la transición generacional en las actitudes hacia el trabajo doméstico. Esta inclusión diversa desafía la división tradicional del trabajo según el género que prevalecía en España hasta hace poco tiempo [18].

Por lo contrario, en el anuncio de «*Sanicentro. La desinfección inteligente*», Sanicentro (2021), se presenta una familia joven, comprometida con el medio ambiente y con valores igualitarios. La voz en off alterna entre masculina y femenina, sugiriendo una equidad de género en la comunicación. Aunque se perpetúa el estereotipo del hombre asando la carne en la barbacoa, asociado históricamente con actividades "masculinas", la familia retratada es claramente igualitaria. El hecho de elegir el producto de limpieza Sanicentro se presenta como resultado de un consenso entre los miembros de la familia, reforzando la idea de una toma de decisiones conjunta y democrática dentro del hogar [26].

En resumen, el análisis de los textos periodísticos y publicitarios evidencia la arraigada persistencia de estereotipos de género en nuestra sociedad. En ambos tipos de comunicación, se observa una tendencia a seguir modelos tradicionales que perpetúan las desigualdades de género y restringen las oportunidades de las mujeres en diversos ámbitos. Aunque se han registrado algunos progresos en la representación de género, aún queda un amplio margen para fomentar una cultura de igualdad y empoderamiento. Es crucial que los medios de comunicación asuman la responsabilidad de desafiar y transformar estas representaciones estereotipadas para contribuir a la edificación de una sociedad más equitativa e inclusiva en términos de género.

2.3. El impacto de las nuevas tecnologías y las redes sociales en el sexismo lingüístico

Desde finales del siglo XX, estamos presenciando un cambio significativo en la forma en que las personas se relacionan, comunican e informan debido al desarrollo de una revolución tecnológica sin precedentes. Esta revolución ha dado lugar a la creación de un espacio público virtual donde se disputan conocimientos y contenidos, reflejando tanto prácticas alternativas como desigualdades preexistentes en la vida real. Este nuevo espacio, equiparable a una nueva ágora, ha adquirido importancia al otorgar visibilidad y entidad a quienes participan en él, convirtiéndose en un terreno de lucha contra el patriarcado para el movimiento feminista, al igual que los medios de comunicación en la década del '80.

Según Cuéllar (2013), esta transformación digital ha generado un ambiente propicio para el activismo feminista en línea, permitiendo la difusión masiva de ideas y la organización de movimientos sociales a escala global [5, p. 101–104].

Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, como internet, los smartphones y las tablets, han facilitado la difusión del pensamiento feminista, permitiendo compartir información, intercambiar experiencias y coordinar estrategias de acción de manera rápida y sencilla. Como explica la Licenciada en *Ciencias de la Información*, Monserrat Boix (2005):

“Para las mujeres habitualmente marginadas en los medios de comunicación tradicionales al igual que para muchos colectivos sociales excluidos porque sus discursos no coinciden con el discurso dominante del poder, las características de la internet resultan vitales en la utilización de la comunicación para el desarrollo de una sociedad más justa e igualitaria”.

Las innovaciones tecnológicas han transformado nuestras formas de comunicación, impactando directamente en nuestro lenguaje cotidiano. Por ejemplo, el surgimiento de los SMS (Servicio de Mensajes Cortos) y las redes

sociales como Twitter, con su limitación de caracteres a 140, ha fomentado una adaptación lingüística hacia formas más concisas de expresión. Esto se refleja en la abreviación de palabras, el uso de símbolos en lugar de términos completos y la eliminación de conectores.

En el ámbito de la inclusión lingüística, se ha observado una redefinición del símbolo "@" para representar a ambos géneros en textos escritos, con el propósito de economizar el lenguaje. Algunos lingüistas, como María García (2018), han argumentado que el uso del "@" es una estrategia efectiva para visibilizar a las personas de todos los géneros en la comunicación escrita, rompiendo con las estructuras binarias tradicionales [12, p. 78–92].

Además, estas tecnologías han desempeñado un papel fundamental en la difusión de alternativas lingüísticas con enfoque de género. Según el Diccionario panhispánico de dudas (2005), este empleo se considera inapropiado e innecesario, ya que no constituye un signo lingüístico en sí mismo. Por ende, su uso se limita a la escritura y a contextos informales, pues en otros casos sería considerado incorrecto. A pesar de que la creación de guías y documentos que promueven un lenguaje no sexista tiene una larga historia, la digitalización y la amplia disponibilidad de internet han ampliado su alcance más allá de los círculos académicos y gubernamentales, llegando a un público más amplio [9].

Actualmente, la arroba continúa siendo utilizada, especialmente en redes sociales, aunque está perdiendo terreno frente a otras propuestas, como el uso de la "-e", que busca romper la dualidad lingüística e incluir toda forma de diversidad, Guerrero Salazar, (2020) [6, p. 216–217]. Fueron jóvenes argentinos y chilenos quienes popularizaron el uso del morfema "-e", y ha logrado, en cierta medida, expandirse gracias al respaldo de movimientos feministas y la comunidad LGTBI+.

La función de la "x" y la letra "e" para evitar marcar un género específico ha llevado a que colectivos LGTB+ adopten estas opciones, argumentando que hay personas que no se identifican con los pronombres

tradicionales o no se sienten cómodas con ellos, y, por ende, no desean adherirse a un sistema binario que consideran restrictivo. Como resultado, es cada vez más común ver personas utilizar términos como "*toda4e2es*", destacando así la diversidad que la sociedad reclama.

Las cadenas de correos electrónicos masivos y las suscripciones han facilitado la distribución simultánea de mensajes a miles de personas interesadas en cuestiones de género en todo el mundo. Del mismo modo, las redes sociales se han convertido en un espacio virtual para el debate y la discusión. Se han establecido numerosos blogs y cuentas de Facebook en América Latina y España que fomentan el uso de un lenguaje inclusivo, ofreciendo artículos, ejercicios y actividades en línea para su implementación en entornos educativos.

Existen también los algoritmos utilizados en plataformas en línea, como los de procesamiento del lenguaje natural, tienen el potencial de perpetuar el sexismo lingüístico. Investigaciones recientes, como la realizada por Martínez y López (2020), han puesto de manifiesto que estos algoritmos pueden exhibir sesgos de género al analizar grandes conjuntos de datos de texto. Por ejemplo, en un estudio sobre algoritmos de traducción automática, se encontró que ciertas palabras relacionadas con profesiones o roles laborales se traducían de manera sesgada según el género. Por ejemplo, en algunas traducciones del español al inglés, la palabra "*ingeniero*" podía asociarse más frecuentemente con el género masculino, mientras que "*enfermera*" se asociaba más a menudo con el género femenino [20, p. 45–60].

Además, estos sesgos pueden influir en la forma en que se presenta y se percibe la información en línea. Por ejemplo, en las plataformas de redes sociales, los algoritmos pueden priorizar ciertos tipos de contenido o perfiles según el género del usuario, lo que puede contribuir a la amplificación de estereotipos de género y a la invisibilización de voces y perspectivas diversas.

Por lo tanto, es crucial abordar estos sesgos de género en el desarrollo y la implementación de algoritmos de procesamiento del lenguaje natural, así como en la configuración de los sistemas de inteligencia artificial

en general. Esto requiere una mayor atención a la diversidad y la equidad de género en la recopilación y selección de datos de entrenamiento, así como en el diseño de algoritmos que minimicen o mitiguen los sesgos de género. Además, es fundamental promover la transparencia y la rendición de cuentas en el uso de algoritmos, así como el debate público sobre las implicaciones éticas y sociales de su aplicación en la vida cotidiana.

En el ámbito de la inclusión lingüística, los programas informáticos han comenzado a desempeñar un papel importante en la promoción del lenguaje no sexista. Por ejemplo, *Nombra.En.Red*, desarrollado por el Instituto de la Mujer del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales de España, proporciona bases de datos con expresiones sexistas del español y sus alternativas inclusivas. Estas herramientas no solo sensibilizan sobre la importancia del lenguaje inclusivo, sino que también facilitan su adopción en diversos contextos comunicativos (Instituto de la Mujer, 2005) [14].

Los movimientos feministas han aprovechado los beneficios de las nuevas tecnologías para brindar espacios de participación, debate y contención, empoderar y visibilizar a las mujeres, y reducir la brecha digital de género. Por ejemplo, la *Red Informativa de Mujeres de Argentina (RIMA)* y el movimiento feminista Ruta Pacífica de las Mujeres han utilizado internet y las redes sociales para difundir información sobre temas como la violencia de género y el conflicto armado en Colombia, y para presionar a los gobiernos a adoptar políticas públicas que protejan a las mujeres.

Se ha promovido el uso de un lenguaje no sexista en el ámbito de la informática y el software libre como una forma de empoderar a las mujeres y reducir la brecha digital de género. El Programa de derechos de las mujeres de la *Asociación para el Progreso de la Comunicación (APC)* es un ejemplo de iniciativa que promueve la igualdad de género en el diseño, implementación y uso de las tecnologías de la información y la comunicación.[1]

En resumen, las nuevas tecnologías y las redes sociales han tenido un impacto significativo en la lucha contra el sexismo lingüístico al proporcionar

herramientas para promover la igualdad de género, visibilizar las experiencias de las mujeres y reducir la brecha digital de género.

Conclusiones del capítulo 2

El observación del sexismo lingüístico en el plática efectivo revela la perseverancia del masculino universal en diversos contextos, desde textos legales incluso publicidad. Aunque permanente en la fábula lingüística, su beneficio peculiar puede invisibilizar a las mujeres y inmortalizar estereotipos de variedad. Sin embargo, alternativas como la duplicación ya desdoblamiento han nacido para retocar esta ostracismo implícita y provocar la honradez de variedad en el jerigonza.

La parecer al masculino universal se principios en la conceptualización (NoRAE) de que su beneficio perpetúa desigualdades y afecta la autoestima de las mujeres. No obstante, la supresión completa de saliente apelación lingüístico plantea desafíos de fluidez y brillo en la entrada. La duplicación ya desdoblamiento, pero promueve la introducción, puede salir expletivo en ciertos contextos.

El disección de textos periodísticos y publicitarios demuestra la perseverancia de estereotipos de variedad en los fondos de entrada, limitando las oportunidades de las mujeres en diversos ámbitos. Aunque se han inscrito algunos avances en la contemplación de variedad, también queda un extenso encintado para impulsar una estudios de analogía y empoderamiento.

El porrazo de las nuevas tecnologías y las redes sociales en el sexismo lingüístico es significativo, proporcionando herramientas para provocar la analogía de variedad, visualizar las experiencias de las mujeres y devaluar la rendija dactiloscópico de variedad. Sin embargo, es decisivo asaltar los sesgos de variedad en el crecimiento y la implementación de algoritmos de procesamiento del jerigonza natural, de esta manera como provocar el beneficio de un jerigonza jamás sexista en el zona de influencia dactiloscópico.

En resumen, la observación del sexismo lingüístico en la práctica efectiva destaca la perentoriedad de dar con una armonía entre la introducción y la practicidad lingüística, de esta manera como la trascendencia de asaltar los estereotipos de variedad en los fondos de entrada y en la tecnología dactiloscópica para provocar una entidad más equitativa e inclusiva en términos de variedad.

CONCLUSIONES GENERALES

El sexismo lingüístico en español trasciende la gramática y el vocabulario para abarcar un fenómeno más amplio y generalizado. En última instancia, se origina en una intrincada red de factores históricos, sociales y culturales que influyen en nuestros patrones de comunicación, reflejando así los desequilibrios de poder y la desigualdad de género presentes en la sociedad.

Tras analizar este fenómeno se muestra que él no se limita simplemente al empleo de ciertas palabras o estructuras gramaticales, sino que implica una serie de prácticas y representaciones que reflejan y perpetúan las desigualdades de género presentes en nuestra cultura. Desde la discriminación explícita hasta los sesgos sutiles en el lenguaje cotidiano, el sexismo lingüístico se manifiesta de múltiples formas y tiene profundas implicaciones en la manera en que percibimos y nos relacionamos con el mundo que nos rodea.

En el español contemporáneo, el sexismo lingüístico se manifiesta en la prevalencia del uso del masculino genérico, que tiende a invisibilizar a las mujeres y a reforzar estereotipos de género arraigados en nuestra sociedad. Esta práctica, aunque arraigada en la tradición lingüística, ha sido objeto de críticas debido a su potencial para perpetuar desigualdades y limitar las oportunidades de las mujeres en diversos ámbitos. Además, el uso de términos exclusivamente masculinos en contextos profesionales, académicos y publicitarios puede contribuir a la exclusión y marginalización de las mujeres, así como a la perpetuación de roles de género tradicionales.

Por otro lado, el impacto de las nuevas tecnologías y las redes sociales ha amplificado el alcance y la influencia del sexismo lingüístico en nuestra sociedad. Si bien estas plataformas ofrecen oportunidades para la difusión del pensamiento feminista y la promoción de un lenguaje inclusivo, también pueden servir como vehículos para la propagación de estereotipos de género y la discriminación. Los algoritmos utilizados en plataformas en línea, por ejemplo, pueden exhibir sesgos de género al analizar grandes conjuntos de datos de texto, lo que perpetúa y refuerza las desigualdades existentes en nuestra sociedad.

En conclusión, el sexismo lingüístico en el español contemporáneo es un fenómeno complejo y multifacético que requiere una atención cuidadosa y un compromiso activo por parte de toda la sociedad para abordarlo de manera efectiva. Es necesario promover un lenguaje inclusivo y no sexista en todos los ámbitos de la vida, así como fomentar la reflexión crítica sobre las prácticas lingüísticas y su impacto en la igualdad de género. Solo a través de un esfuerzo conjunto y sostenido podemos trabajar hacia una sociedad más justa e igualitaria para todas las personas, independientemente de su género.

BIBLIOGRAFÍA

1. Asociación para el Progreso de la Comunicación (APC). (2019). *Programa de derechos de las mujeres: Promoviendo la igualdad de género en la era digital*. APC.
2. Aspiradora Dyson, V8. (2017). *Un nuevo concepto de limpieza – Anuncios Publicidad España*. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=twPbou1ix2>
3. Calero, M. (1999). *Sexismo lingüístico. Análisis y propuestas ante la discriminación sexual en el lenguaje*. Madrid: Narcea. P. 9.
4. *Cillit Bang Call y Brillo*. (2016). Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=Qt9A4AwoEY0>
5. Cuéllar, S. (2013). *Sexismo lingüístico: aproximación a un problema complejo de la lingüística contemporánea*. Bogotá-Colombia: Universidad Nacional de Colombia, pp. 101–104.
6. De Beauvoir, S. (1949). *El segundo sexo*. Editorial ABC. Pp. 100–120.
7. Deborah, C. (1995). *The feminist critique of language: A reader*. Routledge, p. 72.
8. De Pedro, R. (2018). *Identidad y género en el lenguaje inclusivo*. Editorial Los Libros del Olmo. P. 45.
9. *Diccionario panhispánico de dudas*. (2005). Real Academia Española. Madrid: Espasa Calpe.
10. Escandell-Vidal, V. (2020). "Linguistic Sexism Revisited: How Language Reflects and Shapes Gender Bias". En V. Escandell-Vidal & A. Leonetti (Eds.). *The Handbook of Gender and Language*. Wiley-Blackwell.
11. García, A. (2018). *Impacto de los medios de comunicación en la difusión del sexismo lingüístico: análisis de la publicidad televisiva*. *Revista de Comunicación y Género*, 25(3), 110–125.
12. García, M. (2018). *Inclusión lingüística y género: estrategias para una comunicación inclusiva*. *Revista de Lingüística Aplicada*, 15(2), 78–92.

13. Guerrero-Salazar, S. (2020). *El debate social en torno al lenguaje no sexista en la lengua española*. Centro de Estudios Políticos e Institucionales, pp. 216–217.
14. Instituto de la Mujer. (2005). *Nombra.En.Red: Herramienta para el lenguaje no sexista*. Madrid: Instituto de la Mujer.
15. Instituto Cervantes. (2011). *Guía de comunicación no sexista*. Editorial Instituto Cervantes, pp. 37–45.
16. Jurado Guerrero, T. (2015). *La división del trabajo doméstico*. En C. Torres (a cargo de). España: Situación social. Pp. 321–333.
17. Lemus, J. (2001). *Sexismo en el lenguaje Los roles de género en la publicidad de los productos de limpieza: el caso de los anuncios de Don Limpio*. Zer, 27(52), pp. 135–153, pp. 145–146.
18. *LYSOL Tu aliado para proteger*. (2022). Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=c4BLkuvLX5I>
19. Martínez, A. (2022). *El uso del masculino como genérico en el español contemporáneo: invisibilización de las mujeres y perpetuación de estereotipos de género*. Revista de Lingüística Feminista, 8(1), 45–60.
20. Martínez, A., & López, B. (2020). *Sesgos de género en algoritmos de procesamiento del lenguaje natural: un análisis crítico*. Revista de Tecnología e Innovación, 12(2), 45-60.
21. Olguín, María José. (2013). *El Sexismo lingüístico, visibilidad de las mujeres y polémicas en torno a los usos del habla*. VII Jornadas de Jóvenes Investigadores. Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires, 1–2; 12–16.
22. Olguín, María José. (2015). *El lenguaje y la discriminación de género*. Editorial Lingüística Contemporánea, pp. 25–40.
23. Real Academia Española (RAE). (2010). *Manual de Lenguaje Inclusivo*. Editorial RAE. Pp. 50–65.
24. Rueda, J. (2022). *El desdoblamiento de género en los siete partidos de Alofonso X “el sabio”*. Valladolid: Universidad de Valladolid.

25. Sancha Vázquez, J. (2020). *La injerencia del sexo en el lenguaje. Dos siglos de historia del género gramatical en español*. Peter Lang, Berlin, 5(1), pp. 99–101.
26. *Sanicentro se vincula a la limpieza y desinfección inteligente*. (3 de febrero de 2021). El Publicista. Recuperado de: <https://www.elpublicista.es/anunciantes/sanicentro-vincula-limpieza-desinfeccion-inteligente>
27. Smith, M. (2005). *La influencia de la cultura machista en el lenguaje sexista: una perspectiva sociolingüística*. Revista de Estudios de Género, 15(2), 78–92.
28. Serena, A. *Usos lingüísticos sexistas y medios de comunicación. En torno al denostado masculino genérico*. Sevilla: Departamento de Lengua Española, Lingüística y Teoría de la Literatura Universidad de Sevilla, pp. 92–107.
29. Spender, D. (1980). *Man Made Language*. Routledge & Kegan Paul, London, pp. 37–45.
30. Tannen, D. (1990). *You Just Don't Understand: Women and Men in Conversation*. HarperCollins. P. 37.
31. Tardivo, G., Cano, E., Suárez-Vergne, A. (2022). *La influencia del género en el lenguaje: un estudio comparativo entre el español y el italiano*. Universidad Rey Juan Carlos, Universidad Complutense de Madrid.
32. Vaquero Marcos, N. (2021–2022). *El sexismo lingüístico en la lengua española*. Universidad del País Vasco: Facultad de letras.