



Proyecto INTERREG III B

Regions On Line
<http://www.caib.es/rol>
 MEDOC: 2002-02-3.4-E-090

Fichero: Doc-I.2-Manual
 paridad.doc
 Fecha: 21/06/2004

◆ **AUTOR**

Responsable: Ajuntament de Terrassa

◆ **DESCRIPCIÓN**

Actividad: B.I.2 – Paridad

Manual de comunicación no sexista

Versión: 1.0

◆ **ÍNDICE**

PRIMERA PARTE: INTRODUCCIÓN AL GÉNERO, CONCEPTOS PREVIOS 3

1. EL CICLO DE LA VIDA Y LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS 4

Preámbulo 4

SEGUNDA PARTE: MANUAL DE USO DE LENGUAJE NO SEXISTA..... 7

2. CASOS DE SEXISMO IMPLÍCITO: USOS DEL MASCULINO CON VALOR GENÉRICO 8

Usando el masculino solo cuando se refiere a los dos géneros a la vez 8

Con la concordancia entre los elementos de la frase 15

3. CASOS DE SEXISMO EXPLÍCITO: DISIMETRÍA EN LA MANERA DE TRATAR A HOMBRES Y MUJERES 17

Subordinación del género femenino al masculino..... 18

Trato de categoría asimétrico de hombres i mujeres..... 23

TERCERA PARTE: MANUAL DE USO DE IMAGEN DEMOCRÁTICA..... 28

4. CASOS DE SEXISMO IMPLÍCITO: USOS GENÉRICOS DEL MASCULINO Y OCULTACIÓN DEL FEMENINO 30

5. CASOS DE SEXISMO EXPLÍCITO: TRATO ASIMÉTRICO DE HOMBRES Y MUJERES ... 32

6. INVENTARIO DE FOTOS: EJEMPLOS Y CASOS..... 34

CUARTA PARTE: MOTORES, GENERADORES Y DIFUSORES DE PARIDAD 38

7. COLABORACIONES EXTERNAS 39

El género y la tecnología.....	39
La invisibilidad de las mujeres en las webs institucionales	40
<i>E-government</i> : "el gobierno es una conversación"	41
Dónde, cómo, quién y porqué del conocimiento	42
De los cambios en el lenguaje	44
Lo que piensan las mujeres.....	46
Los juegos multimedia desde la perspectiva de género	47
Reflexión sobre la mirada de género en los medios de comunicación.....	48
Buenas prácticas en comunicación.....	49
8. LINKS DE INTERÉS	50
Portales de las administraciones participantes	50
Portales administrativos modélicos analizados	50
Portales de interés sobre e-administración	50
Instituciones nacionales e internacionales	51
Centros de documentación y archivo	52
Mujeres, comunicación y tecnología.....	52
Sexismo en el lenguaje	53
9. BIBLIOGRAFÍA	54
ANEXO PARA RECORDAR...	56
10. INDICADORES PARA LA EVALUACIÓN DEL GRADO DE SEXISMO EN LAS WEBS	57
11. RECOMENDACIONES PARA ELABORAR WEBS PÚBLICAS MÁS CERCANAS A LA CIUDADANÍA.....	59
12. EVALUANDO LA PARIDAD EN LAS WEBS PÚBLICAS: ALGUNAS CONSIDERACIONES.....	61

**PRIMERA PARTE: INTRODUCCIÓN AL
GÉNERO, CONCEPTOS
PREVIOS**

1. EL CICLO DE LA VIDA Y LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

Preámbulo

En la última década numerosos estudios han puesto de manifiesto que no existen diferencias entre niñas y niños ante un ordenador. Hombres y mujeres nacemos con las mismas capacidades y motivaciones, y llegamos a las nuevas tecnologías en condiciones de igualdad.

Asimismo, se ha demostrado que, potencialmente, siempre y cuando se mantengan unos mismos niveles de formación y de experimentación, mujeres y hombres podemos llegar a obtener los mismos rendimientos y competencias de las TIC en la edad adulta, independientemente de cuál sea nuestro sexo. No existen diferencias de género en habilidades, autoconfianza, motivación, competencia y resultados, cuando unos y otras tenemos acceso a las mismas oportunidades.

Aún así, la realidad que vivimos es otra: las estadísticas demuestran que las mujeres seguimos en inferioridad en este campo.

- 1) Las mujeres todavía somos minoría en las universidades técnicas y excepción en los lugares de trabajo relacionados con la tecnología.
- 2) El peligro de la fractura digital y el riesgo a sufrir un analfabetismo contemporáneo ante los nuevos lenguajes digitales acecha aún a muchas mujeres en muchos lugares del mundo.
- 3) No es habitual la presencia de modelos femeninos en el campo de la informática que sirvan de referencia a las nuevas generaciones.
- 4) Los medios de comunicación y la publicidad dirigen sus contenidos científicos y tecnológicos a un usuario mayoritariamente masculino.

De este modo, la igualdad posible se vuelve desigualdad real. Si en otros momentos históricos la aparición de nuevos avances tecnológicos, como el teléfono o la máquina de escribir, fue motivo de ocupación y de proyección para muchas mujeres, y aparecieron nuevos oficios, como el de telefonista o el de mecanógrafa, no ha ocurrido lo mismo con la aparición de las nuevas tecnologías informáticas. Y es que el ordenador es mucho más que un teclado donde escribir al dictado, mucho más que una línea telefónica en una centralita..., un ordenador es una ventana abierta a la información y al mundo, una ventana a la cual todas las personas, mujeres y hombres, de todas las edades, origen i condición, deberían poder asomarse.

En lugar de ser esa ventana abierta a la información y al mundo, el trampolín, el mirador... las TIC se han convertido en un embudo que sólo permite el acceso en igualdad de condiciones a un número o muy reducido de mujeres.



El porqué de la desigualdad

Las diferencias de acceso y uso de las nuevas tecnologías entre mujeres y hombres ya hemos visto que no se deben a aptitudes ni a capacidades innatas. Un niño y una niña son potencialmente iguales ante las TIC a los 5 años, pero la igualdad se vuelve desigualdad a medida que chicas y chicos crecen. Es en la socialización donde aparece la diferencia. La razón principal de por qué las mujeres acceden con más dificultad a las nuevas tecnologías informáticas, es necesario buscarla en nuestra sociedad, concretamente:

- en la educación recibida
- en el contexto social, cultural
- en el entorno familiar

Aunque últimamente parece que van desapareciendo estas barreras en los colectivos más jóvenes, todavía son muchos los obstáculos que pueden hallar todas aquellas mujeres que deciden cursar estudios informáticos, dedicarse a la programación o al diseño de juegos de ordenador, etc. Desde la reticencia familiar, hasta la cultural que entiende la informática como un área básicamente masculina.

Existen unos **estereotipos sociales de género** que determinan la actitud de hombres y mujeres ante las TIC, así como el uso que hacen de ellas y los resultados que obtienen.

Afortunadamente ya ha pasado aquel tiempo en que se podía afirmar que el talento creador era patrimonio masculino, y la mujer no podía hacer más que interpretar mejor o peor este talento. Pero esta gran discriminación histórica todavía afecta a nuestra evolucionada cultura contemporánea.

En la actualidad, todavía se sigue asociando más al hombre a labores de crear-inventar-decidir (y a trabajos científicos y tecnológicos) y a la mujer, a labores de ejecutar- aplicar (como por ejemplo, la introducción de datos). En los chicos se fomenta desde muy jóvenes el espíritu competitivo (mediante juegos informáticos de emprender aventuras, de combatir, de batir marcas, de navegar en solitario...). A las chicas, en cambio, se les atribuye el espíritu cooperativo (y un pensamiento analógico, capaz de crear vínculos, de crear redes...).

Es cierto que hoy las mujeres tienen en el ordenador una herramienta de información y de comunicación on line, pero no olvidemos que TIC es igual a:

Tecnología + Información + Comunicación

Y que las mujeres que realizan ocupaciones relacionadas con las nuevas tecnologías lo hacen mayoritariamente en las áreas de información y de comunicación, y en cambio les es mucho más difícil acceder al ámbito tecnológico, donde predomina el perfil masculino.

Así pues, el ordenador es una herramienta que permite a las mujeres hallar y colgar información en la red. Es también una ventana abierta al diálogo: las mujeres se comunican on line, usan correo electrónico, chats, fórums, mantienen vínculos familiares y de amistad con personas de lugares lejanos, hacen compras y tramitaciones por internet, etc. Pero en lo referente a la tecnología, las TIC son todavía para muchas mujeres una puerta cerrada. Y es en el ámbito tecnológico donde se mueve más dinero y donde se deciden las estructuras de información. Si tenemos en cuenta que el

poder reside en el control de la jerarquización informativa y en la economía, las mujeres siguen mayoritariamente al margen de este poder: son usuarias de las TIC, pero no controlan el medio, ni están en él suficientemente representadas en la toma de decisiones, y a menudo quedan al margen de importantes sectores económicos del mercado laboral.

¿Cómo afrontar estas diferencias de uso y acceso?

El Ayuntamiento, como motor generador de igualdad entre ciudadanas y ciudadanos, puede afrontar estas diferencias participando en proyectos que traten las desigualdades sociales por razón de género de las dos maneras siguientes:

- 1) **Con un enfoque sectorial**, haciendo formación que garantice la navegabilidad y la competencia de las mujeres susceptibles de exclusión.
- 2) Pero también, yendo aún más allá, **con un enfoque transversal**, con el propósito de integrar *la cultura de la igualdad* en todos los ámbitos de la ciudadanía, contra la cultura real, discriminatoria y estereotipada. Todo ello, desde la *prevención* (educación) y la *democratización de los accesos* a todos los espacios y medios ciudadanos.

¿Desde qué plataformas se puede cambiar una sociedad?

Que un ayuntamiento asuma la labor específica de garantizar la igualdad de oportunidades de mujeres y hombres ante las nuevas tecnologías, y de democratizar la información que se dirige a la ciudadanía, se convierte en un paso preventivo modélico al cual deberán seguir muchos otros a nivel social e institucional.

El enfoque transversal consiste en este caso en mirarnos tecnología y TIC con gafas de género, es decir, desde una nueva perspectiva que integre el papel de la mujer, con el propósito de llegar mejor y tener más en cuenta las necesidades y los derechos del 50% de la ciudadanía.

Se trata de tener en cuenta el impacto diferenciado de las políticas y acciones comunitarias de las TIC sobre hombres y mujeres, en la preparación, aplicación y control de las mismas. Sólo de esta manera provocaremos un efecto multiplicador de la igualdad, y por tanto el acercamiento a un modelo de la sociedad más justo y acorde con los derechos fundamentales.

Y en el marco de las TIC, ¿cómo llegamos a la ciudadanía?

Las webs de la administración pública deben garantizar las mismas oportunidades de acceso, participación y representación a hombres y mujeres, y tener en cuenta que la ciudadanía son niñas y niños, jóvenes, personas adultas y gente mayor de ambos géneros, y que todos tienen que encontrar su lugar. Esto lo conseguiremos:

- Garantizando un uso democrático del lenguaje (estructura y jerarquía de los contenidos y forma lingüística)
- Garantizando un uso democrático de la imagen (diseño general, ilustraciones, fotografías...)

Y, en definitiva, teniendo en cuenta que el futuro, no está en la tecnología. Que el futuro está en la comunicación ciudadana.

SEGUNDA PARTE: **MANUAL DE USO DE LENGUAJE NO SEXISTA**

EL LENGUAJE NO ES EXCUSA

En lo referente al uso no sexista del lenguaje, cada persona ara aquello que *quiera* hacer, y en el código lingüístico hallará los recursos necesarios para visibilizar a las mujeres y evitar tratos excluyentes o discriminatorios.

Es cierto que el lenguaje es un código arbitrario con las limitaciones que la gramaticalidad impone, pero también es un código flexible y dúctil, en evolución constante, y que permite expresar cosas tan diversas como contenidos científicos o poéticos, ya sea creando neologismos para nombrar nuevos descubrimientos, en el caso del lenguaje científico, o transgrediendo la norma para acercarse a la emoción estética, en el caso del lenguaje poético.

A menudo las limitaciones que nos encontramos en el momento de buscar recetas para dar trato igualitario a mujeres y hombres, no son las del lenguaje como código, sino nuestras propias limitaciones como usuarios y usuarias de la lengua. No olvidemos que todo se puede expresar con palabras.

Continuamente, el lenguaje se renueva para dar nombre a nuevas realidades: así nacen palabras como chip, clonación; palabras para nuevas profesiones como enfermera o programador, y seguidamente programadora y enfermera... Nuevas realidades crean lenguaje. Pero, también, un nuevo lenguaje ayudará a crear nuevas realidades.

Para hacer un uso no sexista del lenguaje de manera eficaz es necesario:

- a) **considerar una prioridad y una necesidad** que se haga un uso no sexista del lenguaje en todas las situaciones de comunicación: *querer es poder*.
- b) **mejorar nuestro conocimiento de la lengua de uso y del abanico de posibilidades que ésta ofrece**, ya que, cuanto más dominemos el código, más recursos tendremos a nuestro alcance (léxicos, morfológicos y gramaticales) para evitar el androcentrismo lingüístico y eludir el masculino como genérico.
- c) **familiarizarse con una serie de recomendaciones de uso**, como las que aparecen a continuación en este manual.

2. CASOS DE SEXISMO IMPLÍCITO: USOS DEL MASCULINO CON VALOR GENÉRICO

El principal rasgo androcéntrico de nuestra lengua, y en general de las lenguas románicas, es el protagonismo del género masculino y la ocultación del femenino.

El masculino se utiliza con un doble valor: **específico**, cuando se refiere al sexo masculino, y **genérico**, cuando se aplica tanto al sexo femenino como al masculino, o a los dos a la vez. En el segundo caso se privilegia el género masculino y se invisibiliza el femenino de las dos formas siguientes:

1- Usando el masculino solo cuando se refiere a los dos géneros a la vez

Decimos: *Asistirán **todos los trabajadores** del departamento* (y no: *todos los trabajadores y todas las trabajadoras*)

2- Con la concordancia entre los elementos de la frase

Decimos: *Los trabajadores y las trabajadoras que hayan sido **despedidos** recibirán una indemnización* (y no: *despedidas*)

Es una necesidad actual que el lenguaje de las administraciones públicas sea sensible a la realidad social existente y refleje la voluntad democrática de evitar todo tipo de discriminación.

En esta línea, es preciso evitar el uso del masculino con valor genérico, siempre que la estructura de la lengua lo permita, con la finalidad de conseguir una redacción no marcada por lo que al sexo se refiere.

Usando el masculino solo cuando se refiere a los dos géneros a la vez

1.1- El caso de *hombre* (*hombres*)

El Diccionario de la Lengua Española (RAE) presenta como primer significado de la palabra *hombre* "Ser animado racional". Bajo esta acepción se comprende todo el género humano" y como segundo "Varón, criatura racional del sexo masculino".

El hecho que la primera acepción se aplique en sentido universal a todo el género humano, y por lo tanto a hombres y mujeres, evidencia la preeminencia del sexo masculino y la invisibilidad de la mujer en todos los ámbitos de la actividad humana.

Por ello es conveniente evitar los usos de la palabra *hombre* con valor genérico y de su plural, *hombres*, que sólo usaremos para hacer referencia a colectivos de personas de sexo masculino.

1.1.1- Propuesta de uso

Substituiremos el falso genérico masculino *hombre (y hombres)* por otros términos de la lengua con valor genérico real.

En lugar de:	Es conveniente usar:
NO	SÍ
El origen del hombre	El origen del ser humano El origen de la especie humana

En lugar de:	Es conveniente usar:
NO	SÍ
Todos los hombres son iguales ante la ley	Todas las personas son iguales ante la ley Todos los individuos son iguales ante la ley

En lugar de:	Es conveniente usar:
NO	SÍ
La historia de los hombres	La historia de la humanidad La historia del género humano

En lugar de:	Es conveniente usar:
NO	SÍ
Los derechos del hombre	Los derechos humanos Los derechos de las personas

En lugar de:

Es conveniente usar:

NO**SÍ****Hombres de estado** que han hecho historia**Estadistas** que han hecho historia

1.1.2- Soluciones mixtas:

También podemos recurrir a la duplicación, es decir, a la presencia conjunta del femenino y el masculino (sin dar una preferencia sistemática en el orden al masculino ni al femenino)

En lugar de:

Es conveniente usar:

NO**SÍ**Los derechos del **hombre**Los derechos **de los hombres y las mujeres**Los derechos **de las mujeres y los hombres**

1.2- Otros casos

Todo lo que hemos dicho con referencia a *hombre* es aplicable también a **otros sustantivos masculinos singulares** que se usan como genéricos para designar sujetos particulares: hombres y mujeres. Por ejemplo: el solicitante, el administrado...

Todo lo que hemos dicho con referencia a *hombres* es aplicable a **otros sustantivos masculinos plurales** que se usan como genéricos para designar colectivos integrados por mujeres y hombres. Por ejemplo: los funcionarios, los trabajadores...

El uso ampliamente extendido de este masculino genérico en documentos relativos a la administración (formularios, impresos), al mundo del trabajo (contratos, permisos de trabajo, ofertas...), a la labor jurídica, etc. contribuye a reforzar el estereotipo social que discrimina a la mujer en estos ámbitos.

1.2.1. Propuesta de uso

Substituiremos el falso genérico masculino, singular o plural, por otros términos de la lengua con valor genérico real, o bien por soluciones neutras menos personalizadas, siempre que ello sea posible.

En lugar de:	Es conveniente usar:
NO	SÍ
El denunciante	La persona que denuncia
El interesado	La persona interesada
El infractor	La persona infractora
El que subscribe	Quien subscribe
El propietario...	Propiedad de...
Vecino de...	Con domicilio en...
El portal del ciudadano	El portal ciudadano
Manual del usuario	Manual de uso
Buzón del ciudadano	Buzón ciudadano
Web del visitante	Web de visitantes
Oficina de atención al ciudadano	Oficina de atención a la ciudadanía

En lugar de:	Es conveniente usar:
NO	SÍ
Los ciudadanos	La ciudadanía
Los funcionarios	El funcionariado
Los solicitantes	Las personas que lo soliciten
Los trabajadores contratados	El personal contratado
Los afectados	Las personas afectadas
Los seleccionados	Las personas seleccionadas
Los candidatos	Las personas que presenten su candidatura
Los viejos	Las personas mayores
Los guardias urbanos	Los efectivos de la Guardia Urbana

1.2.2. Soluciones mixtas

En algunos casos también podemos recurrir a la duplicación, es decir, a la presencia conjunta del femenino y el masculino (sin dar una preferencia sistemática en el orden al masculino ni al femenino)

En lugar de:	Es conveniente usar:
NO	SÍ
El trabajador: Los administrados Los derechos de los niños	El trabajador / la trabajadora: Las administradas y los administrados Los derechos de los niños y niñas

1.3. Gentilicios

A menudo usamos los gentilicios masculinos como genéricos para referirnos a los hombres y las mujeres de un pueblo o comunidad. En singular: el catalán, el terrassense, el mallorquín, etc. En plural: los catalanes, los terrassenses, los españoles, etc.

1.3.1. Propuesta de uso:

Sustituiremos el falso genérico masculino, singular o plural, por otros términos de la lengua con valor genérico real, o bien por otras soluciones neutras menos personalizadas, siempre que sea posible. También podemos optar por una solución mixta.

En lugar de:	Es conveniente usar:
NO	SÍ
El catalán opina: La renta de los catalanes Terrasenses enred@xxxx.com El terrasense es consciente de que...	El pueblo catalán opina: La renta de la población de Cataluña Terrassa enred@xxxx.com Los y las terrasenses...

1.4. Nombres de oficios, cargos y profesiones

Cuando hacemos referencia de manera abstracta a un oficio, cargo o profesión, utilizamos el masculino como genérico. Por ejemplo: el oficio de panadero, el complemento específico de técnico auxiliar sanitario, la labor del presidente... A pesar de ello, a menudo expresamos en femenino: el oficio de secretaria, el trabajo de comadrona, el cuerpo de enfermeras... aunque el diccionario contempla su forma masculina. Estos usos estereotipados son consecuencia de la realidad de desigualdad que se vive en el mundo laboral y de la inercia social.

Hace años resultaban impensables términos como la notaria, la aparejadora, la jueza, la arquitecta, la presidenta; así como el enfermero, el comadrón, el telefonista... Hoy en día hombres y mujeres

pueden acceder a cualquier lugar de trabajo o cargo público y la lengua tiene que adaptarse a este cambio.

1.4.1. Propuesta de uso:

Quando nos referimos a una persona que ocupa un cargo o una profesión, usaremos el género adecuado: masculino si se trata de un hombre, femenino si es una mujer.

En los plurales que se refieran a personas de ambos sexos, utilizaremos un genérico o bien la duplicación, en función del caso.

Indicaremos los dos géneros si se da la posibilidad que el lugar de trabajo sea ocupado tanto por un hombre como por una mujer.

En lugar de:

Es conveniente usar:

NO

SÍ

Sra. Carme Aguilera, **abogado**

Sra. Carme Aguilera, **abogada**

La técnico de enseñanza, Maria S.

La técnica de enseñanza, Maria S.

La juez dictó sentencia

La jueza dictó sentencia

Diputados: Marc M., Eva. E, Pau P...

Miembros de la cámara: Marc M., Eva P...

Lista de **candidatos**

Lista de **candidatas y candidatos**

Se ofrece una plaza de **ingeniero**

Se ofrece una plaza de **ingeniero/a**

Firma **del candidato:**

Firma **del/ de la candidato/a**

1.4.2. Formación de nombres femeninos y masculinos

En muchos casos es preciso crear el femenino de nombres de oficios, cargos o profesiones, que durante muchos años han sido exclusivos del género masculino, y en algunos casos, crear el masculino de nombres usados mayormente en femenino. Lo haremos siempre teniendo en cuenta las leyes de sufijación de la lengua, y tendremos en cuenta las recomendaciones de los diccionarios normativos y terminológicos.

a) Nombres variables

SUFIJOS

EJEMPLOS

-án / ana

capitán / capitana (general, de industria)

-ario / aria

secretario / secretaria (judicial, de dirección)

-ado / ada

delegado / delegada (de hacienda, de curso)

-ivo / iva	administrativo / administrativa
-nomo / noma	agronomo / agrónoma (ingeniero/a)
-dor / dora	administrador / administradora (de fincas)
-gogo / goga	pedagogo / pedagoga
-logo / -óloga	politólogo / politóloga

b) Nombres invariables

SUFIJOS

EJEMPLOS

-a	el/la terapeuta
-e	el/la forense
-al	un/a oficial (de carrera, de secretaría)
-anza	un/a ordenanza
-ante	el/la representante; el/la conferenciante
-ente	el/la gerente, la/el dependiente
-ar	un/a auxiliar (clínico/a, de vuelo)
-ble	el/la presidenciable, el/la contable
-ista	la/el telefonista; el/la columnista

c) Algunos casos que pueden provocar dudas

Masculino	Femenino
Pedro N., adjunto de dirección	Ana N., adjunta de dirección
Un agente para la igualdad	Una agente para la igualdad
Mi ayudante	Mi ayudanta
Pasqual Maragall, alcalde	Rosa Aguilar, alcaldesa
Un aparejador competente	Una aparejadora competente
Se busca aprendiz	Se busca aprendiza
Un arquitecto técnico	Una arquitecta técnica
El archivero del Centro	La archivera del Centro
Un asesor político	Una asesora política
El consultor en comunicación	La consultora en comunicación
Un asistente social	Una asistenta social
El bedel de la Universidad	La bedela de la Universidad

Con la concordancia entre los elementos de la frase

En general, los artículos, adjetivos y pronombres que aparecen en un texto tienen que concordar con los nombres que acompañan, siguiendo las reglas habituales (*los concejales y las concejalas*).

El uso del masculino con valor genérico afecta especialmente a los artículos, adjetivos y pronombres en concordancia con nombres invariables o de género común, como *líder* (el/la); *cabeza* (el/la); *asistentes* (los/las), etc. En estos casos, en los que la visibilización del femenino en un texto puede depender exclusivamente de la flexión de un artículo o de un pronombre, es especialmente importante optar por usos sexuados. No obstante, no hay fórmulas sistemáticas, y cada problema tendrá que resolverse teniendo en cuenta el contexto y las posibilidades que cada categoría gramatical (artículo, adjetivo, pronombre) admita.

2.1- El uso del artículo masculino con valor genérico acompañando a nombres invariables

A la hora de hacer concordar un artículo singular con un nombre invariable, evitaremos el uso del artículo masculino como genérico, y utilizaremos el masculino o el femenino según nos refiramos a un hombre o a una mujer, y los dos artículos coordinados, cuando el enunciado pueda referirse a una mujer o a un hombre indistintamente. Lo mismo haremos con el artículo en plural.

En lugar de:	Es conveniente usar:
NO	SÍ
---	Datos del declarante, Joan Torrents
---	Datos de la solicitante, Mar Martínez
Datos del titular:	Datos del/de la titular:
Las aportaciones de los participantes	Las aportaciones de los y las participantes

Otra solución, que podemos combinar con la duplicación, será recorrer a fórmulas alternativas que, según el contexto, permitan elidir el artículo, sustituirlo por palabras desexuadas (quien), o bien despersonalizar la redacción.

En lugar de:	Es conveniente usar:
NO	SÍ
Los miembros del sindicato manifiestan que...	Miembros del sindicato manifiestan que...
Los que quieran participar...	Quien quiera participar...
El demandante	La parte demandante
El titular de la libreta es...	La titularidad de la libreta pertenece a...
Los autores hablan en el texto...	El texto habla de... En el texto se habla de...

2.2- El uso de participios, adjetivos y pronombres masculinos con valor genérico con nombres plurales

Si aparecen en el texto nombres masculinos y femeninos plurales, haremos concordar con ellos los adjetivos, participios y pronombres en masculino y femenino plural respectivamente.

Ahora bien, para no abusar de la duplicación, podemos optar por soluciones desexuadas (como escoger un adjetivo invariable que funcione para ambos sexos) o por despersonalizar la redacción (por ejemplo, con el uso de la voz pasiva)

En lugar de:

NO

Los y las telefonistas son muy **atentos**

Un comunicador y una comunicadora **buenísimos**

Los candidatos y candidatas fueron **convocados** por la jefa de personal

Los consejeros y las consejeras **nombradas**

Todos estáis invitados. **Los** que queráis venir...

Leía la lista de alumnos y **los** animaba a participar

Es conveniente usar:

SÍ

Los y las telefonistas son muy **amables**

Un comunicador y una comunicadora **excelentes**

La jefa de personal convocó a los candidatos y las candidatas

Los consejeros **nombrados** y las consejeras **nombradas**

Todo el mundo está invitado. **Los y las** que queráis venir...

Leía la lista de alumnos y alumnas y animaba a **chicos y chicas** a participar

Leía la lista de alumnos y alumnas y animaba a **todo el mundo** a participar

Leía la lista de alumnos y alumnas y **todos y todas** eran animados a participar

3. CASOS DE SEXISMO EXPLÍCITO: DISIMETRÍA EN LA MANERA DE TRATAR A HOMBRES Y MUJERES

Ya hemos visto en el apartado anterior cómo la lengua puede ser motivo de sexismo implícito cuando la discriminación se debe al uso del masculino con valor de género neutro, o lo que es lo mismo, a la *forma* del mensaje lingüístico. La lengua, no obstante, como herramienta de comunicación y relación, como espejo de la realidad en la que vivimos y como transmisora del pensamiento humano, también puede llegar a ser un instrumento de una discriminación a menudo más peligroso, cuando los usos lingüísticos se ponen al servicio de lo que conocemos como **sexismo explícito**, es decir, cuando las palabras se ponen al servicio del estereotipo social y, en lugar de invisibilizar al femenino lo que hacemos es visibilizarlo mientras lo calificamos injustamente, o bien lo subordinamos al masculino. En este caso no encontramos discriminación en la forma del mensaje, sino en el *contenido*.

Partimos de la base que no hay palabras discriminatorias, sino *usos* discriminatorios ya que reflejan cómo la sociedad trata con disimetría a mujeres y hombres, y presuponen la subordinación de un género al otro, o bien contienen cargas ideológicas de connotación sexista que es preciso evitar. Estos usos discriminatorios afectan aspectos semánticos o de significado de los mensajes: la elección léxica, los criterios de orden gramatical, la entonación de las palabras, etc.

A menudo resulta difícil distinguir el sexismo implícito (androcéntrico, morfológico, e inconsciente en muchos casos) del sexismo explícito (semántico, ideológico y, en muchas ocasiones, deliberado e incluso malintencionado). Creemos que es más fácil ver la diferencia entre uno y otro si tenemos en cuenta los ejemplos siguientes:

EJEMPLO 1:

La evolución de los hombres

Es *sexismo implícito*

(el término “hombres” pretende incluir a las mujeres, pero las invisibiliza)

(Debería decir: **La evolución de la humanidad**)

La implantación del **sfragio universal** el año 1890 supone la incorporación de las clases proletarias a la política

Es *sexismo explícito*

(el término “universal” no pretende incluir a las mujeres, porque no votaban, por lo tanto hay una ocultación, no del femenino, sino de un agravio comparativo histórico para con los derechos de las mujeres en relación con los de los hombres)

(Debería decir: **sufragio universal masculino**, ya que el enunciado universal oculta, deliberadamente o no, la injusticia social histórica que las mujeres no tuvieron derecho a voto hasta hace sólo 70 años)

EJEMPLO 2:

La administración se dirige a **todos los ciudadanos**

Es *sexismo implícito*

(el término “ciudadanos” pretende incluir a las mujeres, pero las invisibiliza)

(Debería decir: a **toda la ciudadanía**)

Pedro lloraba **como una niña** / Ana habla **como un carretero**, juega **como un machote**...

Es *sexismo explícito*

(enunciados con connotaciones de estereotipos sexistas sociales (los hombres no lloran, las mujeres no dicen palabras malsonantes, etc.) traducidos a la lengua de uso, y que sencillamente se deberían evitar)

Subordinación del género femenino al masculino

3.1- Orden de preferencia entre femenino y masculino

Cuando optamos por la duplicación para visibilizar a ambos géneros en el discurso, debemos tener en cuenta que existe la tendencia a poner sistemáticamente el masculino en primer lugar, con el femenino a continuación, de manera que establecemos una relación de jerarquía en la cual priorizamos al masculino.

Así pues, es bastante común leer: “la historia de los hombres y de las mujeres”, “los derechos de los hombres y de las mujeres”, y, también en los impresos o formularios: “nombre del padre:___; nombre de la madre:___”; “inmueble propiedad del Sr. ___ y la Sra. ___”; etc.

3.1.1- Propuesta de uso

Alternaremos el orden de precedencia de femenino y masculino, de tal manera que durante el discurso en algunos casos aparezca antepuesto el femenino y en otras, el masculino.

O bien optaremos por respetar el orden alfabético en las duplicaciones, anteponiendo en cada caso la forma masculina o femenina que corresponda según este criterio.

Es importante optar por una de las dos propuestas y aplicarla al texto sistemáticamente, a fin de garantizar la coherencia de criterio.

En lugar de:

NO

Mayor participación de **chicos y chicas**,
y de **ancianos y ancianas**,
en la vida pública

Es conveniente usar:

SÍ

Mayor participación de **chicas y chicos** y de **ancianos y ancianas** en la vida pública
(criterio de alternancia)

Mayor participación de **chicas y chicos**, y de **ancianas y ancianos** en la vida pública
(criterio alfabético)

En lugar de:

NO

Es conveniente usar:

SÍ

Inmueble propiedad del **Sr.** Joan Puig
y la **Sra.** Anna Batista
Manifiesto firmado por Anna **B**atista y
Joan **P**uig
(criterio alfabético)

En lugar de:	Es conveniente usar:
NO	SÍ
Ciudadanos y ciudadanas asistentes a la comisión defendieron los derechos de madrileños y madrileñas	Ciudadanas y ciudadanos asistentes a la comisión defendieron los derechos de madrileños y madrileñas <i>(criterio de alternancia y alfabético)</i>

3.2- Otros usos asimétricos en el trato de mujeres y hombres

Tenemos que tratar de forma equivalente el femenino y el masculino en los nombres propios de persona, especialmente cuando masculino y femenino comparten contexto o circunstancia. Así pues, mujeres y hombres con idéntico cargo o nivel profesional tendrán que recibir un trato paralelo en textos y publicaciones.

En cuanto a lo que se refiere al nombre de pila y al apellido, se usa muy a menudo el nombre de pila para designar a mujeres en contextos laborales o formales, mientras que en contextos idénticos los hombres son designados mayormente por su apellido. Con ello el trato que reciben las mujeres al ser designadas es más familiar o informal, incluso en contextos que exigen un registro más formal.

No es pues extraño encontrar que los medios de comunicación designen al hombre por el apellido y a la mujer por el nombre de pila. Por ejemplo, en la prensa deportiva: "Mauri y Olano corren en Hospitalet" (refiriéndose a los ciclistas Melcior Mauri y Abraham Olano) y, compartiendo página "Arancha y Conchita colocan el 2-0" (refiriéndose a las tenistas Arancha Sánchez Vicario y Conchita Martínez).

En cuanto a los tratos, no hay simetría en el uso de *señorita/señora* y *señorito/señor*. *Señor* se aplica a todos los hombres, solteros y casados, en cambio *señorita* es un término de pretendida cortesía que se aplica a las mujeres solteras, a diferencia de *señora* que se aplica a las casadas. Un trato simétrico pide utilizar *señora* en todos los casos que se refieren a una mujer, independientemente de su estado civil, que en la mayoría de ocasiones no viene al caso, igual que utilizamos *señor* para referirnos a los hombres solteros, casados, separados, divorciados o viudos.

3.3.1- Propuestas de uso

A la hora de designar mujeres y hombres, les daremos un trato simétrico y seguiremos un criterio único para ambos.

Utilizaremos el apellido, o bien nombre y apellido, para referirnos tanto a hombres como a mujeres en contextos de formalidad media y alta.

Evitaremos el uso del nombre de pila en contextos en los que la familiaridad pueda restar relevancia o profesionalidad al personaje de quien se está hablando.

Utilizaremos *Sra. / señora* como forma única de trato para todas las mujeres, equivalente al *Sr./ señor*, independientemente del estado civil.

En lugar de:

Es conveniente usar:

NO

SÍ

Arantxa derrota a Schett por 6-3

Sánchez Vicario derrota a Schett por 6-3

Arantxa Sánchez Vicario derrota a **Barbara** Schett por 6-3

La Señora Thatcher y Mitterrand

La Señora Thatcher y **el Señor** Mitterrand
Thacher y Mitterrand

La Señorita Camps y **el Señor** Gol

La Señora Camps y **el Señor** Gol

Para información, pida por la **Srta.** Puri

Para información, pida por Puri Puig

Para información, pida por la **Sra.** Puri Puig

3.4 Uso asimétrico de dependencia en las relaciones de parentesco

Aunque se trata de una disimetría lingüística que se da más en el lenguaje periodístico, también en los textos administrativos encontramos casos en los que la identificación de la mujer viene dada por medio del hombre, y en los que la relación de parentesco connota subordinación, posesión o pertenencia.

Algunas expresiones disimétricas son el uso de posesivos de pertenencia (*su esposa, su mujer...*), el uso de la preposición *de* (de dependencia) en los apellidos de las mujeres casadas, etc.

3.4.1 Propuesta de uso

Evitaremos el uso de fórmulas estereotipadas que connoten la idea que las mujeres dependen o son posesión de los hombres y no utilizaremos en formularios y documentos legales la relación de parentesco para subordinar a la mujer a su cónyuge.

Evitaremos en registros formales, especialmente el legal, el posesivo de pertenencia acompañando el parentesco, sobretodo en expresiones como *su esposa, su mujer...*

Designaremos a la mujer por su propio apellido y no por el del marido, ya que según la ley tanto en Cataluña como en el Estado Español la mujer cuando se casa conserva sus apellidos.

Si en algún caso se desea utilizar el apellido del cónyuge, porque se trate de un personaje público, evitaremos utilizarlo con la preposición *de* delante, uso que indica relación de dependencia o de subordinación (y haremos evidentemente un uso simétrico: *si la mujer del tenor es la Sra. Carreras, el marido de la soprano será el Sr. Caballé...*, pero en ningún caso: *Sra. de Carreras o Sr. de Caballé*)

En lugar de:

Es conveniente usar:

NO

SÍ

...propiedad del **Sr.** Pol Pi y **su esposa Sra.** Eva Valls

...propiedad de Pol **Pi** y Eva **Valls**

...hijo/a de Arnau Xirinacs y **su mujer**, Anna Alòs

...hijo/a de Anna **Alòs** y Arnau **Xirinacs**
(siguiendo el orden alfabético)

Joaquima Grau **de** López

Joaquima Grau

Marie **Curie**, premio Nobel...

Marie **Skłodowska**, premio Nobel...

Sra. Alícia, **viuda de** Amadeu Valls

Sra. Alícia Lluch, viuda de Valls

Sr. Amadeu, **viudo de** Alícia Valls

Sr. Amadeu Valls, viudo de Lluch

(trato simétrico)

Asistirán los socios acompañados de **sus señoras**.

Asistirán los miembros de la asociación:
Albert Roig, Jordi Pla, Joan Salgado y
Anna Serra, acompañados de **su pareja**.

Trato de categoría asimétrico de hombres i mujeres

Como ya hemos comentado anteriormente, el lenguaje permite designar todo lo que existe y, por lo tanto, lo que no es designado desaparece de los ojos de la mayoría, se invisibiliza y no aparece en nuestra sociedad. Por ello, la mayor presencia del masculino en los textos puede contribuir a la invisibilización de lo femenino.

Ahora bien, invisibilizar una realidad puede ser tan grave como designarla o conferirle un trato erróneo por medio de los usos lingüísticos. En algunos casos, como por ejemplo en el ámbito médico, puede provocar más malentendidos y tantas o más consecuencias negativas atribuir por error el nombre de una enfermedad a la sintomatología de otra, que omitir el nombre real.

El lenguaje desempeña un papel fundamental en nuestra manera de comprender el mundo y, en consecuencia, en la construcción de identidad de mujeres y hombres como tales, y en la determinación de su rol social.

Por lo tanto, los textos que se dirigen a las personas desde las administraciones públicas y los medios de comunicación masiva deberán prestar atención especialmente para garantizar un trato de categoría simétrico de hombres y mujeres, y evitar el sexismo explícito resultante de las conductas lingüísticas sexistas siguientes.

Propuestas de uso

Evitaremos la asimetría en la frecuencia de aparición de mujeres y hombres en los textos dirigidos a la colectividad.

- **Procurando que no predomine la frecuencia del masculino en la exposición de contenidos, y utilizando los recursos expuestos en este manual para evitar la invisibilización de lo femenino (expresiones que incluyan ambos sexos, genéricos reales, duplicaciones, etc.)**
- **Procurando que no predomine la frecuencia del masculino en actividades, casos o ejemplos que la página pueda incluir, así como en los autores y las autoras de textos especializados, artículos de opinión que aparezcan firmados, etc.**

Ejemplos y casos:

1) En lugar de utilizar sistemáticamente expresiones androcéntricas como: *tener hijos, jóvenes, emprendedores, ser padres, el ciudadano opina*, etc. procuraremos utilizar otras más **neutras o genéricas** como: *tener criaturas, personas jóvenes, personas emprendedoras, ser madres y padres, la ciudadanía opina/las personas opinan*, etc.

2) Si en una página tenemos que **ilustrar con testimonios reales** el espíritu de voluntad de la juventud de nuestra ciudad, o la capacidad de reinserción laboral de la ciudadanía mayor de cincuenta años, etc., nos cuidaremos de que los textos o entrevistas que salgan muestren chicas y chicos, hombres y mujeres, de manera simétrica.

3) Si tenemos que incluir **artículos de opinión firmados**, procuraremos que, tanto si se trata de temas de salud como de tecnología, haya presencia de autores y autoras de hombres y mujeres.

4) En todos los casos que sea conveniente, procuraremos subrayar, en cada ámbito específico, la presencia de aquel género que, por estereotipo del rol social, es **socialmente menos presente**.

Así pues, en un programa de jóvenes y cuidado de personas mayores, o de canguros y monitoraje de comedores escolares, etc. procuraremos que los chicos tengan una representación especial; en un programa de ofimática para personas mayores, procuraremos que las abuelas tengan una representación especial, etc.

Evitaremos el estereotipo en la participación y calidad de actividades de hombres y mujeres en los textos dirigidos a la colectividad.

- **Cuidando que los textos no atribuyan a las mujeres mayormente la privacidad (y unas determinadas actividades familiares y domésticas) y a los hombres, mayormente el ámbito público (y unas determinadas actividades laborales, de liderazgo político y social, y recreativas o deportivas)**

Ejemplos y casos:

En lugar de:	Es conveniente usar:
NO	SÍ
ayudas a las madres	ayudas a las familias
madres monoparentales	familias monoparentales <i>(o bien distinguiremos entre: familias monoparentales y monomarentales, en función de si la tutoría familiar recae en padre o madre)</i>
la reivindicación de las madres de más plazas de guarderías...	la reivindicación de madres y padres de más plazas de guarderías...

Un caso real:

“Si estás esperando un hijo”

(título del apartado de Nacimientos, en la www.cat365.net, que remite excesivamente a la gestación, y en singular parece más dirigida a la mujer, que engendra, cuando los contenidos son de interés para madres y padres. El hijo, no obstante, aparece en masculino.)

“Si pronto serás madre o padre”

(respetamos el singular, por el hecho que hay casos de maternidad que son fruto de una decisión individual, y no de pareja; así huimos del estereotipo familiar)

Algunos casos de la prensa:

<<Las mujeres que compaginan sus tareas domésticas con el trabajo remunerado fuera de casa gozan de mejor salud **que las que se dedican a sus labores**>>

20 minutos 30/3/2004

... que las que se dedican a las tareas domésticas exclusivamente>>

<<Las chicas también triunfan>>

La Vanguardia, Deportes

(el *también* deja entrever un punto de vista androcéntrico, que entiende el femenino en el deporte como una excepción)

<<El UB Barcelona gana la liga de baloncesto>>

Evitaremos el estereotipo en la valoración y caracterización del femenino y del masculino en los textos dirigidos a la colectividad.

- Evitando caracterizaciones asociadas a hombres y mujeres, y adjetivaciones que puedan contribuir al estereotipo, y que se atribuyan emociones y sentimientos estereotipados a hombres y mujeres.
- Evitando los juicios de valor respecto al masculino y al femenino.
- Distribuyendo equitativamente el protagonismo entre hombres y mujeres.

Ejemplos y casos:

- 1) A menudo las mujeres están más presentes en fotos e ilustraciones de webs y prensa, que en los textos, cosa que enfatiza su imagen y aspecto físico, pero no se da a conocer su voz ni las presenta en el discurso de contenidos.
- 2) A menudo a las mujeres se les atribuyen calificativos tópicos o ridículos, que hacen referencia a su físico o belleza y que no ayudan a eliminar estereotipos.

Algunos casos reales:

"Kourni...fashion" ganó

Kournikova venció a Seles en Winnipeg

(acompañado de comentarios como:

no hay flash que se le resista, siempre buscando el lado sensual de la tenista...)

*<El fenómeno se explica porque la alcaldesa es una mezcla de **belleza**, talento, valentía y oportunismo>*

<...talento, valentía y oportunismo>

- 3) La atribución de sentimientos y emociones estereotipadas a mujeres y hombres, así como los juicios de valor, son también usos lingüísticos que conviene combatir. Si bien estas prácticas tienen lugar más en los textos periodísticos y publicitarios que en los administrativos, reproducimos algunos ejemplos que muestran como el lenguaje, en virtud de ciertas licencias estilísticas, puede caer en el estereotipo social.

JUICIOS DE VALOR ESTEREOTIPADOS

*<Por el amor de una mujer, un director de caja de ahorros, entre rejas tras desfalcar cinco millones **por una pasión**>*

*(...la vida de este hombre empezó a **torcerse** cuando conoció a la mujer **que le enloquecería**)*

La mujer caracterizada como culpable de la pérdida masculina

METÁFORAS ESTEREOTIPADAS

< **La Barbie de hierro** > (sección Política, La Vanguardia)

< **La nueva dama de acero** > (sección Deportes, La Vanguardia): las mujeres deportistas, o son de acero, o son **muñecas de la gimnasia, sirenas de la natación...** pasando del estereotipo de mujer fuerte=masculina al de la mujer bella y grácil que nada, hace gimnasia, baila...

(el hierro/el acero, es una metáfora a menudo asociada con las mujeres que hacen trabajos/deportes tradicionalmente masculinos)

PARENTESCOS Y FAMILIARIDADES ESTEREOTIPADAS

< **La viuda alegre** > (el Periódico)

< **Una abuela en la oficina** >

< **En las bodas, las cuñadas suelen pactar la indumentaria por adelantado para no repetir colores el día del enlace. No fue así durante el cambio en el Ministerio de Medio Ambiente: Elvira Rodríguez y Cristina Narbona se presentaron ambas vestidas de carmesí encendido (...) Festival de tonalidades, como si se tratara de un anuncio de grandes almacenes. En esto se notó el cambio político y el estreno del Gobierno paritario** > (el Periódico)

(MAL)TRATO DE LA VIOLENCIA DE GÉNERO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

A la hora de tratar este tema, es preciso evitar estereotipos y tópicos que frivolicen o banalicen los casos de violencia de género, y evitar adjetivos que puedan contribuir a una justificación implícita o a un consentimiento de la agresión.

< **Sufridas españolas** > (El Mundo)

< **Reincidentes del dolor** > (Diario de Mallorca)

< **La vida con un verdugo en casa** > (el Periódico)

TERCERA PARTE: **MANUAL DE USO DE IMAGEN DEMOCRÁTICA**

LA IMAGEN TAMBIÉN ES CONTENIDO

Por lo que se refiere a la información iconográfica, es necesario constatar que actualmente las webs de las administraciones públicas incluyen muy pocas imágenes e ilustraciones. A menudo contados iconos para ejemplificar los apartados y una foto en la cabecera, si la hay, son todo. La mayor parte de la información contenida actualmente en las webs públicas es texto. Pero podemos presuponer que esto cambiará, como ha cambiado ya en algunas zonas de Europa y del mundo, por los motivos siguientes:

- 1) *el avance tecnológico favorece el uso de recursos gráficos*: cada vez más, la tecnología permite que la descarga y la lectura de imágenes se lleve a cabo con mayor facilidad y rapidez,
- 2) *nace el nuevo concepto de la e-administración*: los gobiernos locales han hallado en la red una vía idónea para acercarse a la ciudadanía, y cambiar criterios de información unidireccional por criterios de comunicación y de conversación entre las administraciones y las personas. Y un trato de este tipo sólo será posible desde la foto, desde la sonrisa, desde el trato cercano del robot virtual que mira y responde...

Decíamos que actualmente las webs contienen pocas fotos, y las que aparecen en ellas en el mayor número de casos no ayudan suficientemente a acercar la administración a los ciudadanos y ciudadanas, por los motivos siguientes:

- 1) **Abundan las fotos de patrimonio del municipio**, tratándose a menudo de monumentos y espacios públicos que, en lugar de presentarse llenos de gente, aparecen desiertos: plazas, ramblas o piscinas municipales deshabitadas. En un intento de ofrecer una imagen neutra del municipio, se tiende a veces a ofrecer una imagen fría de él, una imagen impersonal que el nuevo concepto de e-administración nos empujará a romper. Si el gobierno que viene debe ser un gobierno de participación ciudadana, el patrimonio de las ciudades no serán en el futuro sus piedras, sino sus personas.
- 2) **Las fotos tienen función decorativa, en lugar de informativa**, acompañando al texto, en lugar de ser entendidas como contenido adicional, que también aporta información (refereencial y emotiva) que podemos sumar a la información neutra textual. Si bien esto es debido al hecho que las limitaciones técnicas hasta al momento no recomendaban confiar informaciones a una

imagen, que después podía resultar difícil de abrir o de bajar, empieza a ser factible confiar a las imágenes el discurso plural, acompañando al discurso neutro que a menudo supone el texto. Por ejemplo: el título "Vivir en familia" es neutro (pero el estereotipo nos hace pensar en un tipo de familia determinado) Si al título acompañan fotos que presenten modelos familiares distintos: padre y madre de etnias distintas, abuela y nieto, madre monoparental, padres gays, etc., el uso de fotos no será meramente decorativo, sino que estará añadiendo una información crucial al discurso textual.

En la futura e-administración, muchas cosas cambiarán. El número de imágenes crecerá, pero con el número de imágenes, aumentará también el riesgo de equivocarse en el uso de las mismas. Será necesario que las imágenes, como anunciábamos más arriba, representen la pluralidad, libres de estereotipos: a hombres y mujeres tanto en ámbitos públicos como privados; a la mujer, pero no a una mujer determinada, sino la diversidad de las mujeres. Y lo mismo ocurrirá a la hora de representar todas las etnias, estratos sociales, edades y culturas.

Porque las imágenes también son contenidos: un espejo de la sociedad que vivimos y una lectura de la realidad que deberá representarla en toda su diversidad.

El lenguaje gráfico es el primero que entra por la vista, de la lectura que de él hagamos, a menudo dependerá que pasemos al texto o desestimemos del todo unos contenidos, pensando que no nos atañen o que no nos representan. Por eso la elección de fotografías, iconos y colores en las webs públicas tiene que ser fruto de una reflexión y no del azar.

Las imágenes de las webs públicas deberán:

- a) visibilizar a las mujeres (evitando el uso de la figura masculina como genérico que pretende representar a todas y todos los seres humanos)
- b) visibilizar *adecuadamente* a las mujeres y a los hombres (sin caer en estereotipos de roles familiares y sociales, uso de espacios públicos y privados, tipo de actividades o acciones llevadas a cabo, etc)

A continuación el manual ofrece ejemplos gráficos en este sentido, algunos obtenidos de webs locales, otros obtenidos de prensa y publicidad, ya que es allí donde más ejemplos podemos encontrar de usos discriminatorios que, con el tiempo, podrían afectar también las webs.

4. CASOS DE SEXISMO IMPLÍCITO: USOS GENÉRICOS DEL MASCULINO Y OCULTACIÓN DEL FEMENINO

El lenguaje gráfico es el primero que entra por la vista, de la lectura que de él hagamos, a menudo dependerá que pasemos al texto o desestimemos del todo unos contenidos, pensando que no nos atañen o que no nos representan. Por eso la elección de fotografías, iconos y colores en las webs públicas tiene que ser fruto de una reflexión y no del azar.

Las imágenes de las webs públicas deberán:

- a) visibilizar a las mujeres (evitando el uso de la figura masculina como genérico que pretende representar a todas y todos los seres humanos)
- b) visibilizar *adecuadamente* a las mujeres y a los hombres (sin caer en estereotipos de roles familiares y sociales, uso de espacios públicos y privados, tipo de actividades o acciones llevadas a cabo, etc)

A continuación el manual ofrece ejemplos gráficos en este sentido, algunos obtenidos de webs locales, otros obtenidos de prensa y publicidad, ya que es allí donde más ejemplos podemos encontrar de usos discriminatorios que, con el tiempo, podrían afectar también las webs.

El femenino invisible

Ya hemos visto anteriormente como el género gramatical masculino a menudo es usado en los textos con valor genérico, invisibilizando así al género femenino.

Algo parecido sucede en muchos casos cuando se trata del uso gráfico de imágenes e ilustraciones: en la foto de un hombre ante un ordenador anunciando un máster de arquitectura, ¿debemos entender que el masculino representa al género humano, mujeres y hombres? Seguramente, muchas mujeres no van a verse ahí representadas: ni las jóvenes con vocación de arquitectas, ni las profesionales que ya ejercen esa labor... y seguiremos perpetuando estereotipos sexistas de ocultación del femenino con el pretexto que el masculino nos representa a todas y a todos.

Demasiado a menudo la publicidad y los medios utilizan la imagen masculina genérica en ámbitos donde la mujer es todavía excepción (ingeniería, tecnología, ciencia, ámbitos directivos y cargos de decisión, política y liderazgo...), y dichos usos gráficos no ayudarán al cambio social de la cultura estereotipada hacia la cultura de la igualdad.

En este sentido, al igual que en el lenguaje podemos usar la duplicidad (ellas y ellos) para garantizar la igualdad, las fotos también permiten soluciones de este tipo, y de un modo mucho más ágil que en el lenguaje, ya que fotografiar a hombres y mujeres a la vez realizando juntos una determinada actividad, pública o privada, nos mostrará una realidad plural y real sin añadir ninguna dificultad a la expresión.

Otra solución es la alternancia de casos (en una foto un hombre, en otra una mujer...), siempre teniendo en cuenta no caer en la tentación de reflejar usos del espacio y de las actividades estereotipados o sexistas para hombres y mujeres.

RECOMENDAMOS:

- **Garantizar la paridad en la frecuencia de aparición de hombres y mujeres en ilustraciones y fotografías**
- **Evitar la ausencia, y por tanto la invisibilidad, de mujeres o de hombres en determinados ámbitos públicos o privados**
- **Evitar el uso de iconos de connotación masculina y potenciar el uso de iconos que visibilicen ambos géneros, o bien con sentido neutro simbólico.**

5. CASOS DE SEXISMO EXPLÍCITO: TRATO ASIMÉTRICO DE HOMBRES Y MUJERES

El femenino secundario

Todo medio de comunicación que se dirija a la ciudadanía deberá visibilizar a hombres y a mujeres, tanto en sus contenidos textuales como en sus contenidos gráficos.

Pero no sólo de visualizar se trata, sino de hacerlo adecuadamente, pues los estudios demuestran que publicidad y medios reflejan una sociedad sexista o estereotipada, una mirada parcial del mundo real que deberíamos evitar reproducir en nuestras webs.

No sería exacto decir que los anuncios de equipos informáticos invisibilizan a la mujer: sus catálogos publicitarios están llenos de jóvenes modelos que son objeto de reproducciones y fotos de cámaras digitales o de impresoras láser, o aparecen chicas ilustrando salvapantallas... mientras son hombres los que aparecen en las fotos representando a los usuarios de dichos equipos. No se invisibiliza a la mujer, pero ¿se la visibiliza adecuadamente? Siempre la vemos ante la cámara, en rol pasivo, nunca tras el objetivo, activa, tomando la foto.

Otro ejemplo: los anuncios de posgrados y másters de dirección de empresas, a menudo presentan a un modelo hombre; pero en anuncios de cursos de secretariado, o de formación a distancia, las modelos ante el ordenador que aparecen en las fotos son mujeres. Si algo se está visibilizando en estos casos no es a la mujer, sino la diferencia, el estereotipo social. Y una vez más estamos dando referentes sexistas a las futuras generaciones.

En las webs municipales no podemos permitirnos ser cómplices de la diferencia o la desigualdad, fijando en imágenes los estereotipos de la cultura actual, sino que debemos hacer un trabajo pionero de ruptura de estereotipos y abrir el objetivo a otros campos de visión social mostrando a otras ciudadanas, otras realidades, la pluralidad de modelos sociales, la sociedad del cambio hacia la democracia real. Por tanto, cuando acompañemos un anuncio de administración online con una fotografía, la usuaria podrá ser mujer y de edad avanzada, y no siempre será ella la joven recepcionista que atiende la solicitud, o la telefonista...

Este ejemplo nos lleva a una nueva reflexión: la mayoría de las mujeres fotografiadas en las webs son jóvenes, atractivas... Visualizamos a la mujer, no a las mujeres. Si las webs locales pretenden comunicarse más i mejor con su ciudadanía, deberán tener en cuenta su pluralidad en todos los sentidos (edad, sexo, estrato social, etnia, cultura, etc.)

RECOMENDAMOS:

- **Hacer un trato paritario de la categoría de las participaciones de hombres y mujeres en las imágenes: qué acciones realizan unas y otros, espacios y escenarios que se les atribuyen por razón de género, jerarquías en actividades familiares, domésticas y laborales, de liderazgo político y social, recreativas, deportivas, etc. Mujeres con mujeres , hombres con hombres, mujeres y hombres compartiendo protagonismo, etc.**
- **Equiparar la distribución del protagonismo gráfico de hombres y mujeres en la web: tamaño de las imágenes, jerarquía de imágenes en la estructura de la web.**

- **Evitar la caracterización y valoración estereotipada del masculino y el femenino: imágenes resultantes de juicios de valores estereotipados, emociones y sentimientos atribuidos a mujeres o a hombres; patrones de comportamiento propuestos para hombres y mujeres, etc.**

A continuación proponemos unas recomendaciones de uso de imagen en la web y ejemplos de imágenes con voluntad paritaria.

6. INVENTARIO DE FOTOS: EJEMPLOS Y CASOS

1. Ejemplos de fotografías donde se visibiliza el femenino:



- Mujeres compartiendo protagonismo con hombres
- Mujeres en ámbitos públicos tradicionalmente asociados al masculina
- Frecuencia de aparición igualitaria de hombres y mujeres

2. Ejemplos de fotografías donde se rompe con el estereotipo masculino:



- Se visibiliza a los hombres en ámbitos privados y actividades domésticas tradicionalmente asociadas a las mujeres
- Mayor protagonismo del hombre, en primer plano, pero visualización de la mujer, en corresponsabilidad, en segundo plano.
- Hijos e hijas compartiendo labores domésticas con madre y padre

3. Ejemplos de fotografías donde se rompe con el estereotipo femenino:



- Se visibiliza a las mujeres en ámbitos públicos y en profesiones o actividades tradicionalmente asociadas a los hombres
- Las mujeres son únicas protagonistas de las imágenes: autonomía de la mujer en ámbitos tecnológicos, automoción, etc.
- Rol activo de la mujer, que manipula máquinas, combatiendo el rol pasivo estereotipado.

4. Ejemplos de fotografías donde se visualiza a la mujer plural



- Si visualiza a las mujeres reales, no sólo a la mujer joven estereotipada.
- Las webs públicas, cercanas a la pluralidad de sus usuarias
- Las mujeres compartiendo protagonismo con mujeres
- Se ilustra la convivencia de actividades domésticas (coser) con las actividades más innovadoras (internet): la inclusión de mujeres y de personas mayores en las TIC

5. Ejemplos de iconos e imágenes de vínculos:



<http://www.fut.es>



<http://www.cat365.net>

-Iconos que visualizan el femenino y el masculino:

Ejemplos:

- duplicación explícita (visualizando los rostros hombre/mujer))
- duplicación sutil (visualizando pelotas de fútbol, deporte más asociado al masculino según estereotipo, y de básquet y otras, incluyendo así el femenino)



<http://www.terrassa.org>

-Iconos neutros simbólicos, de valor genérico, abstractos

(podemos interpretar que incluyen masculino y femenino; son más impersonales, y por tanto se recomienda combinarlos con los anteriores)



<http://www.cat365.net>



<http://www.ecitien.gov.sg>

- La primera imagen muestra sólo mujeres en una ocupación mayoritariamente femenina (telefonistas)
- La segunda imagen, en cambio, incluye también al masculino (en primer plano), rompiendo el estereotipo.
- Ejemplo de visualización de ambos géneros compartiendo protagonismo y actividad en una imagen de reclamo publicitario

Tener hijos

<http://www.cat365.net>

Ir al médico

<http://www.cat365.net>

- Fotos que conviven con texto: dos contenidos en uno
- Cuando un texto aparece en masculino, presuntamente genérico, puede ir acompañado de fotos que maticen o enriquezcan el discurso. Así:
En el ejemplo: "Tener hijos" (falso genérico) se acompaña de fotografía de un bebé (genérico real), el femenino queda oculto
En el ejemplo: "Ir al médico" (falso genérico) se acompaña de la fotografía de una mujer (concreta, de visualización del femenino, compensando su ausencia en el texto)

CUARTA PARTE: MOTORES, GENERADORES Y DIFUSORES DE PARIDAD

- Colaboraciones externas
- Links de interés
- Bibliografía

7. COLABORACIONES EXTERNAS

El género y la tecnología

La formación, al igual que el mercado de trabajo, es sexual: a las chicas, las formaciones terciarias y literarias; a los chicos, la formación industrial y científica. De esta manera las chicas y los chicos no entran por igual en los mismos sectores ni de la formación ni, más tarde, del mercado laboral.

Se puede decir que en los últimos años se ha dedicado tiempo y esfuerzos y, por qué no decirlo, algún dinero a intentar reequilibrar este desajuste aproximando y adaptando las nuevas generaciones a las exigencias del perfil demandado por el mercado. Se ha trabajado en esta línea buscando corregir los déficits de la población desocupada en función del modelo de trabajo que se necesitaba. A pesar de todos estos esfuerzos, la verdad es que por la experiencia que estamos viviendo, sobretodo en los campos tecnológicos, estos intentos han quedado en unos resultados todavía dispersos.

Desde la Universidad Politécnica de Catalunya, a través del Programa Dona, se está trabajando mediante acciones dirigidas a chicas que están en proceso de elección de su futuro académico y profesional, también se está analizando qué causas provocan que desde la perspectiva de género, la tecnología presente serios problemas para conseguir un nivel de igualdad de oportunidades.

En estos momentos, en la UPC encontramos tan sólo un 27% de mujeres que acaban de matricularse en los primeros cursos de las distintas titulaciones (pensamos que el porcentaje que se da en la universidad en general, y podríamos concluir en que se trata de una cifra muy baja).

¿Por qué nos tiene que preocupar esta gran diferencia? Entre otras cosas, porque se está perdiendo, seguro, un potencial de mujeres que por muchos motivos sociales, económicos, culturales, ni tan siquiera se plantean acceder a los ámbitos de formación tecnológica, perdiéndose, por lo tanto, posibles salidas profesionales, que ya sabemos que en estos momentos gozan, en nuestra sociedad, de un importante prestigio social y económico, además de una rápida inserción. Desde el Programa Dona de la UPC estamos trabajando para que las chicas, antes de elegir, se informen, sepan que hay otros posibles itinerarios académicos y profesionales que no tienen que ser los de siempre. No se trata de que todas las ingenierías se llenen de mujeres, se trata de que exista un equilibrio entre ellos y ellas, no puede ser bueno para ninguna profesión el hecho de estar decantada hacia un lado del género, ¿o es que tal vez se considera adecuado que en una escuela de primaria todas las personas que allí trabajan sean mujeres?

El problema de las pocas mujeres que ocupan la formación tecnológica es preocupante. Esta preocupación, sin embargo, no es exclusiva de nuestra sociedad mediterránea; al contrario, este desinterés de las chicas por la tecnología es general en las sociedades occidentales. En los EEUU, hace años que se llevan a cabo programas para animar a las mujeres hacia los estudios tecnológicos; en Europa, los países nórdicos y escandinavos también están preocupados, las ingenierías no motivan para nada, ni a los mismos chicos..., en España, de momento, sólo la UPC está trabajando en la línea de promover la igualdad de oportunidades en la elección académica y profesional, pero tenemos que pensar que pronto seremos más trabajando en el mismo punto de interés.

Margarita Artal Serrat

Licenciada en Pedagogía

Directora del Programa Dona UPC

Link: www.upc.edu/donaUPC

La invisibilidad de las mujeres en las webs institucionales

Nuestra sociedad no será igualitaria y la democracia no será equitativa hasta que la presencia de las mujeres no sea superior al 30% en cualquier ámbito de actuación social.

Este es el parámetro establecido en Europa para conocer la influencia de las mujeres en los distintos campos de intervención. Mientras no se llegue a este porcentaje será necesario poner el acento en el trabajo, los servicios destinados a las mujeres para garantizar su participación, su presencia y su visibilidad.

Las webs institucionales no son distintas del resto de medios de comunicación, donde la presencia de las mujeres no supera el 12% y donde los servicios municipales se presentan bajo un vocabulario administrativo únicamente accesible a las técnicas/os, a las políticas/os o a las personas previamente enteradas.... Para todos/as, excepto para la usuaria y/o usuario que necesita la información.

Si la web tiene buscador temático, el tiempo de búsqueda se acorta, pero no es ninguna garantía de acabar en la página del servicio en cuestión. Pocas son las webs que informan de manera clara, priorizando la comunicación con la ciudadanía y con parámetros progresistas de visibilizar por igual todos los sectores de la población, sin distinción de raza, color, género y/o religión.

Carolina Barber

Associació Dones Periodistes

Link: www.adpc.cc

E-government: "el gobierno es una conversación"

Un gran número de estudios, papers, reports, memorandos, etc., se escriben cada mes sobre la situación del e-government alrededor del mundo. Esto puede ser una consecuencia por una parte del crecimiento de nuestras experiencias (el e-government es uno de los puntos principales para la mayoría de economías avanzadas) y por otra parte, del arraigado sentimiento que los cambios en los gobiernos pueden acelerarse debido a la incorporación de las tecnologías de la información (el e-government como cambio).

La literatura disponible sobre este tema cubre un gran número de aspectos críticos, entre los cuales están:

La búsqueda de la **ubicuidad del tiempo**: "*más servicios, más tiempo*".

La búsqueda de la **simplificación**: menos trámites, más rápido, con menos costes para los ciudadanos y sin perder tiempo.

La obligación de la **usabilidad**: "*lo primero va primero*" (colocando en el sitio más importante los servicios más usados)

El reto de la **innovación**: incorporando nuevos servicios que se dirigen a nuevas cuestiones, lo más rápido posible, incluso antes que se determine la relevancia de estos temas.

El reto para **mejorar la democracia**: en estos momentos tenemos una herramienta interactiva que lo hace posible, al menos en principio, para aumentar la cantidad y la calidad de la participación de sus ciudadanos en decisiones políticas (a largo plazo) y prácticas (a corto plazo).

(...)

En una palabra: hemos crecido. Hay una gran cantidad de asuntos que deben ser tratados para hacer que el e-government funcione. Pero el e-government es uno de los temas principales de las sociedades modernas. Se ve más como "una nueva regla del juego" que como un giro que hay que dar "hacia la modernidad". Parece absolutamente claro que hay que confiar en el e-governmet.

Puedes encontrar una versión más amplia de este artículo en:

<http://www.infonomia.com/equipo/articulos/keyissues.pdf>

Alforns Cornella

Presidente y fundador de

Infonomía

Link: www.infonomia.com

Dónde, cómo, quién y porqué del conocimiento

El conocimiento es aquello que nos hace seres humanos, lo que nos hace diferentes al resto de las especies. El paso del *mito* al *logos* representa el estadio definitivo del conocimiento racional, intelectual... la base y cimiento indiscutible de la ciencia frente a la opinión, de la cultura frente al instinto... Por ello es tan importante ser conscientes de **dónde, cómo, quién y por qué se genera el conocimiento** (conocimiento como ciencia, filosofía...)

En este sentido, hablar de las universidades (del "**dónde**") es hablar de la representación por excelencia del centro neurálgico "del saber", como antaño lo eran los monasterios, los liceos, el ágora...; hablar del **cómo**, es aludir a los diferentes sistemas de información/comunicación de este conocimiento (sean digitales, orales, documentales, etc.); y por último, el conocimiento aunque es - o debería ser- un fin en sí mismo, responde en muchas ocasiones a intereses muy concretos (el "**porqué**" es de carácter económico, político, moral, ético, religioso, etc.); intereses que, a su vez, son determinados por las personas, **quienes** ostentan el poder, es decir, capacidad de actuar o hacer actuar en consonancia con sus objetivos y/o necesidades.

Como vemos, no es baladí cuestionarnos estos cuatro aspectos referenciados al conocimiento. Tomar consciencia del carácter androcéntrico del paradigma sociocultural en qué nos hallamos, supone un primer y fundamental paso para poder superar sus paradojas y contradicciones.

De paradojas y contradicciones tenemos, lamentablemente, un número tan elevado, que sólo enunciaré las que a mi parecer pasan *a priori* más "desapercibidas":

Nos han legado un conocimiento de nuestro pasado (nuestra historia) donde hasta hace poco un 50% de la población no aparecía, en el mejor de los casos. En este sentido, un 50% de la población según la historiografía (los textos que desarrollan la interpretación de nuestra historia) han tenido poco o nada que ver con los cambios sociales que el mundo occidental –en nuestro caso- ha vivido (crisis del feudalismo, revoluciones burguesas, revoluciones industriales, movimientos migratorios, y un largo etcétera). Las mujeres no aparecían en la historiografía ni en la historia. Una vez evidenciada la contradicción, se empieza a trabajar en pro de visualizar a la mujer y su pasado, así como su papel fundamental en los procesos de cambio social. La humanidad ha tenido una historia exenta de mujeres.

La religión judeocristiana de la que se ha nutrido nuestra cultura ha respondido siempre a un modelo que adoptaba el símbolo femenino estigmatizado desde el "desliz" de Eva. Como diría Kate Millet, " El patriarcado tiene a Dios de su parte".

Los valores asociados a lo público frente a lo privado, los valores asociados tradicionalmente al sexo masculino (fuerza, dignidad, coraje, entereza, sinceridad, honor, honradez...) frente a los valores asociados tradicionalmente al sexo femenino (debilidad, pusilanimidad, cobardía, fragilidad, perversidad...) han ido fraguando una visión moral nada favorecedora para nuestro sexo femenino.

No obviemos que "el género" no deja de ser un constructo social y por tanto, susceptible de ser "*de*-construido", susceptible también de ser reformado, modificado, ajustado a una nueva visión histórica, simbólica, social, cultural.... Para ello es imprescindible, como decía anteriormente, "ser conscientes de", es decir, **tener el conocimiento** y por otra parte, es fundamental **que las mujeres estén donde se genera el conocimiento** (es decir, donde se sanciona y se crea el paradigma cognitivo), **que gestionen y decidan sobre el cómo** de la generación y vehiculación de ese conocimiento, y que dicho conocimiento responda también al **porqué**, a las incógnitas, objetivos e inquietudes de las mujeres.

Esther López Cibantos

*Coordinadora de l'Àrea **Societat del Coneixement***

Ajuntament de Terrassa

Link:www.terrassa.net

De los cambios en el lenguaje

Extraído de la publicación: Eulàlia Lledó. De les dones a la llengua (Serie "Reflexions en Femení", 2. Diputació de Barcelona, Oficina Tècnica del Plan para la Igualdad. Barcelona, 2000)

Cuando se habla de la necesidad y la justicia de erradicar los usos del lenguaje que lo tiñen de sexismo, de androcentrismo, de racismo o de clasismo (por citar algunos de los más habituales), es bueno recordar que el lenguaje puede cambiar, que el lenguaje evoluciona continuamente: si el lenguaje no estuviese sujeto en todo momento a transformaciones constantes y de todo tipo, en lugar de hablar el catalán que ahora se habla, hablaríamos el catalán medieval (o latín), ya que uno de los rasgos fundamentales que comparten las lenguas vivas, tal vez el más importante, es su carácter evolutivo. La capacidad de renovación del lenguaje se tiene que ver como una marca de salud, como una promesa de pervivencia y continuidad, de vida.

Es un hecho que el lenguaje cambia por causa de muchas y variadas razones, pero muchas de ellas se pueden resumir en una: se transforma porque la realidad lo hace; cada cambio en la realidad y en la sociedad se refleja con más o menos rapidez en el lenguaje, si no fuese así, no se podría hablar de él. Si miramos hacia atrás, parece imposible que hace un tiempo no hubiésemos incorporado a nuestras vidas y, por lo tanto, al lenguaje, como mínimo un "chip", tanta es la "naturalidad" con la que se han introducido estos pequeños elementos en los hogares y, en consecuencia, en el lenguaje. En la actualidad, ya nadie duda de la existencia de las abogadas y de las juezas, la carrera judicial está llena de ellas, el lenguaje, por lo tanto, ha terminado admitiéndolas, como admitió en su momento a las maestras o a las enfermeras, tan solo lo ha hecho con algo más de retraso, ya que se trata de profesiones prestigiosas y, en algún momento, obligatoriamente sólo masculinas.

Y no sólo los cambios profesionales se han reflejado en el lenguaje; la cada vez más acrecentada conciencia de las mujeres de realmente existir así como el reconocimiento por parte de toda la sociedad de este hecho, la revalorización de los papeles que juegan las mujeres, no sólo en la vida pública, sino también en la extensión que aparezcan en el lenguaje. Es poco probable que alguna persona dude de que cuando las asociaciones de madres y padres de las escuelas se llamaban solo (y muy imprecisamente) APA s (Asociación de Padres), las mujeres no participasen activamente y mayoritariamente; sin embargo, no es hasta hace poco, cuando esta actividad ha empezado a valorarse y es, por lo tanto, a partir de esta nueva realidad cuando se ha empezado a inscribir esta presencia en el lenguaje en la cada vez más extendida nueva denominación, AMPAs (quizás algo más larga, pero que no interfiere en la necesidad de comunicar la experiencia y la actividad femenina); lo mismo ha sucedido con la palabra "vecinos": ha quedado insignificante y ya no representa ni significa la tarea y la presencia de las mujeres en las asociaciones vecinales. Existen palabras acuñadas de nuevo en las que se ha descartado de entrada la restrictiva e insuficiente forma masculina, a partir de esta premisa, a la acción y a la tarea voluntaria y solidaria se la ha empezado a nombrar, ya de entrada, con una forma genérica e incluyente como es "voluntariado". Expresiones tal vez algo más largas (que no pesadas ni complicadas), pero es sabido que la economía del lenguaje siempre va detrás de las necesidades comunicativas. En definitiva, la creciente presencia, protagonismo y valor de las mujeres a todos los niveles y lugares de los ámbitos privados y públicos, tiene repercusiones en su representación en el lenguaje.

El lenguaje, además, es un sistema simbólico íntimamente enzarzado con las relaciones humanas y sociales; es en este sentido que difícilmente se puede hablar de un lenguaje "neutro", el lenguaje puede servir para resaltar los espacios de consenso pero también puede ser útil para subrayar, no solo las diferencias, sino incluso las divergencias. El lenguaje puede inscribir en su capacidad comunicativa la mentira o la verdad, la violencia o la calma, el menosprecio o la valoración, la subordinación o la igualdad, la uniformización o todos los matices de las diferencias; también se

puede inscribir en él, por lo tanto, el placer del juego y la alegría de la revolución por denominar realidades no representadas ni simbolizadas.

Eulàlia Lledó Cunill

Profesora de lengua y literatura

Dirección contacto: elledo@pie.xtec.es

Algunas páginas de la autora en la red:

<http://www.sprachlabor.fu-berlin.de/adieu>

<http://www.ucm.es/info/especulo/cajetin/lledo.html>

<http://www.xtec.es/sqfp/licencias/200102/resums/elledo.html>

Lo que piensan las mujeres

<<A la habitual tarea de recoger datos de la realidad, integrarlos en un modelo y obtener opciones para tomar decisiones, las mujeres añaden un extra: necesitan más información porque sus modelos son más complejos y, por tanto, juegan con más variables. El previsible resultado es un abanico más amplio y diverso de alternativas y opciones para tomar una decisión. Esto obliga a un mayor esfuerzo de síntesis y, sobre todo, de contextualización. La científica Helen Fisher denomina a esta forma de pensar "pensamiento telaraña" o, para decirlo con términos más cercanos, "pensamiento web" (que es el concepto que ella usa).>>

<<Las mujeres son creadoras innatas de redes humanas. Redes humanas cimentadas por su capacidad de comunicación. E Internet permite desplegar estas redes, de una manera sencilla y eficaz, sobre la poderosa plataforma de ordenadores interconectados que articula la Red. Por eso si las redes son de alguien en términos del antiguo derecho natural, sería de las mujeres. Pero como esto suena a pecado mortal, hagamos la idea de que no lo he dicho, incluso aunque sea verdad.>>

Luís Ángel Fernández Hermana

Director revista digital En.red.ando

El artículo "Lo que piensan las mujeres" está aquí:

<http://enredando.com/cas/editorial/enredando374.html>

Los juegos multimedia desde la perspectiva de género

Desde que hace, aproximadamente, una década, la continuidad científica empezó a desarrollar de manera importante estudios sobre género y tecnología, se han producido numerosas investigaciones relacionadas fundamentalmente con variables como el acceso, el uso, la competencia o la actitud, poniendo siempre de manifiesto las diferencias entre ambos sexos. En general (Escofet, Herrero y Rubio, 2002), los chicos muestran una mayor competencia, una actitud más positiva, un mayor nivel de acceso y realizan un uso distinto (menos funcional y más lúdico, más individual y menos cooperativo) respecto a la tecnología, que las chicas.

Si nos centramos en los juegos de ordenador, las investigaciones se han basado tradicionalmente en el análisis de los personajes y de sus roles, manifestándose un claro desequilibrio a favor de los personajes masculinos y la representación de roles estereotipados por ambos géneros.

En un momento en que padres y madres reclaman formación tecnológica para sus hijos e hijas, y cuando la administración vela, de manera particular, por la incorporación de las tecnologías al mundo escolar, queda clarísimo que es necesario reflexionar –desde la visión de género- sobre las implicaciones del uso de las tecnologías en las aulas.

No se trata únicamente de evaluar y seleccionar los programas más adecuados –tarea importantísima- se trata de pensar en como se pueden organizar las tareas para que el acceso a las tecnologías sea igualitario para niños y niñas.

Si no queremos perpetuar un círculo de inequidad y exclusión, debemos intentar proporcionar a chicos y chicas experiencias con el ordenador que reflejen la multitud de usos que tiene esta herramienta, entre ellos, el juego.

Los mensajes estereotipados, lo mismo en la escuela que en el hogar -sin hacer referencia aquí a la influencia de los medios de masas- , pueden provocar que las niñas acepten un papel secundario en las tecnologías de la información y la comunicación, con todas las consecuencias que ello pueda suponer para su futuro en un momento de avance sin tregua de las TIC en la sociedad.

Anna Escofet Roig
Universidad de Barcelona

Dirección contacto: aescofet@gream.org

Reflexión sobre la mirada de género en los medios de comunicación

Mi aportación a este manual se puede ajustar básicamente al ámbito de las nuevas tecnologías de la información en general, y a las webs de administraciones locales en particular. Como responsable de los contenidos de la web del Ayuntamiento de Terrassa, participé en las jornadas del Proyecto ROL, durante las cuales pude familiarizarme con conceptos hasta entonces bastante novedosos, como el *gender-mainstreaming*. Un concepto que, a pesar de que confieso que era nuevo para mi y para mi equipo, ya era una práctica habitual en nuestro día a día profesional.

Me explicaré: el trabajo transversal es algo cotidiano en nuestro Ayuntamiento, y más en el caso del Servicio de Comunicación, que "absorbe" información del resto de los servicios, con el fin de tratarla, redactarla y publicarla en los medios de comunicación de que disponemos, bien sean virtuales o en soporte papel.

El hecho de que desde el Servicio de Comunicación dirijamos dos medios de comunicación –la web y la revista mensual de información municipal– nos obliga a mantener una línea comunicativa coherente para ambos medios. Por lo tanto, toda la información que en ellos se publica pasa por un mismo filtro. Y este filtro se rige por unos criterios, entre los cuales destaca el de intentar mantener un tratamiento igualitario entre géneros.

Así pues, en la web municipal publicamos noticias que han pasado por un tratamiento periodístico previo, mediante el que se procura trabajar los siguientes aspectos:

- Redacción igualitaria mediante lenguaje no sexista.
- Uso de imágenes o fotografías no discriminatorias por razón de sexo, edad, religión, creencia, etc.

Por otro lado, debo destacar también que la idea que nos rige a la hora de trabajar en nuestros medios de comunicación es la de ofrecer una información a la que TODO EL MUNDO pueda tener acceso: queremos universalizar nuestros contenidos, y por ello siempre trabajamos intentando respetar unas normas mínimas de accesibilidad, no solo para mujeres, sino para todo tipo de personas. En este sentido, estamos trabajando para conseguir que nuestra web sea totalmente accesible, con el apoyo de la Diputación de Barcelona, un organismo que nos ha ofrecido la posibilidad de adherirnos, en este año 2004 a la Red de Municipios para la Accesibilidad Digital.

Marina Camprubí

*Responsable de contenidos de la web municipal
del Ayuntamiento de Terrassa*

link: www.terrassa.org

Buenas prácticas en comunicación

Aprecio, en el proyecto europeo Rol unas cualidades remarcables. De entrada, porque sus creadores consideran la importancia de la comunicación telemática entre la administración y los ciudadanos. Y porque consideran primordial que este canal electrónico y sus mensajes favorezcan las relaciones paritarias, respetuosas y constructivas.

Hay en este proyecto un principio valioso. Se trata de la revisión de los estereotipos y de prácticas comunicativas, con el fin de que las relaciones que puedan establecer los usuarios de la red telemática resulte verdaderamente cooperativa. Este principio crítico es heredero del pensamiento de la Ilustración, que proclamaba la posibilidad de mejorar nuestra comprensión del mundo y, en consecuencia, de transformarlo y mejorar las comunidades humanas, perfeccionándolas socialmente.

Este principio de la revisión crítica, que con tanta profundidad aplica el proyecto Rol, es una continuación de la proclama de los ilustrados, que advertía de la necesidad del examen y la desconfianza respecto de las costumbres y de las trampas ideológicas que este prepara. Y todavía cabe añadir otro aspecto que nos hace pensar en la relación entre los antiguos pensadores que amaban el progreso integral de la persona, entre la propuesta del Rol. Se trata de la consideración de la comunicación como un campo vital para la superación de prejuicios y de imposiciones abusivas. La comunicación, es decir, el lenguaje y sus modalidades discursivas, son el terreno donde se producen los cambios, porque nuestra intervención sobre la realidad no es directa ni instantánea, sino que se vale de la intermediación de la comunicación y de la destilación del tiempo y de la memoria.

Permítanme que resuma estas afinidades en dos expresiones. Son las del examen crítico de los valores y de la intervención en los comportamientos dialógicos. Y Rol encara un panorama tan interesante como incierto, el de la comunicación telemática. Superar la desproporción comunicativa entre la Administración y los ciudadanos, remover los obstáculos que hacen invisibles a las mujeres y a otros colectivos desfavorecidos y profundizar en unos valores de conocimiento, respeto y cooperación, constituye un conjunto de objetivos admirable.

Las nuevas modalidades comunicativas que los usuarios de internet están desarrollando requieren este esfuerzo de estudio y de propuestas paritarias. Cuando hablamos de nuevas modalidades comunicativas nos referimos a las páginas web, los foros de discusión, los juegos en red y el correo electrónico. A pesar de tener elementos de modalidades tradicionales, como la locución y la tertulia, los juegos de rol y la correspondencia, respectivamente, tienen todas ellas aspectos nuevos. Algunos son esperanzadores, otros inquietantes.

Una de las tareas que considero recomendable es ver cuales son las buenas prácticas comunicativas que los usuarios debemos observar con el fin de que la interrelación tenga éxito. El tacto y las expresiones de cortesía que favorecen un buen clima, la introducción de los asuntos adecuados y el uso del registro correspondiente a la situación, son algunos de los aspectos de la netiquette o código de buenas prácticas comunicativas. La tarea es muy prometedora. Y estoy convencido de que el proyecto Rol tiene mucho que aportar al respecto. A la alegría de comprobar hasta qué punto es de estrecho y común el interés de muchos investigadores y los autores del proyecto Rol, se suma nuestra expectación por conocer y aplicar nuevas recomendaciones, ideas y experiencias.

Xavier Laborda Gil

Universitat de Barcelona, Departament lingüística

Dirección contacto: xlabora@ub.edu

8. LINKS DE INTERÉS

Portales de las administraciones
participantes

www.terrasa.org

Ajuntament de Terrassa

www.caib.es

Govern de les Illes Balears

www.ccr-alg.pt

CCR d'Algarve, Portugal

www.regione.sardegna.it

Cerdeña (Italia)

www.regione.calabria.it

Calabria (Italia)

www.regione.umbria.it

Umbria (Italia)

www.diphuelva.es

www.sigadel.com

Diputación de Huelva

www.gafsa.net/fr

www.ministeres.tn

Gafsa (Túnez)

Portales administrativos modélicos
analizados

www.gov.sg

www.ecitizen.gob.sg

Gobierno de Singapur

www.ukonline.gov.uk

Gran Bretaña

www.administracion.es

Administración del Estado

España

www.comadrid.es

Comunidad de Madrid

www.cat365.net

www.elciutada.net

Diputación de Barcelona

Portales de interés sobre e-
administración

www.astic.es

La administración a examen.

Evaluación de la usabilidad en sitios web de
administraciones públicas

www.100mejores.com/administraciones.htm

Buenas prácticas webs públicas

www.admiweb.org

Recopilación de webs institucionales estatales y
europeas

www.administracion.es/portadas/admin_internet/

Administración en internet

www.lawebmunicipal.com

Las mejores webs municipales

Instituciones nacionales e internacionales

www.diba.es/dona

Oficina Tècnica del pla d'Igualtat de la Diputació de Barcelona

Incluye la publicación: *Reflexions en femení*

www.gencat.es/icdona

Institut Català de la Dona de la Generalitat de Catalunya

www.mtas.es/mujer/default.htm

Instituto de la Mujer

www.emakunde.es

Instituto Vasco de la Mujer (Emakunde)

www.juntadeandalucia.es/institutodelamujer/entrada.htm

Junta de Andalucía

Incluye la publicación: *Meridiam*

www.xunta.es/auto/sgi/inicio.html

Servicio Gallego de Igualdade de la Xunta de Galicia

www.cfnavarra.es/inam

Instituto Navarro de la Mujer

<http://ibdona.caib.es>

<http://www.caib.es/govern/organigrama/area.ct.jsp?coduo=232>

Institut Balear de la Dona

www.mujerextremadura.com/

Instituto de la Mujer de Extremadura

www.aragob.es/pre/iam/homi2.htm

Instituto Aragonés de la Mujer

www.fao.org/GENDER/HIGHLCON/LOFDOC-S.htm

Mujer rural y la información

www.gva.es/cbs/cmm/P7/Pp.htm

CIM-MED Centro Internacional de Mujeres del Mediterráneo

www.cimac.org.mx

Centro Internacional de Mujeres en Méjico

www.cnm.gov.ar

Consejo Nacional de la Mujer de la República Argentina

www.isis.cl

Isis Internacional. Servicio de Información y Comunicación de la Mujeres

www.whrnet.orges/index.html

WHRNET Derechos de la Mujer

www.eurosur.org/wide/portesp.htm

WIDE Derechos Sociales y Económicos de la Mujer

www.womenaction.org/

Información para el desarrollo de las mujeres en distintas zonas del mundo

www.servicom.es/WWB/

Women's Workd Barking en España

www.un.org/womenwatch

ONU Información general de la mujer

www.ue.org

Unió Europea

www.unifem.org

United Nations Developement fund for woman

Centros de documentación y archivo

www.cird.bcn.es

Centre d'Informació i Recursos per a les Dones (CIRD)

Ajuntament de Barcelona

www.ub.es/duoda

Centro de investigación de mujeres

Universidad de Barcelona

www.gencat.es/icdona/

Centre de documentació, Institut Català de la Dona Generalitat de Catalunya

www.diba.es/iebos

Publicaciones oficiales

www.emakunde.es

Centro de documentación, Instituto Vasco de la Mujer

Mujeres, comunicación y tecnología

www.apcwomen.org/gem/esp/indicadores.htm

GEM Metodología de evaluación desde la perspectiva de género (buscadores/indicadores)

www.nodo50.org

El viaje de las internautas. Una mirada de género a las nuevas tecnologías: Las webs de las mujeres (por Cristina Fraga)

www.alacant.com/dones/quienesv.htm

Dones i comunicació d'Alacant

www.europarl.es/España

www.europarl.eu.int

Europarl. Comisión de Derechos de la Mujer e Igualdad de Oportunidades

Informe sobre la imagen de las mujeres en la nueva sociedad de la información

www.adabyron.org/bole21telematica.htm

Telemática y coeducación (por Mercè Gisbert Cervera)

www.ipu.orgwmn-f/media.htm

Les femmes politiques dans les médias

www.education-medias.ca

www.media-awareness.ca

Representation des femmes et des filles dans les médias

Representation de l'homme et de la masculinité dans les médias

Réseau Éducation-Médias

www.baquia.com/com/legacy/13/64.html

Mujeres y tecnología, atracción fatal (por Melisa Tuya)

www.gva.es/cbs/dona/publicidad/

Observatori de Publicitat no Sexista

Servei de Comunicació i Imatge

www.dewey.uab.es/pmarques/pubmulti.htm

Los anuncios. Ficha para el análisis de mensajes audiovisuales (por Pere Marquès Graells, 2002)

Departamento de Pedagogía aplicada, Facultad de Educación, UAB

www.generourban.org/

GENEROURBAN, mujeres, género, ciudad y urbanismo

www.nodo50.org/mujeresred/vocabulario.html

Mujeres en red y AMECO (Asociación Española Medios Comunicación) Palabras clave

www.opc.edu/donaUPC

Programa Dona de la Universitat Politècnica de Catalunya (UPC)

(*Ingeniera* es femenino; dar a conocer a las estudiantes de secundaria los estudios tecnológicos)

www.adpc.cc

Asociación de mujeres periodistas de Catalunya

www.womenaction.org

Información de mujeres y media

www.mujaresenred.net

Portal de género

http://www.uc3m.es/uc3m/inst/MU/cruz_rubio.html

Ponencia: La imagen de la mujer en internet

Sexismo en el lenguaje

www.xtec.es/sgfp/llicencies/200102/resums/elledo.html

www.ucm.es/info/especulo/cajetin/lledo.html

www.spreclabor.fu-berlin.de/adiou

www.europarl.eu.int/dg1/a4/es/a4-97/a4-0258.htm

www.elcastellano.org/nosex.html

www.getxo.net/cas/vivir/servsoc/dicciona.htm

www.mujaresenred.net/news/article.php3?id_articloe=11-34k

mujeres.universia.es/ocioycultura/lenguajenosexista.htm

www.ccoo.illes.balears.net/webdona/espanol/egui_a.html

www.nodo50.org/mujeresred/lenguaje.html

www.sdnnic.org.ni/documentos/guia-no-sexista/introduccion.htm

www.fire.or.cr/junio03/notas/sexismo.htm

www.gva.es/cbs/dona/publicidad/indice.htm

equal.uji.es/infocampus/html2.php?file=curso/equipodocente.html

9. BIBLIOGRAFÍA

-CARRASCO,C.; DOMINGUEZ M. **Nous indicadors de treball i de gènere**, una proposta metodològica a Barcelona Societat, núm.12, Barcelona, Ajuntament de Barcelona, 2003

-SENSI, D, **Mecanismes et indicateurs de suivi du mainstreaming**. Dossier / soc97 – 102512 05 DOO

-**Un manual escrito en femenino. Informática aplicada a los medios de comunicación**. Proyecto Leonardo da Vinci E/98/1/61586/PI/1.1.1.d/FPI

-**Els jocs d'ordinador, per a nens o per a nenes?** Generalitat de Catalunya. Institut Català Dona Centre de Documentació

-**Las mujeres y la publicidad. Nosotras y Vosotros según nos ve la televisión**. Ministerio de Asuntos Sociales. Instituto de la Mujer, núm. 42, 1995

-**Imágenes de las mujeres en los medios de comunicación**. Líneas actuales de investigación. Estudio en el marco del Programa de Acción Comunitario para la Igualdad de Oportunidades entre Hombres y Mujeres (1996-2000) Informe final junio 1997. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. Instituto de la Mujer.

-**La mujer en la publicidad**. Ministerio de Asuntos Sociales. Instituto de la Mujer. 1994

-LLEDÓ, E, **El sexe de la notícia, reflexions sobre el gènere a la informació i recomanacions d'estil**. Diputació de Barcelona, 1999

-LLEDÓ, E, **El sexismo y el androcentrismo en la lengua: análisis y propuestas de cambio**, Barcelona, ICE, Universidad Autónoma.

-LLEDÓ, E, (1999) "Ministras y mujeres", en VV.AA. **En femenino y en masculino** (Cuaderno de educación no sexista núm. 8). Madrid, instituto Mujer, págs. 46-49

-LLEDÓ, E, **Algunes orientacions bàsiques per a un redactat no sexista**, MOT.doc, núm. 4, Servei de la Llengua Catalana de la Universitat de Barcelona

-**Profesiones en femenino**. Ministerio de Asuntos Sociales. Instituto de la Mujer, 1995

-**Lo femenino y lo masculino en el Diccionario de la Lengua de la Real Academia Española**. Ministerio de trabajo y asuntos sociales. Instituto de la Mujer. Núm. 53, 1998

-VV.AA. (1995) NOMBRA. **En femenino y en masculino** (Cuaderno de educación no sexista núm. 8) Madrid. Instituto Mujer

-GARCÍA MESEGUER, A, **¿Es sexista la lengua española? Una investigación sobre el género gramatical**. Paidós Papeles de Comunicación, 4, 1994

-GARRETA N., CAREAGA P., **Modelos masculino y femenino en los textos de EGB**, Ministerio de Cultura, Instituto de la Mujer, Serie estudios, núm. 14, 1987

-**Comunica igualdad. Linguaxe non discriminatoria nos medios de comunicación**. Xunta de Galicia. Institut Català de la Dona.

MEDINA GUERRA, A (coord) VV.AA. Manual de Lenguaje Administrativo

-**La Comunicación como elemento de progreso. Por un lenguaje no sexista**. Departamento de Bienestar Social, Deporte y Vivienda del Gobierno de Navarra

-**Recomendaciones para un uso no sexista del lenguaje**
Servicio de Lenguas y Documentos (BPS/LD) UNESCO

-**Recomendaciones para el uso no sexista de la lengua**
Departamento de la Mujer. Cultura, Educación y Ciencia de la Generalitat Valenciana, 1987

-**Uso no sexista del lenguaje administrativo**
Instituto de la Mujer. Ministerio de Asuntos Sociales. Madrid, 1990

-GASTANDI GIL, Paz y otras: **Guía para el uso no sexista de las nuevas tecnologías**. Ministerio de Educación y Ciencia 1990

-ESCARIO P., ALBERDI, I., **El impacto de las nuevas tecnologías en la formación y el trabajo de la mujer**. Instituto de la Mujer. 1987

-**La sociedad de la información... también un asunto de mujeres**. Cuaderno de mujeres de Europa, núm. 44, Comisión Europea, 1996

-**Els ajuntaments de Catalunya a Internet. Un estudi comparat de les pàgines web (2000-2003)**
Estudis de Ciències Polítiques i Gestió Pública. Universitat Pompeu Fabra, 2003

ANEXO PARA RECORDAR...

10. INDICADORES PARA LA EVALUACIÓN DEL GRADO DE SEXISMO EN LAS WEBS

(aplicables a textos y a imágenes)

Frecuencia de aparición de mujeres y hombres en:

- Exposición de contenidos : *¿aparecen mujeres y hombres?*
- Actividades propuestas: *¿se dirigen a hombres y a mujeres?*
- Imágenes e iconos: *¿visualizan a mujeres y hombres?*
- Autoría de artículos: *¿firman colaboraciones autoras y autores?*
- Foros, correo electrónico: *¿participan mujeres y hombres?*

Caracterización y valoración del masculino y del femenino

Grado de protagonismo en textos y ilustraciones: La mujer es protagonista, el hombre es protagonista. ¿Hombre y mujer comparten protagonismo?

(adjetivación atribuida a hombres y mujeres en los textos)

(abuso de estereotipos negativos hacia hombres y mujeres)

- Calificación asociada a hombres y mujeres
- Juicios de valores hacia hombres y mujeres y del femenino y el masculino
- Emociones y sentimientos atribuidos a unos o a otros
- Distribución del protagonismo entre mujeres y hombres
- Patrones de comportamiento propuestos por hombres y mujeres

Participación relativa y calidad de las actividades de mujeres y hombres en los ámbitos siguientes:

¿ Qué acciones/actividades realizan mujeres y hombres en textos y ilustraciones?

(espacios/escenarios en que se mueven hombres y mujeres en textos y ilustraciones)

(textos y ilustraciones que fomentan la discriminación)

- Actividades familiares y domésticas
- Actividades laborales
- Actividades de liderazgo político y social

- Actividades recreativas y deportivas

Frecuencia de aparición de mujeres y hombres (+/-/=)

- En la exposición de contenidos
- En las actividades que se proponen
- En las ilustraciones y los iconos
- ¿En la autoría firman los artículos y los trabajos hombres o mujeres por igual?

11. RECOMENDACIONES PARA ELABORAR WEBS PÚBLICAS MÁS CERCANAS A LA CIUDADANÍA

Más útiles:

Para elaborar una web pública **más útil**, recomendamos:

- Conocer previamente los contextos reales de uso y adecuarse a ellos

analizar la situación de partida

- Centrarse en las necesidades de la ciudadanía

¿que piden ciudadanas y ciudadanos a una web pública?

-una web al día, actualizada

-información online: respuestas inmediatas

-comunicación online: un buen feed-back

- Adaptarse a los modelos mentales (ideas, conocimientos, condicionantes vitales) y a la perspectiva de ciudadanas y ciudadanos

diferentes usuarios y usuarias tendrán diferentes objetivos

- Diseñar una web que aporte ventajas comparada con los procedimientos tradicionales de comunicación ciudadana

hacer que valga la pena realizar las gestiones online, que ofrezca más beneficios:

-más servicios y de mayor calidad

-más eficiencia de suministro de servicio

-más transparencia informativa

-mayor participación ciudadana

-mayor impacto transformativo

Más fáciles, más rápidas, más simples:

Para mejorar la **usabilidad** de las webs públicas, recordamos que:

- Los servicios que ofrezca la web deberán hacer **más fácil** la vida de las personas

Evitar trasladar a la ciudadanía las limitaciones de la tecnología

- El proceso online deberá **simplificar** los procesos tradicionales

Una web más simple genera confianza en su funcionamiento y evitar la exclusión

- Un sitio web eficiente permitirá operar de manera **rápida y ágil**, mediante la creación de:

- un mapa web que jerarquice correctamente los contenidos

Lo más importante deberá ser lo más visible

- accesos directos desde la página inicial a más contenidos de valor para la ciudadanía

aceleradores y atajos que lleven directamente a la información o al trámite preciso

Experiencia transversal (interadministraciones)

- buscadores efectivos que busquen en todos los documentos

Lo que no se encuentra, no se puede utilizar; si el buscador falla, la información no existe

- títulos descriptivos del contenido que faciliten la navegación

textos redactados para la consulta online

Textos simples, precisos y concretos; evitar duplicaciones, ambigüedades, recurrencias

Más cercanas:

Convertir la información en accesos y traducir la tecnología en redes accesibles y eficaces, permitirá crear webs administrativas más **cercanas**, pues generará en ciudadanas y ciudadanos:

+ *motivación*

+ *proximidad*

+ *satisfacción*

+ *fidelidad*

+ *frecuencia de visitas*

+ *participación*

12. EVALUANDO LA PARIDAD EN LAS WEBS PÚBLICAS: ALGUNAS CONSIDERACIONES

Será necesario que cada administración pública analice su propia web desde la perspectiva de género y vaya revisando periódicamente si el trato que da a los contenidos gráficos y textuales es o no sexista, si quiere garantizar una comunicación democrática y un feed-bak real con su ciudadanía, en el cual los hombres, y también las mujeres, se sientan interpeladas y escuchadas y respondidas.

Para conseguir unos buenos resultados en comunicación plural y paritaria, podemos aplicar los indicadores y las recomendaciones que se sugieren en este manual. Si bien lo más importante es que las personas que lleven a cabo el análisis de los portales con mirada de género se sensibilicen previamente con el tema, se imbuyan de la necesidad de visibilizar a las mujeres y hombres por igual y en igualdad de condiciones en ámbitos tan diversos como familia, empresa, negocios, deporte, etc., sin atribuir de modo estereotipado unos roles determinados a unas y a otros, y poniendo especial atención en que no se den casos de subordinación del femenino al masculino en ningún contexto, formulario o documento administrativo. No es necesario que estas personas sean especialistas en tema de género, pero sí que se detengan atentamente en él, y pongan su subjetividad y su motivación al servicio de la pluralidad y la diversidad de internautas que tendrán acceso a la web.

Otro factor que puede ayudar a evaluar adecuadamente la web de la propia administración, es conocer cuál es actualmente el estado del arte de las públicas en este sentido. Con la intención, pues, de aportar referentes reales que ayuden a aplicar las recomendaciones de este manual, apuntamos a continuación cuáles son los principales problemas que en lo referente al trato paritario de las informaciones contienen las webs. Dichas consideraciones son el resultado de analizar las webs públicas referidas en la lista de links del apartado anterior, y son las que siguen:

1) **En general no existe en las webs públicas un criterio unitario de aplicación del lenguaje no sexista.** Así pues, conviven en las webs analizadas:

-Expresiones igualitarias: genéricos o neutros como *participación ciudadana, servicios ciudadanos, hechos vitales*; duplicaciones: *autores y autoras, bienvenidas y bienvenidos*; uso de las barras en algunos formularios: *usuario/a*, etc.

-Expresiones discriminatorias: masculinos como falsos genéricos: *tener hijos; el ciudadano.net; emprendedores; ir al médico, manual del usuario*, etc. En la mayoría de casos será fácil

encontrar alternativas que visibilicen ambos sexos o bien hallar soluciones neutras: *tener hijos/as*, *ciudadanía.net*, *personas emprendedoras*, *consultas médicas*, *manual de uso*, etc.

El hecho que convivan en una misma página expresiones igualitarias y expresiones discriminatorias hace pensar en la mayoría de casos en una voluntad igualitaria que no se traduce siempre en hechos, quizás por criterios de economía lingüística o de inercia o prioridad. A veces, la mejor solución pasa por la creatividad, y de un apartado que denominaríamos *emprendedores*, no hacer un *emprendedores/as*, más aparatoso y menos económico, sino un *emprender empresa*, *crear empresa...* más publicitario y de mayor reclamo.

2) **Comprensibilidad, accesibilidad y arquitectura informativa son aspectos mejorables desde la perspectiva de género**, pues en muchos casos faltan accesos directos desde la página principal a algunos contenidos que pueden ser de interés prioritario para las mujeres y que son tratados como secundarios o incluso terciarios. Así pues, muchas webs presentan dificultades reales de acceso a los contenidos del Servicio de Promoción de la Mujer: la información sobre *salud femenina*, *mujeres emprendedoras*, etc. no se encuentra, o está clasificada según criterios aleatorios. Faltan vínculos que aporten un trato transversal interadministrativo online de las demandas ciudadanas y mejoren la usabilidad de la web, y en cambio sobran duplicaciones y recurrencias de información, títulos que no responden a los temas que incluyen (por ejemplo, en un caso encontramos *violencia doméstica* dentro de *participación ciudadana*, después de haber agotado posibilidades y haber buscado en *servicios*, *ayudas*, *hechos vitales*, *ciudadanía*, e incluso con el buscador sin obtener resultado), y un trato diferente de categorías y títulos que deberían ser tratados según un mismo criterio (por ejemplo, el mapa web presenta apartados como: jóvenes, gente mayor, emprendedores, inmigrantes, mujer; se da así un trato categorial distinto a mujer, que es singular, no teniendo en cuenta la pluralidad de las mujeres, y no se tiene en cuenta, quizás, que las mujeres son, además de mujeres, jóvenes, gente mayor, emprendedoras, inmigrantes, etc. Es éste un ejemplo de cómo las estructuras administrativas online reproducen las estructuras administrativas físicas tradicionales, en lugar de sacar más rendimiento al dinamismo digital, que permitirá tratar los contenidos desde la transversalidad interdepartamental con mayor facilidad).

3) **En general hay pocas imágenes en las webs públicas, y no existe un criterio unitario de aplicación de la imagen igualitaria**. Así pues, conviven en las webs analizadas:

-Fotos que denotan voluntad de equiparar a hombres y a mujeres en todos los ámbitos, evitando estereotipos: presencia femenina en las fotos que acompañan contenidos sobre

deportes, padres y madres ejerciendo labores domésticas y familiares en corresponsabilidad, hombres en espacios privados y domésticos, mujeres en espacios públicos al cargo de ocupaciones tecnológicas, científicas, etc.

-Imágenes neutras: la foto de una carretera ilustrando *tráfico*; el icono de una letra ñ para introducir el apartado de *idioma*, etc.

-Pero aparecen también fotos que perpetúan estereotipos sexistas: mayor presencia del masculino en apartados de empresa, laborales, en cargos directivos; mayor presencia de la mujer como cuidadora, en apartados de familia y vinculada al cuidado de los hijos; mujeres jóvenes frente a la ausencia de ancianas representadas en las fotos, etc. En este sentido, diremos que los roles masculino y femenino se ciñen en muchos casos, todavía al estereotipo.

- 4) **Las webs públicas son, todavía, más informativas/enunciativas que comunicativas/participativas.** Aunque, cada vez más, se camina hacia una mejora de la comunicación con la ciudadanía, ésta pasa por activar los foros virtuales ciudadanos y mejorar las respuestas de las consultas online, dando inmediatez y agilidad a las conversaciones digitales entre administraciones e internautas, potenciando la accesibilidad, y optimizando la tramitación de los servicios.