



# Comunicar con perspectiva feminista

PANDORA MIRABILIA





# Introducción

Tras más de 15 años dedicadas a la comunicación con perspectiva de género consideramos que ya es hora de compartir las claves que hemos identificado, que trabajamos en nuestro día a día y en los procesos de aprendizaje que desarrollamos.

Estas páginas son producto de reflexiones compartidas por quienes actualmente estamos en Pandora Mirabilia y quienes han pasado por ella a lo largo de estos años, además de muchas mujeres que nos han inspirado.

Queremos agradecer, además, a nuestra mentora Patricia Araque por animarnos a compartir nuestro trabajo.

## CRÉDITOS

**Autoría:** Izaskun Aroca, Irene García Rubio, Soraya González Guerrero, Marta Monasterio Martín.

**Maquetación:** Pandora Mirabilia.





# Índice

## 01 Contexto

- 04 Mecanismos de sujeción simbólica
- 04 Invisibilizar
- 05 Infravalorar
- 06 Homogeneizar y estereotipar
- 08 Demonizar

## 02 Contenidos

- 10 Claves para una comunicación inclusiva
- 12 Recomendaciones para un tratamiento informativo antirracista

## 03 Lenguaje

- 15 Cuatro consideraciones sobre el lenguaje
- 16 Estrategias para usar un lenguaje inclusivo



# 01 Contexto



# Mecanismos de sujeción simbólica

Podemos hablar de tres grandes estrategias a la hora de representar a las mujeres en los medios de comunicación: **invisibilizar, infravalorar y estereotipar**, a la que podemos añadir una última más concreta: **demonizar**.

## Invisibilizar

¿Cuántas mujeres aparecen como objeto de noticia y como redactoras? **Las mujeres como colectivo genérico están ausentes en las grandes noticias**, o tienen una presencia muy escasa. Basta observar una portada o desmenuzar un artículo. Hacer un simple recuento de las mujeres que aparecen en un periódico cualquiera sigue ofreciendo resultados realmente sorprendentes.

Si nos fijamos en las que sí aparecen, cabe preguntarse: ¿qué posición tienen? ¿A qué clase social pertenecen? Es importante matizar que **hay mujeres que ni tienen el derecho a ser visibles** porque no encajan en ese concepto de ciudadanía universal: las migrantes, las racializadas, a las que se considera otras.

¿Y si descendemos al nivel lingüístico? Observamos que titulares, entradillas,

pies de foto y el cuerpo de las noticias están escritas en masculino. ¿No es ésta la primera forma de invisibilizar a las mujeres? Si bien el masculino genérico se puede utilizar por una cuestión de economía lingüística, en la práctica muchas y muchos periodistas incurren en lo que **Mercedes Bengoechea**, experta en filosofía del lenguaje, denomina "**androcentrismo gramatical**": usan el vocablo del género masculino, aparentemente en sentido genérico (para referirnos a hombres y a mujeres), pero sólo se están refiriendo a los hombres.

Confunden así, conceptualmente, al varón con el ser humano, a los hombres migrantes con las personas migrantes, a las víctimas de las guerras y conflictos armados con los varones de esas guerras y conflictos armados.

Evidentemente las mujeres que aparecen como sujeto de noticia y como fuentes expertas tienen un perfil determinado. Si atendemos a otras variables como la clase, raza, orientación sexual... nos encontraremos con **mujeres doble y triplemente invisibilizadas**.

## Infravalorar

¿Qué pasa cuando las mujeres sí están representadas en los medios? ¿En qué lugares aparecen y cómo lo hacen? ¿Qué tipo de cargos y actos actúan para ser reconocidas como sujeto digno de ser representado? ¿Se valoran por igual sus acciones o declaraciones que si fueran hombres?

Más allá de un mero análisis cuantitativo de cuántas mujeres y hombres computan en las noticias, nos interesa observar **cómo se les representa**. No es lo mismo aparecer en una noticia como protagonista y sujeto de la acción, que como testimonio o ser simplemente mencionada. No es equiparable ser citada como testimonio experto al que se consulta por sus conocimientos que como testimonio vivencial al que no se le reconoce como fuente de autoridad.

En términos generales, los resultados de los análisis de medios siguen concluyendo que cuando las mujeres aparecen como objeto de noticia **su tratamiento es más familiar, ligero e informal**.

Ni todas las fuentes informativas tienen el mismo valor, ni todos los tonos son iguales. Si la información que se resalta de una mujer es la ropa que lleva puesta y el titular que le nombra emplea el diminutivo, resulta que no se le está otorgando el mismo valor informativo que si fuera un varón. Y **entre las representaciones de las mujeres también hay jerarquías**, la matriz colonial que

ordena el sistema-mundo no coloca en el mismo lugar el saber ancestral de una partera zapoteca que el de una mujer urbana licenciada en medicina.

La periodista **Lucía Asué Mbomio** ha comentado en diferentes ocasiones que las pocas veces que se busca a una mujer negra como fuente experta es para ser políticamente correctas y resultar no racista, sin preocuparse de si esa persona, independientemente del color de su piel, tiene el perfil preciso.

La infravaloración de las mujeres también está relacionada con la forma en que los medios tematizan y jerarquizan la realidad. Además de decidir qué es importante y qué no lo es, el discurso informativo ha inventado unas **categorías para representar la realidad**, dividiéndola en secciones y temáticas (internacional, sociedad, economía, gente, cultura, ciencia...). Estas secciones y temáticas no tienen todas el mismo valor. Unas tienen más espacio, van en portada o en las primeras páginas, pueden llevar una ilustración o fotografía, se les da un seguimiento...

A estos temas con más estatus informativo se les ha llamado **secciones o temas duros** en contraposición a los **temas y secciones blandos**. Entre los primeros se encuentran cuestiones relacionadas con la política, la economía, el poder judicial o los conflictos internacionales. " Si hablamos de temas 'blandos'", explica el *Manual de información en género* (IORTV, 2004),

“nos referimos a aquellos asuntos que, aunque afecten a la vida diaria de todas las personas, a veces en mayor grado que los considerados temas 'duros'; sin embargo, los valores noticiables no los tienen en cuenta”.

Desde un enfoque feminista podríamos hablar de una **división sexual de secciones y temas**: no es casual que los temas en los que más mujeres aparecen como objeto de noticia, como expertas y como redactoras sean considerados temas blandos (secciones como sociedad, estilos de vida, salud...), mientras que están menos presentes en los temas considerados duros, como economía o política parlamentaria.

## Homogeneizar y estereotipar

Las personas son representadas en los medios de comunicación mediante roles e imágenes predeterminadas que permiten reducir la inmensa complejidad humana en imágenes comprensibles y generar sensación de pertenencia. El problema surge cuando se **homogeneiza de manera sistemática a colectivos enteros** de personas por su sexo, racialización, religión, orientación sexual, país de procedencia, etc. Cuando se producen estereotipos reduccionistas y negativos que estigmatizan a las personas de un determinado colectivo.

Revisemos algunos de los **roles y estereotipos más comunes** con los que se representan a las mujeres.

## Víctima desasistida

¿Denuncia o refuerzo de una visión paternalista? Visibilizar a las mujeres como víctimas no es necesariamente negativo, el problema es cuando nos quedamos ahí. Una situación injusta y de desigualdad puede contarse de muchas maneras, no necesariamente tenemos que retratar a las mujeres como víctimas desasistidas, en **un rol pasivo**. Esta representación nos encasilla en situaciones inmovilistas, cerrando el abanico de representaciones a otros referentes más propositivos de mujeres que luchan por salir de su situación y tejen estrategias de supervivencia.

En el caso de las **mujeres del Sur global y de las mujeres racializadas** esta homogeneización y victimización está atravesada por un discurso colonial, que el propio feminismo blanco occidental reproduce. La feminista poscolonial **Chandra Mohanty** nos habla, en “Bajo los ojos de Occidente”, de la producción de un discurso cultural particular sobre lo que se llama “Tercer Mundo”:

*Es en la producción de esta 'diferencia del Tercer Mundo' que los feminismos occidentales se apropian y 'colonizan' la complejidad constitutiva que caracteriza la vida de las mujeres de estos países. Es en este proceso de homogeneización y sistematización del discurso sobre la opresión de la mujer en el tercer mundo donde se ejerce poder en gran parte del discurso feminista reciente, y este poder requiere ser definido y nombrado.*

En "Mujeres blancas, ¡escuchad!", **Hazel V. Carby** cuestiona cómo se visibiliza a las mujeres negras: *Las críticas de las mujeres negras a la historia no sólo señalan «ausencias»; también nos indigna cómo se nos ha hecho visibles, cuando elegían vernos. La historia ha construido nuestra sexualidad y nuestra feminidad alejándonos de las cualidades atribuidas a las mujeres blancas, en tanto que objetos valorados del mundo occidental. También hemos sido definidas con términos que están por debajo de lo humano.*

La victimización de las mujeres del Sur global también puede ser un **recurso para denunciar regímenes políticos**: su cuerpo se convierte en un campo de batalla, como ocurre con las mujeres afganas. Desde los feminismos islámicos se ha denunciado que cuando las mujeres musulmanas son objeto de una noticia, es por llevar velo, y se las representa como símbolo de la sumisión.

También podemos observar el abuso de imágenes con mujeres que ocupan roles de víctimas pasivas para ilustrar una noticia sobre regiones del Sur (donde muchas veces ni se las menciona) a modo de **recurso dramático**, una especie de "pornomiseria" que no trata con dignidad a las víctimas.

## Las 'mujeres de'

La **mujer en relación a un hombre**. Esa es otra de las imágenes recurrentes que la prensa transmite de las mujeres en general (y de las del Sur en particular).

Lo que se denomina **rol vicario** (madre, hija, mujer, tía...) determina en muchos casos la aparición de las mujeres en las noticias. La maternidad, el instinto maternal y la función reproductiva femenina son valores que los medios ensalzan en referencia a todas las mujeres en general (un ejemplo es el énfasis que se hace en la maternidad de muchas mujeres políticas de cualquier signo político, cuando no lo hacen con la paternidad de los políticos).

En el caso de las mujeres del Sur, el **rol reproductivo** es aún más marcado. El hecho de que se valore el rol reproductivo y maternal de las mujeres no tiene por qué ser negativo, pero sí puede constituir una visión cerrada y excluyente de otras facetas y aportes de las mujeres, si éstas sólo aparecen en ese papel. Además, esta función no es exclusiva de las mujeres: si queremos que la corresponsabilidad sea una realidad hay que empezar a representar a hombres que también realizan estas tareas.

## Objeto de deseo

La manera de **resaltar los atributos físicos** de las mujeres entrevistadas, mencionadas u objeto de la noticia es un recurso que se utiliza sistemáticamente, mientras que casi nunca se menciona el aspecto físico de políticos o personajes públicos.

A la suerte de cosificación u **objetualización** que sufren mujeres tanto del Norte como del Sur, se suma una **exotización** por lo "desconocido"



(o las desconocidas) cuando se trata de mujeres africanas, latinoamericanas o asiáticas.

## Las incómodas

En términos generales, se podría sostener que la **división sexual** ha supuesto la consideración de unos espacios, lugares y formas de estar como propios y exclusivos de los varones y otros de mujeres, llegando al punto de naturalizarlo (de haber una vinculación casi biológica).

Así, toda aquella persona que encarna y desempeña **un rol que rompe con su lugar asignado** está sometida al castigo social, y a veces será señalada con una persona patológica y criminalizada. Esto sucede también con aquellos varones que no parecen cumplir con su rol de género, a los que se denigra, muchas veces con comentarios homófobos.

## Demonizar

En los últimos tiempos hemos visto que se ha puesto en marcha un cuarto mecanismo a la hora de representar a las mujeres, que se basa en su demonización. Es un fenómeno que aparece en épocas de auge del feminismo, como **reacción a los avances y a las conquistas sociales** logradas por el movimiento. **Susan Faludi** lo describe en su famoso libro *Reacción. La guerra no declarada contra la mujer moderna*, para hablar de la reacción conservadora a los logros que había conseguido el feminismo de la segunda ola.

Aunque **Faludi** lo estudió en los años 1980, las constantes actuales siguen siendo muy parecidas: el relato habla de **hombres víctimas y de mujeres que se aprovechan de las leyes y derechos feministas para vengarse**. Se vale de una retórica que apela a la justicia, pero para volverla contra el feminismo. Así, no invalida por completo el discurso feminista: primero reconoce la existencia de algunas injusticias y la necesidad de cambiarlas, para luego decir que las demandas han ido demasiado lejos y han tenido consecuencias dañinas.

En los años 1980, por ejemplo, era habitual encontrarse historias en los medios sobre mujeres que habían llevado demasiado lejos sus ambiciones o sus carreras, y en el camino habían dejado un reguero de familias rotas e infancias traumatizadas. En la actualidad nos encontramos con varios **casos mediáticos** en los que a las mujeres que denuncian acoso sexual o violencia se las retrata como aprovechadas de las leyes contra la violencia de género o de la ola de denuncias provocadas por el **#MeToo**.

En muchos de estos relatos, se apela a las emociones de la audiencia y se utilizan como herramientas **los bulos o las fake news**, lanzando cifras, casos o datos que muchas veces no tienen una base real.



**02**

# **Contenidos**





# Claves para una comunicación inclusiva

## 01

Ampliar la visibilización de las mujeres como **objeto de las noticias y contenidos**, así como **fuentes de información**.

## 02

Huir de los roles e imágenes estereotipadas y buscar nuevos referentes femeninos y masculinos.

- Ampliar el campo de representación de las mujeres, mostrando otras actividades que quedan normalmente ocultas o penalizadas, tratando con respeto y sin condescendencia a las mujeres en roles tradicionales.
- Visibilizar (con palabras e imágenes) a los **varones en actitudes y roles tradicionalmente femeninos** como los cuidados, para generar nuevos referentes masculinos.
- Huir de la victimización de las mujeres, especialmente en mujeres del Sur. Es posible denunciar muchas situaciones injustas sin caer en actitudes paternalistas y/o sensacionalistas.

- Evitar nombrar a las mujeres en **función de un hombre** (como "esposa de", por ejemplo). Hay que tener en cuenta que cuando se habla de mujeres con relevancia pública, siempre se hace referencia a su estado civil y a su aspecto, algo que no se suele hacer en el caso de los hombres.

## 03

Dar voz y testimonio a las propias protagonistas y huir de declaraciones sensacionalistas y anecdóticas.

## 04

**Contextualizar** las situaciones de injusticia, conectar causas y responsabilidades.

## 05

No echar mano de los **discursos catastrofistas**, como por ejemplo:

- Discursos que presentan sucesos dramáticos como accidentes,

- feminicidios, masacres o atentados suicidas como si fueran **algo puntual** que sucede en otros lugares y apelan a un **lenguaje del horror** con imágenes espectaculares y morbosas.
- Discursos que **naturalizan las situaciones de desigualdad**, la violencia y la pobreza. Que presentan a las víctimas civiles de las guerras, la muerte de personas migrantes al cruzar las fronteras o la desnutrición como **males endémicos** de los países del Sur donde no hay responsabilidades del Norte.
- Discursos **paternalistas y etnocéntricos**, que ofrecen una visión de la solidaridad unilateral y asistencial del Norte hacia el Sur.

## 06

Visibilizar la **capacidad de las mujeres para luchar** contra las situaciones de pobreza y violencia.

## 07

**Enfoque de la diversidad** para salir del androcentrismo y el etnocentrismo. Podemos cambiar el foco desde el que miramos el mundo, evitar el sujeto universal masculino occidental y tratar de incluir a las mujeres en las noticias teniendo en cuenta que no son todas iguales y que están atravesadas por diferentes ejes de opresión.

## 08

**Revalorizar temas y secciones** considerados de forma peyorativa como "blandos" donde, no por casualidad,

hay más mujeres como redactoras y protagonistas de la información.

- Un primer paso es **tematizar** estos temas, creando una **sección específica** pero evitando que no se conviertan en secciones "coladero".
- **Cubrir los eventos** convocados explícitamente por organizaciones feministas o de diversos colectivos (AMPAS, salud, ecología, LGTBIQ...) y darles la importancia que se merecen, **destinando recursos y tiempo** a investigar, documentar y hacer seguimiento.
- La **responsabilidad** de incluir y cubrir estos temas en la agenda informativa debe ser compartida entre varones y mujeres.

## 09

**Formatos creativos** para representar la realidad en clave feminista:

- Más allá de hablar de grandes acontecimientos y dinámicas globales, es también interesante explicar **cómo éstos afectan a las personas**; y tener en cuenta, además, que no afectan a todo el mundo de la misma manera.
- El feminismo ha enfatizado desde hace tiempo la necesidad de reconocer el valor de lo personal y lo subjetivo, de **valorar la experiencia como una fuente de conocimiento**. Para una periodista esto supondría, por ejemplo, salir de la redacción y de espacios como las ruedas de prensa para ir ahí donde ocurren las cosas, a los espacios cotidianos, donde se encuentra la gente a la que afectan los acontecimientos.



# Recomendaciones para un tratamiento informativo antirracista

## 01

Las personas racializadas y migrantes, como todos los grupos humanos, son diversas y heterogéneas. Por eso, hay que evitar las caracterizaciones de trazo grueso y los estereotipos. Huir de **marcos reduccionistas** que las presentan como seres unidimensionales. Ser migrante, negra o trabajadora doméstica no es la única faceta que define a alguien como ser humano.

## 02

Diversificar las fuentes y las protagonistas de la información: las personas racializadas pueden hablar de muchas más cosas que de las 2 o 3 cuestiones por las que salen ahora en los medios. Normalizar su presencia en los medios en todo tipo de temas y roles (como fuente, como expertas, como periodistas...).

## 03

Está bien visibilizar pero evita caer en un **enfoque** que solo se centre en las **primeras veces**: la primera mujer negra científica, bombera, etc. Así parece que el que una persona racializada desempeñe determinadas funciones o tareas es algo excepcional y no habitual. Hay que tener en cuenta, además, que la diversidad de procedencias no es un fenómeno reciente: las personas racializadas llevan en el Estado español desde hace mucho tiempo.

## 04

Evitar caer en el “**pon una negra en tu mesa**”, esto es, invitar a una persona racializada a participar en un reportaje o evento para cumplir la cuota, sin saber si es experta en ese tema o dedicándole un espacio ínfimo, simplemente para dar una “nota de color”.

## 05

A la hora de hablar de agresiones y racismo, hay que tener en cuenta que se trata de un **fenómeno estructural**, por lo que se debe evitar tratarlos como sucesos aislados. Da seguimiento a los temas para poder abordarlos en toda su complejidad, no como algo puntual.

## 06

**Cambiar el enfoque** para hablar de la comunidad racializada. Más allá de la denuncia de agresiones y racismo, se puede hablar de victorias, del día a día, etc.

## 07

**Huir del sensacionalismo** y de la búsqueda del clic en el tratamiento de las declaraciones machistas y racistas. No darles publicidad, desmentir bulos y no llamar a las personas afectadas solo para que ofrezcan su versión de los hechos, como si se tratase de dos bandos equivalentes.

## 08

**Cuidar a las personas racializadas que aparecen en los medios.** Si se les llama para intervenir y participar, hay que ser conscientes de la violencia a la que se les expone al participar en un espacio público, una violencia que puede desanimar a mucha gente. Hay que pensar cómo protegerles de ataques online, se les puede enviar el texto o el guión antes de publicarlo para que puedan revisar sus palabras y evitar que se saquen las cosas fuera de contexto.

*NOTA: Este decálogo se elaboró a partir de las intervenciones de Edith Espinola, Moha Gerehou, Serigne Mbaye y Lucía Asué Mbomio, participantes en las jornadas 'Feminismos y antirracismos en los medios de comunicación' (21 septiembre de 2019), organizadas por Alianza por la Solidaridad y dinamizadas por Pandora Mirabilia.*



# 03

# Lenguaje



# Cuatro consideraciones sobre el lenguaje

## La lengua no es neutral

La lengua es un sistema de comunicación estructurado mediante el que expresamos ideas, sentimientos, pensamiento o transmitimos información, pero no solo. El lenguaje se crea en sociedad y, por lo tanto, es un reflejo de creencias, actitudes, concepciones y valores.

## La lengua es algo vivo

No hablamos ni escribimos igual que hace 100 años, ni siquiera 10. El lenguaje es algo que cambia y evoluciona, aunque no siempre al mismo ritmo que los cambios sociales.

## La lengua construye la realidad

A pesar de los muchos avances, nuestro lenguaje es fiel reflejo de una cultura androcéntrica en la que el hombre

es el centro y la medida universal de todas las cosas. Por eso, algunos usos del lenguaje transmiten y generan imaginarios con valores sexistas y machistas, minusvalorando e invisibilizando a las mujeres.

## La lengua no tiene un sentido común

Es algo vivo, las palabras nacen y mueren y las personas, con el uso que hacemos de las mismas, las resignificamos.

Como dice la lingüista y catedrática Mercedes Bengoechea, estamos creando una sociedad nueva y necesitamos palabras para nombrar esa sociedad nueva: *El lenguaje no sexista recoge y refleja la transformación que se ha llevado a cabo en la sociedad española y el deseo de igualdad entre los sexos.*





# Estrategias para usar un lenguaje inclusivo

## La regla de la inversión

Es un truco clásico para detectar si hay sexismo lingüístico: invertir el género gramatical de la frase que queremos analizar y ver qué sensación nos produce. También nos puede servir para otras cuestiones: podemos invertir la nacionalidad o la etnia de la persona de la que estamos hablando para evitar sesgos racistas o paternalistas.

## Las mujeres como sujeto activo de la frase

Ejemplo:

✗ Juana Pérez ha sido nombrada vocal del Tribunal.

✓ Juana Pérez ocupará el cargo de vocal del Tribunal.

## No uniformizar el género femenino

Hablar de "las mujeres", no de "la mujer" como si fuese un ente homogéneo.

## Alternar los puestos gramaticales

Así evitamos la jerarquización que supone

colocar lo masculino siempre en primer lugar. "Las vecinas y los vecinos", "las diputadas y los diputados".

## Usar sustantivos abstractos y sustantivos colectivos

Ejemplos:

- |                 |                  |
|-----------------|------------------|
| ✗ El presidente | ✓ La presidencia |
| ✗ El vocal      | ✓ La vocalía     |
| ✗ El gerente    | ✓ La gerencia    |

## Emplear perífrasis

Se trata de una figura expresiva del lenguaje que consiste en utilizar una construcción de varias palabras para evitar una palabra simple.

- ✗ Los madrileños
- ✓ La población madrileña

- ✗ Los políticos
- ✓ La clase política

- ✗ Los profesores y alumnos
- ✓ La comunidad educativa

- ✗ Los trabajadores de la empresa
- ✓ El personal, el equipo de la empresa.

## Omisión de referencias directas al sujeto

Redactar las frases en impersonal, sin que exista un sujeto explícito, o bien a través de infinitivos, gerundios o formas relativas como "quien" o "quienes".

✘ El usuario cumplimentará todos los formularios requeridos.

✓ Se cumplimentarán todos los formularios requeridos.

✘ Los trabajadores interesados deberán solicitar la ayuda.

✓ Quienes tengan interés deberán solicitar la ayuda.

## Aposiciones

Es una fórmula lingüística que aclara el significado de la palabra a que remite, para eliminar cualquier ambigüedad en el caso de que sea masculino genérico.

Ejemplo:

✘ El objetivo es promocionar a todos los interinos.

✓ El objetivo es promocionar a todos los interinos, tanto mujeres como hombres.

## Desdoblamientos

Es una fórmula para visibilizar a los dos géneros, masculino y femenino, cuando no es factible usar un genérico.

Ejemplos: "niñas y niños"; "productoras y productores".

## Feminización de los cargos

Se recomienda su uso para visibilizar a las mujeres. También, si se trata de una profesión tradicionalmente femenina, utilizar el término en masculino para romper estereotipos. Ejemplos: Arquitecta y arquitecto, ingeniera e ingeniero, azafata y azafato, enfermera y enfermero.

## Expresiones sinonímicas

Se trata de expresiones que nos permiten expresar el mismo significado pero sin utilizar el masculino genérico. Ejemplo:

✘ Hay que respetar los derechos de los demás.

✓ Hay que respetar los derechos ajenos.

## Omisión de masculinos innecesarios

Al revisar los escritos encontramos palabras que hacen alusión a lo masculino y que resultan innecesarias para transmitir el mensaje. Estas palabras de más deben ser omitidas. Ejemplo:

✘ El director del centro quiere dirigirse a todos los miembros de la comunidad educativa.

✓ El director del centro quiere dirigirse a toda la comunidad educativa.

## Tratamientos de cortesía innecesarios

En el caso de incluirlos, se utilizarán los siguientes: “don y señor” para varones y “doña y señora” para mujeres. No emplear nombramientos que impliquen **relaciones de dependencia** o subordinación, o que aludan al estado civil (como "señorita").

También puedes evitar mencionar a las mujeres como grupo subalterno. Un ejemplo de lo que no hay que hacer: “Unos cien manifestantes, incluidas algunas mujeres y niños...”.

## Visibilizar a las mujeres

Usar fórmulas en las que se nombre de manera específica a las mujeres cuando se conoce su sexo. En el caso de que no se sepa quién es la persona destinataria se evitará el uso del masculino genérico para apostar por fórmulas inclusivas. Un ejemplo es el uso que se hace en textos académicos, en los que se cita la autoría con nombre y apellido, para que no se dé por supuesto que se trata de un hombre.

## En las imágenes:

- Buscar la presencia equilibrada de mujeres y hombres.
- **Visibilizar** las mujeres en toda su diversidad, ampliando el abanico de representaciones.
- Evitar imágenes que **representen a las mujeres por sus atributos físicos**, su vestimenta o su lugar de origen.
- Buscar la **diversidad** de cuerpos, edades, colores de piel, masa corporal, etc.
- Mostrar a las mujeres en **roles activos**, resaltando su capacidad de acción.
- **Ir más allá de los roles tradicionales**. Mostrar a mujeres y hombres en situaciones diversas, que no reproduzcan los estereotipos de género.
- Promover la representación de los hombres en trabajos que de manera tradicional se asignan a las mujeres, como las tareas del hogar o el cuidado de personas.
- Respetar la **intimidad y dignidad** de quienes viven situaciones de violencia y son retratadas.

