



Instituto de Formación Femenina Integral

Calle: Daniel Albornoz N° 1687
esq. Lucas Mendoza
Zona Cala Cala

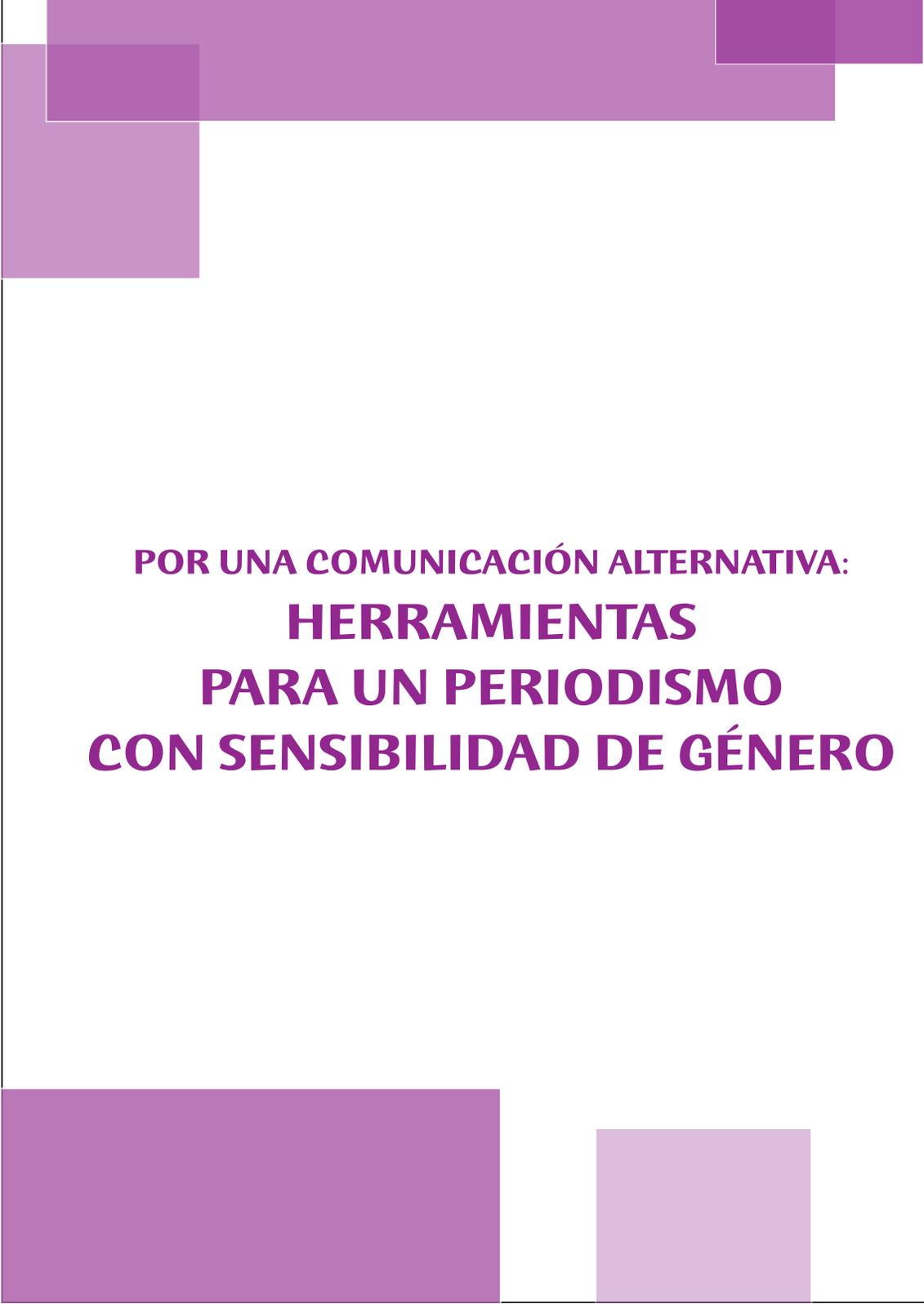
Teléfonos: 4409601/2/3

Página web: www.iffi.org.bo

Correo electrónico: iffic@supernet.com.bo



POR UNA COMUNICACIÓN ALTERNATIVA:
**HERRAMIENTAS
PARA UN PERIODISMO
CON SENSIBILIDAD DE GÉNERO**



**POR UNA COMUNICACIÓN ALTERNATIVA:
HERRAMIENTAS
PARA UN PERIODISMO
CON SENSIBILIDAD DE GÉNERO**

Elaboración

Zarina Aruzamén

Revisión y Aportes

Cecilia Estrada

EditorInstituto de Formación
Femenina Integral - IFFI**Depósito Legal**

XXXX

Diseño y diagramación

María Isabel Soliz

Impresión

Impresiones Poligraf

Septiembre, 2010

Cochabamba - Bolivia

Esta publicación se realizó gracias al apoyo financiero de OXFAM GB. Su contenido es responsabilidad exclusiva del Instituto de Formación Femenina Integral - IFFI y en modo alguno compromete la opinión de las instancias de cooperación mencionadas.

Contenido

Presentación	5
I. ¿POR QUÉ ES IMPORTANTE HACER UN PERIODISMO CON SENSIBILIDAD DE GÉNERO?	9
II. LENGUAJE SEXISTA: SÍ IMPORTA CÓMO LO DICES	15
Efectos del androcentrismo en el lenguaje	17
Algunos argumentos para evitar el uso del lenguaje no sexista	17
Propuestas para el cambio: hacia un lenguaje inclusivo	18
Propuesta de uso de un lenguaje inclusivo	20
Superando estereotipos en el uso del lenguaje	26
III. LA RADIO, UN MEDIO VALIOSO PARA AVANZAR EN LA EQUIDAD DE GÉNERO	31
Decálogo de una radio no sexista	31

IV. USO DE IMÁGENES: LO QUE SE MUESTRA SIGNIFICA MUCHO	35
V. TRATAMIENTO DE LA NOTICIA: ¿CÓMO TE ACERCAS A LA REALIDAD?	45
¿Qué es un análisis de género?	46
Los estereotipos sexistas son un obstáculo para la igualdad y el respeto a la dignidad de las mujeres	46
VI. 10 PROPUESTAS PARA LOGRAR UN TRATAMIENTO INFORMATIVO IGUALITARIO, PLURAL Y DE CALIDAD	51
¡Pon los medios para lograr la igualdad!	51
VII. PROPUESTAS PARA EL TRATAMIENTO DE NOTICIAS SOBRE VIOLENCIA HACIA LAS MUJERES	57
Glosario	67

Presentación

El presente manual, elaborado desde el componente de Comunicación del Observatorio de Equidad de Género del IFFI, tiene una doble finalidad, por una parte, constituirse en una herramienta útil para periodistas de los diferentes medios de comunicación, que asumen el reto de aportar a la transformación de imaginarios sociales, desde la práctica de un periodismo con sensibilidad de género, transmitiendo mensajes, tanto en la forma como en el contenido, que alienten relaciones sociales y de convivencia entre mujeres y hombres, basadas en principios de respeto, igualdad y dignidad. Por otra, pretende llegar a estudiantes de comunicación social, para que integren en su proceso de formación, la perspectiva de género, con el propósito de contribuir a modificar y/o complementar las miradas y prácticas de su futuro ejercicio profesional, considerando los elementos planteados en este documento.

Para cumplir con lo señalado, en el Primer Capítulo se desarrolla conceptualmente las principales razones por las que es importante ejercer un periodismo promotor de la equidad e igualdad de género, en el Segundo, se fundamenta la necesidad de superar el uso de un lenguaje sexista, bajo la premisa de que la forma afecta el contenido, se rebaten argumentos en sentido contrario y se brindan propuestas y ejemplos

concretos sobre la pertinencia y viabilidad del uso de un lenguaje inclusivo. En el Tercer y Cuarto Capítulos se plantea, de manera sencilla y breve, formas de encarar esta temática en la radio y también en la selección y uso de imágenes. El tratamiento de la noticia se aborda en el Quinto Capítulo, proponiendo la superación de estereotipos sexistas, como condición necesaria para dar cuenta de la diversidad de situaciones, aportes y presencia de las mujeres en nuestra sociedad. Se refuerza este planteamiento en el Capítulo Sexto, en el que se reproduce el decálogo para un periodismo no sexista, denominado: “Pon los Medios para lograr la igualdad” de la Campaña Muévete por la Equidad. En el último Capítulo, se analiza de manera particular, el tratamiento de la violencia de género en la cobertura noticiosa, problemática especialmente delicada, que requiere de un acercamiento sensible y orientado a generar un firme rechazo social e institucional, a toda forma de violencia que vulnere los derechos de las mujeres. Esta publicación concluye con un Glosario, que recoge definiciones breves de los principales conceptos y categorías utilizadas en el documento y/o vinculadas a la temática abordada.

El IFFI invita finalmente, a todas las instancias y personas vinculadas al ámbito de la comunicación social, a utilizar este manual para que junto a las y los periodistas de medios, que son agentes claves, trabajemos por la necesaria transformación de prejuicios y creencias que operan cotidianamente como obstáculos para avanzar en una efectiva igualdad entre mujeres y hombres en nuestra sociedad.



¿Por qué es importante
hacer un periodismo con
sensibilidad de género?

¿Por qué es importante hacer un periodismo con sensibilidad de género?

Hoy en día, en un mundo en el que los medios de comunicación tienen un papel central en nuestras sociedades, por su capacidad para transmitir información, además de percepciones y valores que contribuyen a formar corrientes de opinión pública, debemos recuperar su potencial transformador, planteándonos el reto de impulsar una práctica periodística que contribuya a un cambio sustancial en las relaciones de género en la sociedad.

Varias son las apuestas, las estrategias y los enfoques para que esto suceda, destacándose las siguientes: la incorporación de cada vez más mujeres en los medios de comunicación, como una forma de incluir sus miradas; la inclusión de las mujeres como fuente noticiosa, existiendo estudios que miden la presencia de las mujeres en los medios, es decir, cuánto se habla de ellas, bajo el supuesto de que esta presencia mediática reflejaría de manera más equitativa su participación cada vez más activa en la sociedad y la historia. Una tercera forma de abordar esta temática, es el análisis del discurso periodístico y las formas en que lo femenino se construye en y a través de este discurso y sus repercusiones en la cotidianidad.

En esta última opción, que es la que desarrollaremos en el presente manual, el énfasis se centra en las formas en que la práctica periodística

además de informar sobre la realidad, la representa y la significa, favoreciendo de esta forma a la construcción de identidades sociales y posiciones subjetivas que influyen en las relaciones sociales, ya sea para reforzar o cuestionar los sistemas de creencias que modelan las acciones de las personas. En este sentido, planteamos propuestas y desarrollamos formas alternativas para el tratamiento de la noticias, desde una perspectiva de equidad de género.

Para ello, es imprescindible señalar inicialmente que la categoría de género hace referencia al proceso de construcción de identidades diferenciadas para hombres y mujeres, a través de los símbolos, representaciones colectivas imperantes en una sociedad determinada, que fijan modelos de conducta, roles, estereotipos y normas.

La perspectiva de género nos permite analizar no sólo las relaciones entre hombres y mujeres, sino las formas en que las que se construyen las identidades genéricas a través de una red de discursos, prácticas e institucionalidades que generan una forma de pensar que sostienen las desigualdades entre hombres y mujeres.

Estas formas de pensar que sostienen relaciones de subordinación y discriminación hacia las mujeres se manifiestan de muchas formas en los ámbitos periodísticos, los más frecuentes son:

- **Androcentrismo**, que sitúa al hombre como la medida de todas las cosas, lo masculino se generaliza para todas las personas, sean hombres o mujeres. Esto hace que las mujeres sean representadas por lo masculino, en lugares tan cotidianos como el lenguaje. Las expresiones extremas son la linotipia (las necesidades femeninas se hacen invisibles o se niegan), y la misoginia (odio o repudio a lo femenino).

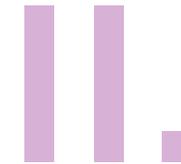
- **Doble patrón**, expresado en que la sociedad valora comportamientos y vivencias en forma diferente, según se trate de hombres y mujeres. Por ejemplo, si las mujeres son sensibles, la sociedad valora positivamente este rasgo, pero si un hombre es sensible se lo califica como “cobarde” o “débil”.
- **Sobreespecificidad**, cuando se atribuye de manera exclusiva ciertas necesidades, actitudes o intereses a hombres o a mujeres, cuando en la realidad son compartidas por ambos. Ello ocurre cuando se afirma que la responsabilidad y el interés por los hijos es una cualidad femenina desconociendo la importancia y el rol que juega la paternidad.

Por tanto, cada vez que escribimos un artículo o presentamos una noticia, se transmite también formas de ser y de pensar, y aunque no siempre es fácil eludir ciertos sentidos y lugares comunes a propósito de la percepción sobre las mujeres, puesto que aparecen en la sociedad como naturales, consideramos que es posible aportar a un cambio de imaginarios sociales, desde la transformación de nuestra práctica periodística.

Para ello presentamos a continuación propuestas para encarar el tratamiento de la noticia, el uso de imágenes y del lenguaje, desde una perspectiva de equidad de género. De igual manera planteamos algunas sugerencias para el tratamiento de noticias relativas a la violencia de género ejercida contra las mujeres.



Lenguaje sexista:
sí importa cómo lo dices



Lenguaje sexista: sí importa cómo lo dices

Partimos de la premisa de que el lenguaje es uno de los medios fundamentales a través del cual representamos e interpretamos la realidad, uniformando nuestra imagen del mundo y de lo que somos.

Es precisamente en el lenguaje, que cobra especial importancia el androcentrismo, que como señalamos líneas arriba, es la *“visión del mundo y de las relaciones sociales centrada en el punto de vista masculino”*, en tanto se constituye en una manera de ver y entender la realidad social, que toma al varón y a lo masculino como referencia universal, como centro y medida de todas las cosas, invisibilizando y desalojando la presencia, las experiencias y los saberes de las mujeres.

La visión androcéntrica ha sido la única forma de enfocar la realidad hasta hace pocas décadas y todavía hoy en día es mayoritaria. Al considerar al varón como imagen y representante de lo humano introducimos una valoración diferente: el varón y lo masculino, representaría el ser humano universal, completo, el paradigma, el modelo y en contraparte presentar a la mujer y lo femenino como particular, incompleta, imperfecta... es decir, como inferior al hombre.

Recordemos además que, según hace visible la perspectiva de género, en todas las sociedades conocidas las mujeres viven en condiciones distintas a las de los hombres, por tanto, los intereses, las experiencias y las

vivencias de unos y otras no serán equivalentes en muchos aspectos. De ahí que tampoco lo masculino pueda englobar o absorber la realidad femenina, sino a costa de ocultarla, invisibilizarla y excluirla.

Conviene puntualizar que si pretendemos dar cuenta cabal de la experiencia humana o del desarrollo de las sociedades, debemos necesariamente tener en cuenta las aportaciones de mujeres y hombres.

Por eso, es preciso usar un lenguaje que contemple la presencia de las mujeres y su existencia. De modo que hablar en femenino y en masculino no es una duplicación ni una redundancia, es nombrar lo que existe: hombres y mujeres. No se está, por tanto, repitiendo ningún término, porque no son sinónimos.

El **androcentrismo lingüístico** se manifiesta básicamente en el plano léxico, (a través del uso del masculino como genérico) y en el plano sintáctico (fundamentalmente, cuando el orden de la frase se construye tomando como sujeto principal al hombre o a lo masculino). Veamos algunos ejemplos extraídos de los diarios locales:

Los comerciantes están molestos

Los niños recordaron la fiesta patria con actos cívicos, mientras los más **jóvenes** participaron en el concurso de bandas

Los deportistas se reunieron en el evento

Los trabajadores y las trabajadoras que hayan sido **despedidos** recibirán una indemnización.

EFFECTOS DEL ANDROCENTRISMO EN EL LENGUAJE

PRESENTA AL VARÓN Y A LO MASCULINO COMO EL SER HUMANO EN GENERAL, (oculta a las mujeres y a lo femenino)

DISTINGUE AL VARÓN Y A LO MASCULINO COMO EL SER HUMANO UNIVERSAL (presupone a las mujeres la consideración de lo particular)

Establece una perspectiva que EXCLUYE A LAS MUJERES Y A LO FEMENINO

Establece una jerarquía que INFERIORIZA A LAS MUJERES Y A LO FEMENINO

Tenemos que saber que incurrimos en **sexismo lingüístico** cuando, como hablantes o como periodistas, **utilizamos un lenguaje que resulta discriminatorio** por la forma, **determinando el contenido**. Es decir, cuando en un discurso, un texto o un mensaje se emplean estructuras o palabras que ocultan o discriminan a alguno de los sexos. Por tanto es erróneo el argumento que sostiene que el uso de un lenguaje no sexista es un asunto meramente formal.

ALGUNOS ARGUMENTOS PARA EVITAR EL USO DEL LENGUAJE NO SEXISTA

La **economía del lenguaje** que busca justificar que no se utilicen alternativas de lenguaje no sexista en tanto resultan contrarias al principio de economía del lenguaje, según el cual la comunicación humana se rige mediante la utilización del menor número de signos. Según esta opinión,

la acumulación de varios sujetos dobles, del tipo: trabajadores y trabajadoras, hijos e hijas, etc., es reiterativa y entorpece la comunicación. Hay que advertir que este punto de vista reduce las posibles alternativas de usos no sexistas del lenguaje a una sola de ellas: los desdoblamientos, existiendo otras, que en la mayoría de las ocasiones, son más sintéticas, tales como: genéricos reales, abstractos, sujetos colectivos, etc.

El lenguaje no sexista dificulta la comprensión. Se piensa equivocadamente que redactar un texto asegurando que el lenguaje utilizado sea igualitario añade dificultades a la comprensión. Sin embargo, esto dependerá de la construcción del mensaje y de la destreza lingüística de quien escribe.

El lenguaje inclusivo inventa palabras y suena mal. Se acusa al lenguaje no sexista de inventar y prescribir palabras en femenino que además son desagradables al oído. Este argumento es falso, pues el lenguaje no sexista no inventa palabras, sino que otorga expresión lingüística a aquellas palabras que carecían de femenino en el lenguaje, por lo cual resulta necesario resignificarlas, por ejemplo, aquellas profesiones que tradicionalmente sólo tenían masculino, porque su práctica, en ciertas etapas históricas, era sólo permitida a los varones.

PROPUESTAS PARA EL CAMBIO: HACIA UN LENGUAJE INCLUSIVO

El lenguaje en sí mismo no es sexista, pero si el uso cotidiano que se hace de él. En ese sentido, es posible cambiar y evolucionar el uso del lenguaje, que debe ser lo suficientemente dinámico para adaptarse a una realidad que va cambiando y simultáneamente, aportando a la transformación de la realidad.

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

- a) **Considerar el uso de un lenguaje no sexista e igualitario una prioridad y una necesidad**
- b) **Mejorar nuestro conocimiento de la lengua de uso y del abanico de posibilidades que ésta ofrece,**
- c) **Familiarizarse con una serie de recomendaciones de uso** (como las que aparecen a continuación en este manual).

No es difícil hacerlo y hay bastantes recursos disponibles, veamos algunos ejemplos:

Uso de genéricos y abstractos que se refieren a ambos sexos: alumnado, profesorado, dirección, niñez...

Sustituir los adjetivos por sustantivos neutros: en lugar de decir “son muy listos” se puede decir “tienen mucha inteligencia”.

Utilizar pronombres relativos como “quién” o “quiénes” para decir “quienes hayan hecho los deberes” y no “los que hayan hecho los deberes”.

Intercalar sustantivos genéricos ante una palabra que no incluya a las mujeres: en vez de “los enfermos” decir “las personas enfermas”.

Decir un término en masculino y en femenino: “señoras y señores”.

Para textos escritos se puede acudir a la barra (“/”) o a la arroba (“@”) para nombrar el masculino y el femenino, siempre que sean textos que no vayan a ser leídos en alto o que no se puedan personalizar.

PROPUESTA DE USO DE UN LENGUAJE INCLUSIVO¹

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

En lugar de	Es conveniente usar:
El origen del hombre	El origen del ser humano
Todos los hombres son iguales ante la ley	Todas las personas son iguales ante la ley
La historia de los hombres	La historia de la humanidad
Los derechos del hombre	Los derechos de las personas
Hombres de Estado que han hecho historia	Estadistas que han hecho historia

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)

NO	SÍ
En lugar de	Es conveniente usar:
Los derechos del hombre	Los derechos de las mujeres y los hombres

¹ Fuentes consultadas y textos tomados de: **Manual de comunicación no sexista**, Ajuntament de Terrassa (<http://www.caib.es/rol>); **Guía rápida para un lenguaje no sexista**, F. Xavier Agulló i García (<http://www.etia.biz/blog/guia-sin-sexismos.pdf>); **Guía para una comunicación con Equidad de Género** (www.mugarikagabe.org)

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.

NO	SÍ
En lugar de	Es conveniente usar:
El denunciante	La persona que denuncia
El interesado	La persona interesada
El infractor	La persona infractora
El que suscribe	Quien suscribe
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
Oficina de atención al ciudadano	Oficina de atención a la ciudadanía
Los ciudadanos	La ciudadanía
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, los adultos mayores	Las personas mayores
Los policías	Los efectivos de la Policía
El trabajador	El trabajador / la trabajadora
Los administrados	Las administradas y los administrados
Los derechos de los niños	Los derechos de los niños y niñas

Gentilicios

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.

NO	SÍ
En lugar de	Es conveniente usar:
Los bolivianos	Las bolivianas y bolivianos o el pueblo boliviano
El cochabambino opina:	El pueblo de Cochabamba opina:
La renta de los potosinos	La renta de la población de Potosí

Nombres de oficios, cargos y profesiones

Cuando 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.

NO	SÍ
En lugar de	Es conveniente usar:
Sra. Carmen Aguilera, abogado	Sra. Carmen Aguilera, abogada
La técnico de enseñanza, Maria S.	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...

En lugar de	Es conveniente usar:
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

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.

a) Nombres variables

Son aquellos en los que la terminación del nombre se modifica de la siguiente manera:

-án ---) ana	Capitán / capitana
-ario / aria	Secretario / secretaria
-ado / ada	Delegado / delegada
-ivo / iva	Administrativo / administrativa
-nomo / noma	Agrónomo / agrónoma
dor / dora	Administrador / administradora (de fincas)
-gogo / goga	Pedagogo / pedagoga
-logo / -óloga	Politólogo / politóloga

b) Nombres invariables

Son aquellos en los que el cambio de género se realiza sin modificar la palabra si no el artículo precedente.

-a	el/la terapeuta
-e	el/la forense

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

c) Algunos casos que pueden provocar dudas

Masculino

Pedro N., **adjunto** de dirección

Un **agente** para la igualdad

Mi **ayudante**

Pasqual Maragall, **alcalde**

Un **arquitecto** técnico

El **archivero** del Centro

Un **asesor** político

El **consultor** en comunicación

Un **asistente** social

El **bedel** de la Universidad

Femenino

Ana N., **adjunta** de dirección

Una **agente** para la igualdad

Mi **ayudanta**

Rosa Aguilar, **alcaldesa**

Una **arquitecta** técnica

La **archivera** del Centro

Una **asesora** política

La **consultora** en comunicación

Una **asistenta** social

La **bedela** de la Universidad

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.

NO	SÍ
En lugar de	Es conveniente usar:
Datos del declarante	Datos de la declarante
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 eludir el artículo, sustituirlo por palabras desexuadas (quien), o bien despersonalizar la redacción.

NO	SÍ
En lugar de	Es conveniente usar:
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...

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).

NO	SÍ
En lugar de	Es conveniente usar:
Los y las telefonistas son muy atentos	Los y las telefonistas son muy amables
Dos comunicadores	Un comunicador y una comunicadora
Los candidatos y candidatas fueron convocados	Se convocó a los candidatos y las candidatas
Los consejeros y las consejeras nombradas	Los consejeros nombrados y las consejeras nombradas
Todos están invitados. Los que quieran venir....	Todo el mundo está invitado.

SUPERANDO ESTEREOTIPOS EN EL USO DEL LENGUAJE

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.

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)

NO	SÍ
En lugar de	Es conveniente usar:
ayudas a las madres	ayudas a las familias
madres monoparentales	familias monoparentales
La reivindicación de las madres de más plazas en guarderías...	La reivindicación de madres y padres de más plazas en guarderías...

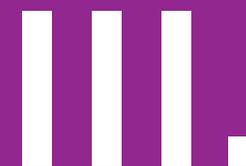
Evitaremos el estereotipo en la valoración y caracterización del femenino y del masculino en los textos dirigidos a la colectividad.

- 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.

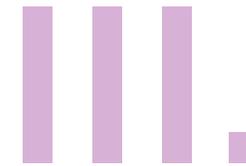
Ejemplos y casos:

- 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.

- 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.
- La atribución de sentimientos y emociones estereotipadas a mujeres y hombres, así como los juicios de valor, son también usos lingüísticos que conviene combatir.



La radio, un medio valioso
para avanzar en
la Equidad de Género



La radio, un medio valioso para avanzar en la equidad de género

La radio es el medio de comunicación de mayor llegada a lo largo y ancho del país y tiene en el lenguaje el centro de la producción radiofónica, los mensajes se transmiten a través de la palabra, la ausencia de imagen da más fuerza a lo que se dice en el imaginario colectivo y tiene por tanto más repercusión.

El lenguaje comunica nuestros pensamientos y da forma a nuestras ideas, es el principal vehículo de comunicación humana y refleja la historia, las tradiciones y el modo de ser de la sociedad en que vivimos. Transmite las formas de pensar, sentir, actuar y valorar de cada sociedad.

La radio puede constituirse en uno de los espacios desde donde se promueva el cambio hacia la equidad de género, introduciendo otro tipo de lenguaje y difundiendo nuevas ideas, o simplemente dejando de reproducir estereotipos y roles sexistas.

DECÁLOGO DE UNA RADIO NO SEXISTA²

- 1.- Amarás la equidad entre hombres y mujeres como valor ético fundamental para la sociedad.
- 2.- No dirás “hombres” cuando te refieras a “hombres y mujeres”. Lo que no se nombra no existe.
- 3.- Varía tus fuentes informativas. En las noticias y entrevistas que mujeres y hombres sean protagonistas por igual.
- 4.- Denunciarás la discriminación de las mujeres en el poder y en la vida pública. Si la mujer no participa en igualdad de condiciones, no hay democracia.
- 5.- No reducirás la información sobre mujeres a la farándula y la nota roja. El feminicidio no es “crimen pasional”, ni la violencia intrafamiliar es natural.
- 6.- No sacarás al aire música con letras ofensivas, ni chistes o refranes groseros contra las mujeres. Haz humor sin vulgaridad.
- 7.- No aceptes publicidad machista. Las mujeres no son anzuelo para vender mercancías.
- 8.- Presentarás a los varones sin estereotipos, con cualidades humanas de respeto, ternura, sensibilidad. Con una nueva masculinidad.
- 9.- Hablarán en tu radio indígenas, afro descendientes, lesbianas y gays, migrantes de distintas religiones, niñas y niños, jóvenes y de la tercera edad, personas con discapacidad, a quienes históricamente se les ha negado el derecho a la palabra.
- 10.- Ni más hombres ni más mujeres en la radio. La equidad empieza por casa.

² Fuente: Radialistas apasionadas y apasionados

IV.

Uso de imágenes:
lo que se muestra significa mucho

IV. Uso de imágenes: lo que se muestra significa mucho³

Las imágenes al igual que la comunicación escrita también transmiten un posicionamiento y formas de pensar. Transmitir imágenes en las que se refleje la equidad entre mujeres y hombres, es una necesidad. Además, recordemos que el lenguaje gráfico resalta más y es lo primero que se ve.

Antes de centrarnos en pautas para plantear imágenes equitativas y no ofensivas hacia las mujeres, debemos destacar que es importante mantener nuestra apuesta por mostrar la diversidad en nuestras imágenes, no sólo en cuanto al sexo, sino también en cuanto a la edad, etnia, diversos conceptos de la belleza, distintas capacidades de las personas y en los diferentes modelos familiares, entre otros. Tengamos en cuenta también, que al igual que en el caso del lenguaje, en la selección de las imágenes es clave analizar el contexto en el que va a ir inserta.

Debemos procurar cambiar los roles tradicionales que suelen asignarse a mujeres y hombres. Con respecto a la representación de las mujeres, visibilizar la diversidad de las mismas (edad, etnias, opción sexual, etc.) y combatir la utilización del cuerpo de las mujeres como un objeto o

³ Elementos recogidos de: Guía para una comunicación con Equidad de Género (www.mugarikagabe.org); Periodismo gráfico con perspectiva de género (<http://www.otrotiempo.org>)

anzuelo. Presentarlas fuera de espacios domésticos y situarlas también en aquellos relacionados con el empleo (en diferentes puestos de responsabilidad y reconocimiento social), el ocio y en ocupaciones tradicionalmente masculinas.

Al igual que las mujeres, hay que representar a los hombres, dejando de lado “al hombre” (autosuficiente, profesional, de clase media-alta, maduro y cuya casi única mirada hacia las mujeres es sexual). Incorporarlos a través de las imágenes a los espacios privados y en actitud activa en los cuidados y tareas domésticas. También visibilizar actitudes más relacionadas con la ternura, amistad, etc., menos visibles en las imágenes tradicionales de los hombres.

Por último recordar las relaciones que las imágenes reflejan:

- **Relaciones hombre-mujer:** visibilizar la posibilidad de construir otro tipo de relaciones basadas en la igualdad: en los centros de trabajo, en los hogares, en la política, etc; relaciones de camaradería, solidaridad, cooperación, atención y ayuda mutua, en la diversión o en situaciones problemáticas. Más allá de las habituales relaciones de seducción-atracción-sexual entre mujeres y hombres.
- **Relaciones mujeres-mujeres:** romper con el estereotipo de “rivalidad femenina” y mostrar las relaciones de cordialidad, atención, cooperación, solidaridad y ayuda entre las mujeres, tanto en espacios laborales como en la diversión y el ocio.
- **Relaciones hombres-hombres:** mostrar relaciones de amistad entre hombres y la realización de tareas tradicionalmente femeninas.

No escenificar los roles tradicionales de género.

NO



SÍ



Visibilizar a las mujeres y sus necesidades. Representar a las mujeres en su diversidad y no a la mujer desde los estereotipos

NO



SÍ





Presentar equilibrio numérico

NO



SÍ



Reflejar la diversidad y heterogeneidad en edad, etnia, cultura, físico, opción sexual, acordes con la realidad

NO



SÍ



El uso de imágenes de la mujer como objeto sexual o mercancía que asegura la venta de tiraje, es ofensivo con las mujeres y promueve la construcción de imaginarios y fantasías colectivas equivocadas sobre la sexualidad que se van internalizando en las personas.

Presentar el cuerpo de las mujeres como espacio público, instala la idea de que el cuerpo de las mujeres se puede disponer, tocar, violar. Por tanto, es necesario ser conscientes de que no se presenta a una mujer en particular, se está mostrando una representación de cuerpo de todas las mujeres como un objeto que puede ser usado.

V.

Tratamiento de la noticia:
¿cómo te acercas a la realidad?

V ■ Tratamiento de la noticia: ¿cómo te acercas a la realidad?

En este bloque se propone tener en cuenta una serie de aspectos a la hora de desarrollar los contenidos en la presentación de las noticias.

Como hemos visto en el apartado del lenguaje, el androcentrismo generaliza el punto de vista masculino como parámetro de análisis válido para el conjunto de la realidad invisibilizando a las mujeres y su contribución. Tanto el androcentrismo como el sexismo generan una visión parcial y falsa de la realidad, que además mantiene a las mujeres en una situación de subordinación frente a los hombres.

Por ello es importante proporcionar contenidos que, por un lado, den una información completa y objetiva, incluyendo y visibilizando también la realidad de mujeres y por otro, tomando precauciones para no reforzar estereotipos o interpretaciones prejuiciosas. Cada vez que facilitemos una información, o un análisis de un contexto determinado, debemos tener en cuenta incluir un análisis de género.

¿QUÉ ES UN ANÁLISIS DE GÉNERO?

El **análisis de género** consiste en el examen sistemático de las funciones desempeñadas por mujeres y hombres, teniendo en cuenta los desequilibrios existentes en su acceso al trabajo, los recursos, el ocio, la riqueza, la cultura y el poder. Por tanto, permite comprender los procesos e instituciones sociales que producen y reproducen la desigualdad genérica; los mecanismos de dominación que utilizan los hombres, como grupo social; las formas en que las mujeres son expropiadas de los beneficios de su trabajo; la valoración asimétrica de la capacidad y comportamientos de ambos sexos, así como el distinto acceso a recursos y poder.

LOS ESTEREOTIPOS SEXISTAS SON UN OBSTÁCULO PARA LA IGUALDAD Y EL RESPETO A LA DIGNIDAD DE LAS MUJERES⁴

Entendemos, con la Real Academia de la Lengua Española - RAE, que una persona digna es aquella que habla y se comporta de manera que merece el respeto y la estimación de las demás personas y de sí misma, y que no comete actos que degradan o avergüenzan, que no se humilla y que no tolera que la humillen. Especialmente en el caso de las mujeres, el concepto de dignidad ha cambiado con el paso del tiempo: antes estaba asociado a comportamientos subordinados respecto a las normas establecidas. Hoy el respeto y la consideración social de las mujeres conlleva otros valores distintos: el desarrollo de sus aptitudes, la independencia económica a través de un empleo digno y el logro de sus aspiraciones individuales (tanto en el espacio doméstico como en el profesional). Los estereotipos sexistas son un impedimento en el camino de las mujeres para lograr la igualdad.

⁴ Tomado de <http://www.pilarlopezdiez.eu>

Los medios de difusión tienen una función clave en la lucha contra los estereotipos sexistas. Pueden contribuir a presentar una imagen realista de la competencia y el potencial de las mujeres y los hombres en la sociedad actual y evitar retratarlas de manera degradante y ofensiva.

- Los estereotipos basados en la representación de las mujeres, adolescentes e incluso niñas como objetos sexuales atentan contra su dignidad y, objetivamente, las coloca en situaciones de dependencia y sumisión respecto a los hombres en sus relaciones interpersonales y sociales, ayudando a mantener situaciones de desigualdad que promueven la violencia contra las mujeres.
- Los asuntos emotivos y de interés humano no deben ser ilustrados solamente a través de imágenes femeninas. En 'situación de accidentes, desastres naturales y temas similares, la información veraz es la que también recoge las imágenes de los hombres que sufren.
- Se evitará destacar las relaciones estereotipadas de competencia, deslealtad, enemistad, etc., entre mujeres (también existen relaciones de amistad, cordialidad, cooperación, apoyo, ayuda y solidaridad, de la misma forma que entre los hombres).
- Cuando se hace referencia a una mujer, el texto no debería gratuitamente mencionar relaciones familiares cuando no es relevante para el tema. Habría que usar los mismos valores para los hombres y para las mujeres al decidir si incluir menciones específicas a la situación marital o familiar.
- La asignación dicotómica de características de la personalidad (tanto intelectuales como emocionales) a hombres y mujeres, es un obstáculo para las mujeres en el camino hacia la igualdad. Tanto en la información como en el entretenimiento y la publicidad, debería tenerse en cuenta que los grupos humanos,

hombres y mujeres, son complejos. Son los estereotipos asignados, a unos u otras, los responsables de definir supuestas características que se han venido entendiendo como femeninas (las mujeres son... maternales, abnegadas, poco lógicas o sentimentales, entre otros) o masculinas (los hombres son decididos, racionales, dominantes, etc.).

- No es justo informar de manera que se pueda interpretar como reprobables comportamientos que parecen indeseados socialmente sólo en el caso de las mujeres (“una madre abandona a su hijo en la calle”), cuando no se sigue el mismo criterio respecto a comportamientos masculinos similares. La profesión periodística tiene que preguntarse dónde estaba el padre o por qué la madre no pudo llegar a tiempo para recoger a su hijo. No se penalizará el comportamiento femenino respecto a los mismos compromisos que también tienen los hombres como padres.
- Para lograr la igualdad es preciso conciliar la vida personal, laboral y familiar de las personas y para ello es imprescindible que los medios de comunicación representen habitualmente a los hombres realizando las labores domésticas y de cuidado de forma natural, sin connotaciones jocosas que desvirtúen la corresponsabilidad en este tipo de tareas en condiciones de igualdad.
- La tipología de las representaciones de las mujeres no se deben limitar a aquellas que se han adaptado a los comportamientos y formas de vida tradicionales. La presencia de mujeres que se salen de este marco, e incluso lo desafían, no sólo enriquece los contenidos de los medios, sino que puede concitar un mayor interés y atención del público.

VI.

10 propuestas para lograr un tratamiento informativo igualitario, plural y de calidad

VI. 10 propuestas para lograr un tratamiento informativo igualitario, plural y de calidad

¡PON LOS MEDIOS PARA LOGRAR LA IGUALDAD!⁵

- 1.- Desde la perspectiva de género en el desarrollo, el derecho de la ciudadanía a una información libre, veraz y de calidad, exige un tratamiento informativo igualitario que ofrezca una imagen adecuada, no estereotipada y plural de las mujeres, tanto del Norte como del Sur.
- 2.- El rigor periodístico aumentará si diversificamos y equilibramos las fuentes de información y tenemos en cuenta a las expertas, a las profesionales, a las organizaciones feministas y, por supuesto, a las mujeres de a pie. Para facilitar ese retrato más completo y preciso de la realidad también es muy útil el empleo de estadísticas desagregadas por sexo.
- 3.- Es importante que nos hagamos preguntas sobre el modo en que se da la información: ¿Es o no sexista el lenguaje empleado?; ¿aparecen las mujeres en roles subalternos y supeditadas a su vinculación con algún hombre, o son las protagonistas de la noticia?; ¿se recogen o no testimonios de mujeres?; ¿están asociados los roles representados a papeles tradicionalmente

⁵ Tomado de Protocolo de actuación periodística y publicitaria sobre igualdad de mujeres entre hombres y mujeres, Pilar López Díe <http://www.entreculturas.org>

femeninos (madre, ama de casa, cuidadora, etcétera), o a sus profesiones y a su participación política y social?; ¿se las coloca en posición de víctimas o se destaca su papel como agentes de cambio?; ¿se resalta su imagen física o se informa de lo que dicen y hacen?

- 4.- No hay "temas de mujeres", el género atraviesa todos los aspectos vitales y sociales: políticos, económicos, laborales, educativos, culturales, artísticos, deportivos... Que las mujeres dejen de ocupar un lugar anecdótico en las "secciones duras" de los medios evitará informaciones parciales y sesgadas. La incorporación de otras perspectivas como la de la economía de los cuidados, como centro y motor de la vida y base del sistema socioeconómico, contribuye a mirar la realidad de forma más global.
- 5.- Cualquier información estará incompleta si no visibiliza a las mujeres como personas activas y protagonistas de la realidad y si no recoge la diversidad y pluralidad de sus voces y miradas.
- 6.- En el ámbito empresarial y organizativo, los medios ganarán credibilidad si apuestan por la representación paritaria en sus órganos de decisión, por la integración de las políticas de igualdad y conciliación en todos sus escalones directivos y laborales, y por la formación de sus plantillas en temas de género.
- 7.- Los medios pueden jugar un decisivo papel social como observadores críticos del cumplimiento de los acuerdos nacionales e internacionales para promover la igualdad. Las buenas leyes ya existen; sólo falta cumplirlas.
- 8.- Informar con perspectiva de género en el desarrollo evita caer en visiones estereotipadas, paternalistas y etnocéntricas sobre las mujeres del Sur, que son el auténtico motor de desarrollo de sus países.

- 9.- Los medios de comunicación asumen una gran responsabilidad al tratar temas clave como la violencia de género, que conviene abordar en toda su complejidad y a partir de las relaciones de poder de una sociedad machista, y no como una simple crónica de sucesos.
- 10.- A medio plazo, el objetivo de alcanzar un tratamiento informativo igualitario pasa por la educación, tanto con la integración transversal del enfoque de género en todos los ciclos de enseñanza, como con la formación en género de las y los profesionales de la comunicación.

VII.

Propuestas para el tratamiento
de noticias sobre violencia
hacia las mujeres

VII. Propuestas para el tratamiento de noticias sobre violencia hacia las mujeres⁶

La violencia hacia las mujeres es una clara manifestación de una sociedad machista y en los últimos años ha llamado poderosamente la atención de los medios de comunicación y aparecen frecuentemente en las noticias. Si bien el tratamiento informativo ha evolucionado y los medios de comunicación han pasado de tratar cada caso como un suceso aislado a considerarlo como un problema social haciéndolo visible y sacándolo del espacio privado e impulsando la denuncia, el tratamiento noticioso supone cuidados especiales que no siempre observamos en la prensa local.

La forma en que se transmite este tipo de información no siempre es adecuada, persistiendo la tendencia a reproducir algunos tópicos presentes en el imaginario que naturalizan la violencia, culpabilizan a las propias mujeres, emiten juicios de valor o caen en el sensacionalismo, abordajes que contribuyen a que la violencia contra las mujeres se normalice o banalice.

Ante ello es necesario tomar en cuenta la repercusión que tiene la información en la formación de opinión pública, es muy importante que

⁶ Fuentes consultadas: **Decálogo para el tratamiento periodístico de la violencia contra las mujeres** (http://www.fesgenero.org/novedades/decalogo_triptico.pdf), **Mujer, violencia y medios de comunicación**, Instituto Oficial de Radio y Televisión. RTVE, 2002 (<http://www.mujeresenred.net/>)

Las noticias referidas a violencia de género sean tratadas adecuadamente y aporten al cambio. La violencia de género es un problema complejo. Las noticias sobre la violencia contra las mujeres deben reflejar dicha complejidad y no contribuir a reproducir o ejercer mayor violencia.

A pesar de que la violencia de género o violencia contra las mujeres no es un problema nuevo, su presencia, ocupar un espacio visible en los diarios y en los noticiarios; nombrar el fenómeno es algo realmente reciente, debido a la progresiva toma de conciencia social promovida por el movimiento de mujeres en Bolivia y en todo el mundo, sobre la gravedad del problema y su visibilización. Es necesario reiterar que los medios son poderosos conductores de imágenes y perfiles humanos, tienen repercusión y crean opinión pública, pero también pueden generar reacciones negativas, de rechazo o indiferencia, que lamentablemente es lo más frecuente en nuestro medio.

Después de revisar material producido por organizaciones de mujeres, activistas en defensa de los derechos humanos y periodistas, extraemos propuestas y recomendaciones que confiamos sean útiles para realizar un adecuado tratamiento a las noticias de violencia contra las mujeres y así contribuir desde el trabajo periodístico, a la condena social y paulatinamente a su reducción de este grave problema social.

1. Sobre las formas de nombrar la violencia

Es recomendable utilizar términos como violencia de género, violencia machista; violencia sexista; violencia masculina contra las mujeres o la más general, violencia contra las mujeres, evitando términos como violencia doméstica, de pareja, intrafamiliar porque oculta la naturaleza de las agresiones que se ejercen contra las mujeres, que se producen debido a que el agresor considera inferior y vulnerable a la mujer.

2. La violencia de género es un delito

La violencia de género es un delito y debe ser tratado como tal, en tanto y en cuanto constituye una conducta antijurídica que debe ser prevenida y sancionada. Es un problema social, un atentado contra el derecho a la vida, la dignidad, la integración física y psíquica de las mujeres. Existen diferentes formas de violencia contra la mujer que deben ser visualizadas, según su pertinencia, en el tratamiento informativo:

- física
- aislamiento y abuso social
- abuso ambiental
- abuso económico
- conductas de control y dominio
- control por medio de amenazas
- abuso verbal y psicológico
- violencia sexual
- abuso emocional
- chantaje emocional
- Cualesquiera otras actuaciones o conductas que lesionen o sean susceptibles de lesionar la dignidad o integridad de la mujer.

3. Las causas de la violencia de género

La violencia de género no es ningún suceso imprevisible ni un accidente impredecible y fortuito que no tiene explicación. Al cubrir cualquier tipo de violencia de género debe hacerse referencia a las relaciones de poder que ejercen los hombres maltratadores sobre las mujeres con las que se relacionan. Se debe evitar ser correa de transmisión de ideas superficiales y prejuiciosas que atribuyen el crimen a estereotipos como el alcohol, las drogas, una discusión o celos, etc.

El estereotipo más difundido en nuestro medio es el del “crimen pasional” que no hace otra cosa que justificar la actuación criminal. En el imaginario colectivo el término «pasional» remite al amor romántico, a los «amores que matan» (equivale a decir por ejemplo «la mató porque la quería»), prejuicio que frivoliza y hasta justifica el crimen. El calificativo pasional obstaculiza toda posibilidad de análisis: si el hombre que mata es un «apasionado», para el periodismo está clara la razón, y entonces la mirada se pone sobre la víctima: «Algo hizo ella que motivó la pasión, el arrebató». Además, se tiende a caer en una mirada que omite la contextualización del hecho.

4. Quién es quién

Hay la tendencia en abundar sobre la identidad y los datos personales de la víctima y se deja de lado o se esconde la identidad del agresor, cuando lo importante es proteger la identidad de la mujer agredida, no la del agresor. Identificar el comportamiento del agresor con la víctima y describir su modus operandi (sobre todo en casos de agresión sexual en vía pública), puede ayudar a otras mujeres a identificar conductas y prevenirlas. Aunque los agresores no tienen un perfil definido es importante señalar las características de cada agresor particular.

Hay informaciones que pueden perjudicar a la víctima y a su entorno. No siempre es conveniente identificarla. Es ofensivo para la víctima utilizar diminutivos, apócopos, apodos, etc. para nombrarla. Si la víctima decide dar testimonio, hay que respetar su voluntad de divulgar o no su identidad y de qué manera. ¿Está en peligro o presionada?, es una pregunta que un periodismo responsable debe hacerse al elaborar la noticia.

5. Evitar el sensacionalismo y el morbo tanto en el contenido (redacción), como en las formas (imágenes fotográficas y televisivas).

El cómo de la violencia de género. Hay que tener especial cuidado cuando se transmite el cómo se produjo la agresión ya sea en caso de asesinato u homicidio o en caso de violencia en general: “La mató a cuchilladas”, “le asestó veinte puñaladas” o detalles de la agresiones sexuales; esta información no ayuda a la sociedad a tomar conciencia del problema y sí puede ser un medio para traspasar la fina línea divisoria que puede hacer volcar la información hacia el morbo y el sensacionalismo que siempre hay que evitar. Por lo tanto es recomendable valorar lo que se dice y las imágenes que se utilizan.

6. Imágenes

Respetar a las víctimas y a sus familias, alejarse del sexismo, el sensacionalismo y la obscenidad... En ningún caso los medios de comunicación utilizarán imágenes que puedan provocar dolor o sufrimiento a las víctimas o a sus familias.

Tampoco se debe revictimizarlas o mostrar sus lesiones o partes de su cuerpo. En el caso de los niños, las imágenes están protegidas por norma, en el caso de mujeres adultas esto no sucede, por lo que resulta clave orientarse por principios éticos y de respeto a la víctima. Hay la tendencia de graficar las noticias sobre violencia contra las mujeres con fotografías de las mismas, sin respetar el derecho a la intimidad. NO se utilizarán nunca las imágenes ni las identidades de las víctimas.

Algunos medios han optado por utilizar fotografías bajadas de Internet sin citar la fuente, recurso que tergiversa la noticia, el contexto y que presenta sesgos inadecuados. Cuando se musicaliza, no usar temas que remitan al terror, ni que contengan letras que hablen de «amores enfermos» o celos.

7. No justificar Ni culpabilizar

Nunca buscaremos justificaciones o motivos que distraigan la atención del punto central: la violencia cometida contra la víctima. Hay que evitar los testimonios o comentarios que puedan interpretarse como culpabilizadores para las víctimas, de la propia situación que padecen: “la mujer se enzarzó en una discusión con el agresor”; “salió a una discoteca y la violaron”; “Hombre mata a esposa porque cree que uno de sus hijos era de otro” y otros similares. Esta práctica es muy común debido a la interiorización del prejuicio de que existen situaciones que “justifican la violencia”, tal como lo expresan los argumentos mencionados, que llegado el caso pueden provocar más violencia. En la noticia debe quedar claro que el responsable de la violencia de género es el agresor.

8. Agendar la denuncia de la violencia de género

Es importante mantener el tema en agenda, denunciando la violencia en todas sus expresiones: psicológica, económica, emocional, sin esperar la muerte de las mujeres. Abordar el relato de los hechos tomando en consideración su singularidad, pero también aquello que lo asemeja a otros casos. Eso permitirá abandonar consideraciones tales como “otro caso” de, “un caso más de...”, evitando un efecto anestésico o de pérdida de sensibilidad de la opinión pública frente a este tipo de sucesos inaceptables. Es vital contribuir a generar una actitud social de cero tolerancia a la violencia de género o violencia machista, que fortalezca una corriente de opinión que exprese sin ambigüedad, su rechazo a las formas de agresión que afectan fundamentalmente a las niñas, adolescentes y mujeres en nuestra sociedad.

9. Evitar datos irrelevantes y la rumorología

Evitar aportaciones irrelevantes o realizar ampliaciones de la nota con manifestaciones de terceros (familiares, vecinos) no relevantes para el caso y que pueden culpabilizar a la víctima o su entorno. Se destacará, en cambio, el valor de romper el silencio y denunciar los malos tratos, ofreciendo noticias positivas de mujeres que logran salir de la violencia. Consultaremos todas las fuentes, pero excluirémos las declaraciones de la vecindad del tipo “era una pareja normal” o “tenían discusiones normales”, ya que responden a rumores y no a información fiable. Además, estos comentarios son contraproducentes para luchar contra este tipo de violencia. Los antecedentes sobre disensiones o buenas relaciones en el seno de la pareja, por ejemplo, inducen a explicar la violencia como la consecuencia lógica de una situación de deterioro o, por el contrario, como un “arrebato ocasional”.

10. No lucrar con la violencia de género

Rechazar la explotación comercial del suceso: no se utilizará a las personas agredidas para explotar comercialmente el caso o para rentabilizarlo con vistas a mejorar audiencias: en todos los casos se buscará únicamente el beneficio social derivado de la actuación informativa. La noticia deberá ser tratada de forma rigurosa y exenta de morbo, dando voz a las víctimas y a personas expertas.

Es importante aportar información útil para orientar a las mujeres sobre los servicios especializados existentes en atención de casos de violencia: Servicios Legales Integrales –SLIMs, Brigadas de Protección a la Mujer y la Familia, Defensorías de la Niñez y Adolescencia, etc. y sobre las leyes vigentes en nuestro país en torno a esta problemática.

GLOSARIO

Glosario⁷

ABUSO SEXUAL

Aprovechamiento excesivo e inadecuado de carácter sexual de una persona sobre otra. Maltrato físico y/o verbal sobre una persona adulta o menor con el fin de obtener una satisfacción sexual. Se diferencia de la explotación sexual comercial en que no se efectúa ninguna transacción económica.

ACCIÓN POSITIVA

Medida de carácter temporal que trata de corregir, prevenir o erradicar situaciones de desigualdad que sufren las mujeres con respecto a los hombres y que suelen estar ancladas en creencias, costumbres o roles sociales.

ACOSO SEXUAL

Cualquier comportamiento -verbal, no verbal o físico- no deseado, de índole sexual, que tenga por objeto violar la dignidad de una persona, en particular si crea un entorno intimidatorio, hostil, degradante, humillante u ofensivo.

⁷ Textos extraídos de <http://www.escueladefeminismo.org> y <http://www.ciudaddemujeres.com/vocabulario>

La definición común de “acoso sexual” quedará incluida en una directiva comunitaria sobre la igualdad de trato entre hombres y mujeres en el acceso al empleo.

AGENTE DE IGUALDAD

Persona que tiene como objetivo integrar la dimensión de Igualdad de Oportunidades entre hombres y mujeres en la política municipal, aplicar la transversalidad del principio de igualdad de oportunidades, promover la Igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en aquellas áreas que influyen en la vida de las mujeres, sensibilizar a la opinión pública de la necesidad de actuar a favor de la Igualdad de Oportunidades, así como conseguir el fomento del empleo y la actividad económica de las mujeres y la participación social de las mismas.

ÁMBITO PRODUCTIVO Y ÁMBITO REPRODUCTIVO

El ámbito productivo es el lugar en el que se desarrolla la actividad productiva de la economía cuyos frutos tienen un determinado valor de cambio. Es un espacio de producción opuesto radicalmente al ámbito reproductivo, en el que se incluye todo lo referido a la reproducción de las personas, al cuidado de los demás y a la vida doméstica, con un valor, por lo tanto, de uso y al margen de la economía formal.

En la visión androcéntrica del mundo, el ámbito productivo corresponde a los hombres y el reproductivo a las mujeres, lo que implica una clara asignación de tareas diferentes en función de los sexos. A esto hay que añadir que uno y otro campo merecen una distinta valoración social: reconocimiento y prestigio en el caso del ámbito productivo; desprestigio y minusvaloración en el caso del ámbito reproductivo.

ANÁLISIS DE GÉNERO

Es una herramienta para examinar una situación y cada uno de sus componentes teniendo en cuenta especialmente el componente género. El análisis de género nos permite visualizar dentro de un sistema las relaciones entre el género femenino y masculino como relaciones de poder, donde lo masculino domina lo femenino (subordinación). El análisis de género nos evidencia que actualmente la construcción social nos adjudica: ROLES diferentes para cada sexo; ESPACIOS diferentes para cada sexo y ATRIBUTOS diferentes para cada sexo.

ANDROCENTRISMO

Punto de vista que toma al varón y a lo masculino como centro y medida de todas las cosas. En consecuencia, conlleva la invisibilización de las mujeres. Reproduce la jerarquía del sistema de género, al establecer al varón como modelo, como representante universal de lo humano, y a la mujer, como lo particular, y por tanto, fuera del modelo y subordinada a él. Es, por tanto, una perspectiva que muestra un sesgo de género. Se ha impuesto hegemónicamente como único punto de vista en los distintos discursos culturales, científicos, económicos, históricos.

El androcentrismo desde el punto de vista social comprende un cúmulo de discriminaciones e injusticias hacia las mujeres, ya que impregna el pensamiento político, religioso, científico y filosófico, aún en la actualidad. Tantos siglos de ver el mundo de esa manera nos lleva a pensar que son verdades inamovibles, incapacitándonos, en ocasiones, para la reflexión y la crítica.

BRECHA DE GÉNERO

Traducción del término inglés 'gender gap'. Se refiere a las diferentes posiciones de hombres y mujeres y la desigual distribución de recursos, acceso y poder en un contexto dado. Constatar una brecha de género en un contexto significa normalmente que en éste existe una desigual

distribución donde el colectivo que pertenece al género femenino forma el grupo que queda con menos recursos, poder etc.

DECONSTRUCCIÓN

Concepto del que se sirve el feminismo para enfrentarse al principio androcéntrico que ordena el conocimiento y las relaciones humanas en torno a pares binarios, donde la primera unidad tiene un valor superior a la segunda; en el caso que nos trae, masculino/femenino.

La deconstrucción intenta mostrar que estos pares, centros y sistemas son ordenamientos humanos y, por tanto, no son naturales ni inmutables; de esa forma, pueden ser desmantelados y, con ellos, todo el discurso androcéntrico y subordinante del hombre hacia la mujer. El término "deconstrucción" pertenece al filósofo francés Jacques Derrida.

DERECHOS HUMANOS DE LA MUJER

Los derechos humanos son inherentes a la persona, reconocidos en la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948, sea hombre o mujer, sin importar la edad, color, sexo, religión u opinión política; las mujeres nacen libres en dignidad y derechos, entre los que se puede señalar: el derecho a la vida, a un nombre, el acceso a la salud, a la educación, al respeto, a la paz, a no ser maltratada física ni psicológicamente. Estos derechos deben ser respetados y la ley los protege.

Un derecho humano es la opción a tener acceso a todos los servicios que contribuyan al desarrollo y a manifestar libremente lo que se siente y piensa en beneficio de su integridad personal y moral, lo que beneficiará a su familia y consecuentemente a toda la sociedad.

DERECHOS REPRODUCTIVOS

Los derechos reproductivos son tales derechos que tienen que ver con todo el ámbito de la reproducción. Esto implica la posibilidad de disfrutar una sexualidad satisfactoria y sin riesgos de poder tomar decisiones propias sobre la manera de reproducirse (sí, cómo, y qué número de hijas/hijos). Normalmente se entiende por ende que los derechos reproductivos son los derechos que tienen las mujeres y los hombres para poder obtener información y libre acceso a los métodos anticonceptivos, así como el derecho para las mujeres a recibir seguimiento adecuado durante sus embarazos y a la atención personalizada durante y después del parto. Durante mucho tiempo los derechos reproductivos estuvieron ausentes en los conceptos de los derechos fundamentales. Los derechos reproductivos fueron incluidos como una categoría más en los derechos humanos a partir de los años noventa.

DIFERENCIAS ENTRE GÉNERO Y SEXO

El término SEXO alude a las diferencias biológicas entre hombres y mujeres (órganos genitales y reproductivos) y que son naturales, congénitas y universales, por lo tanto inmutables, irreversibles.

El término GÉNERO se refiere a las diferencias construidas por la sociedad para hombres y mujeres, a su forma de relacionarse y dividir sus funciones. Estas diferencias se pueden modificar y cambiar según el tiempo, contexto y clase social, etnia, edad, región, cultura, religión. Se expresan en "lo femenino" y lo "masculino". Son las características sociales, culturales, políticas, psicológicas, jurídicas y económicas que hacen diferentes a las mujeres y los hombres. EL GÉNERO ES EL SEXO SOCIALMENTE CONSTRUIDO.

DISCRIMINACIÓN

Situación de marginación sistemática, histórica y profundamente arraigada en un momento dado y en una determinada sociedad, que

incide sobre ciertos colectivos, caracterizada bien por razones derivadas de opciones legítimas de todo ser humano o por concurrir en ellos rasgos inseparables de la persona, sobre cuya pervivencia ésta no tiene ninguna posibilidad de elección.

Existen dos tipos de discriminación:

- **Discriminación directa.** Situación en la que se trata a una persona menos favorablemente en razón de su sexo.
- **Discriminación indirecta.** Situación en la que una ley, un reglamento, una política o una práctica, aparentemente neutrales, tienen un impacto desproporcionadamente adverso sobre los miembros de uno u otro sexo, a menos que la diferencia de trato pueda justificarse por factores objetivos.

EMPODERAMIENTO

Proceso de acceso, por parte de las mujeres, a los recursos para el desarrollo de sus capacidades personales y a poder participar, de manera activa, en la vida de la comunidad en términos económicos, sociales y políticos.

EQUIDAD

Respuesta consciente que se da a una necesidad o situación, de acuerdo a las características o circunstancias propias o específicas de la persona a quien va dirigida la acción, sin discriminación alguna.

Acto de justicia social y económica, basado en una noción ética, política y práctica, que supera a una mera distribución. En este sentido, son inherentes a la equidad el aumento de las capacidades, las habilidades, la redefinición de los derechos de las personas, y el respeto a las diferencias y a la cultura.

ESTEREOTIPO

Es una imagen o idea aceptada comúnmente por un grupo o sociedad, que presenta un carácter inmutable. Conjunto de ideas que un grupo o una sociedad obtiene a partir de las normas o patrones culturales previamente establecidos.

ESTEREOTIPOS SEXUALES

Construcción cultural que supone una visión determinada sobre cada uno de los sexos, asignándoles de forma desigual y discriminadora distintos papeles, actitudes y características. Los estereotipos crean arquetipos, a través de imágenes que cumplen el papel de proponer modelos rígidos, en los que hay que encajar para ser socialmente aceptados. En definitiva, los estereotipos sexuales fijan un modelo de ser hombre y un modelo de ser mujer, validados socialmente y que, a partir de esa visión tópica construida, establecen un sistema desigual de relaciones entre ambos sexos y de cada uno de ellos con el mundo.

EXPLOTACIÓN SEXUAL COMERCIAL

Se produce cuando una persona o grupo de personas involucran a otras personas, generalmente mujeres y niñas, en actividades sexuales de cualquier tipo, para satisfacción de los intereses y deseos de otras personas o de sí mismas, a cambio de remuneración económica u otro tipo de beneficios o regalías.

FEMINICIDIO

Es el homicidio de mujeres motivado por su condición de mujer. Se trata de un término más específico que el de homicidio y serviría para dar visibilidad a las motivaciones últimas de una mayoría de los homicidios de mujeres: la misoginia y el machismo; siendo la forma más extrema de violencia contra la mujer.

El feminicidio es el crimen contra las mujeres por razones de género. Es un acto que no responde a una coyuntura ni actores específicos, pues se desarrolla tanto en tiempos de paz como en tiempos de conflicto armado y las mujeres víctimas no poseen un perfil único de rango de edad ni de condición socioeconómica. Sin embargo, existe mayor incidencia de la violencia en mujeres en edad reproductiva. Los autores de los crímenes tampoco responden a una especificidad, ya que estos actos pueden ser realizados por personas con quienes la víctima mantiene un vínculo afectivo o social, como por ejemplo familiares, parejas, enamorados, novios, convivientes, cónyuges, exconvivientes, excónyuges o amigos. También es realizado por personas conocidas, como vecinos, compañeros de trabajo y de estudio; de igual forma que por desconocidos para la víctima. Asimismo, puede ser perpetrado de manera individual o colectiva, e incluso por mafias organizadas.

FEMENIDAD Y MASCULINIDAD

Son los patrones que nos ofrece el sistema sexo / género vigente, que nos conduce a la represión de nuestras características y sentimientos personales. Adoptamos actitudes que responden a lo que la sociedad espera de nosotros, como varones y mujeres, y no a lo que realmente somos y queremos ofrecer como seres humanos. Un varón puede ser fuerte, inteligente, audaz, líder y a la vez sensible, cariñoso, tierno y considerado, reuniendo características asignadas tradicionalmente a lo masculino o femenino.

FEMINISMO

Movimiento social, político y económico, protagonizado mayoritariamente por mujeres que han denunciado, desvelado y transgredido sistemáticamente el sistema social imperante, el patriarcado, basado en la preeminencia de lo masculino y del hombre sobre la subsidiariedad y

subordinación de lo femenino y de las mujeres, construyendo de este modo el sujeto social mujer, su ciudadanía, su humanidad.

Es también un movimiento histórico cuyos orígenes sitúan algunas autoras en los albores del siglo XVIII; es heredero, por tanto, del pensamiento ilustrado.

Es también ciencia, porque desde la biología, la antropología, la medicina, la literatura, la psicología..., visibiliza, conoce e interpreta la existencia de una realidad sexuada; y crítica, porque reconoce la subordinación de género como origen y fundamento de la sociedad patriarcal y del pensamiento científico androcéntrico.

El feminismo es cultura porque, desde su crítica, viene también proponiendo alternativas de vida que impregnan tanto la vida social como personal de mujeres y hombres; va transformando las mentalidades, los símbolos, los valores, la estética, las costumbres, los usos y los modos sociales sexistas por relaciones más justas, solidarias y democráticas.

FEMINISTA

Relativo al feminismo, Dícese del/a partidario/a del feminismo.

GÉNERO

El concepto que se refiere a las diferencias socioculturales que existen entre mujeres y hombres en determinados períodos históricos y culturas. Las sociedades configuran una serie de responsabilidades, papeles y funciones y determinan diferencias en el acceso a los recursos, en las necesidades y en la visión del mundo de las mujeres y los hombres de las distintas clases sociales. En el léxico del desarrollo, el género es una variable de análisis que permite analizar los papeles que desempeñan las mujeres y los hombres y sus respectivas dificultades, necesidades y oportunidades. El término "género" no es sinónimo de "mujer" sino que

hace referencia a los atributos socioculturales, al análisis de las funciones de cada sexo y de sus inter - relaciones.

IDENTIDAD DE GÉNERO

La identidad es una dimensión de las personas, de los grupos sociales. ¿Quién soy yo? Cada uno de nosotros tiene una identidad y es el contenido de nuestro ser, mi identidad es lo que yo soy.

El concepto de "Identidad de Género" alude al modo en que el ser hombre o mujer viene prescrito socialmente por la combinación de rol y estatus atribuidos a una persona en función de su sexo y que es internalizado por ella misma. Las entidades y roles atribuidos a uno de los sexos son complementarios e interdependientes con las asignadas al otro sexo. Es así como suelen atribuirse características contrapuestas, como por ejemplo, dependencia en las mujeres e independencia en los hombres. Conjunto de mecanismos conscientes e inconscientes que cada persona internaliza; formas específicas de pensar, sentir y actuar que definen los roles que desempeñarán a lo largo de su vida.

IGUALDAD

Es un principio legal que juzga sin hacer diferencias. Se entiende como igualdad de derechos, la redefinición de las reglas de convivencia social entre hombres y mujeres, cultura política de la no discriminación, así como la superación de barreras y eliminación de obstáculos.

IGUALDAD DE GÉNERO

Término que refleja la voluntad de que mujeres y hombres dispongan de iguales posibilidades, gracias a un acceso equitativo a la educación, la salud y los puestos administrativos y directivos; el pago igualitario por trabajo del mismo valor, y una repartición equitativa de los escaños parlamentarios.

IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

Ausencia de toda barrera sexista para la participación económica, política y social.

INVISIBILIDAD

A lo largo de la historia, las mujeres y sus aportaciones han sido negadas y ocultadas. La historia de la humanidad se ha construido desde la visión androcéntrica del mundo, que excluye a las mujeres, llegando a ni tan siquiera nombrarla (de ahí, por ejemplo, la utilización de los términos masculinos como genéricos, teóricamente globalizadores e influyentes, y cuya única realidad es que ocultan y excluyen la presencia de las mujeres). Esta invisibilidad de las mujeres se debe a la desigualdad entre hombres y mujeres que parte de la superioridad de los unos sobre las otras. Para cambiar este mundo androcéntrico y patriarcal es necesario recuperar la historia de las mujeres, tanto en lo que se refiere a mujeres singulares como a todas las aportaciones que las mujeres han hecho desde sus distintas miradas y realidades.

IMAGINARIO SOCIAL

Conjunto de representaciones sociales que contribuyen a unir a los hombres de una comunidad entre sí en base a creencias compartidas y que dan un sentido a su accionar. Gracias a ello la comunidad se mantiene unida por el lenguaje y la acción y no sólo por sus elementos materiales.

LENGUAJE SEXISTA

Es aquél que nombra la realidad subsumiendo lo femenino en lo masculino e integrando a las mujeres en el mismo, imposibilitándoles de esa manera que nombren el mundo desde su género.

MACHISMO

Fenómeno sociocultural que exalta los valores masculinos, la hombría, la virilidad, el poder de los hombres, expresado con violencia, fuerza y ante todo, la actitud de superioridad y dominio sobre las mujeres.

MISOGINIA

Es una forma de sexismo que implica odio, repudio y desprecio por las mujeres.

PATRIARCADO

El patriarcado es un sistema familiar y social, ideológico y político con el que los hombres, a través de la fuerza, la presión directa, los rituales, la tradición, la ley o el lenguaje, las costumbres, la etiqueta, la educación y la división del trabajo, determinan cuál es o no es el papel que las mujeres deben interpretar con el fin de estar en toda circunstancia sometidas al varón.

REVICTIMIZACIÓN

Proceso por el que se vuelve a hacer pasar a la víctima por situaciones indeseadas. En el sistema judicial ocurre cuando se le exige que se someta a múltiples interrogatorios y exámenes que afectan su dignidad y su sentido de privacidad. Esto es frecuente en los procesos penales, en el que las autoridades, incluyendo la policía y la fiscalía quieren estar seguros de que podrán procesar exitosamente al acusado, y someten a la víctima a un cuestionamiento extenso y repetitivo para asegurarse que mantenga su historia y tenga credibilidad. El proceso de revictimización es no intencional, pero sí es perjudicial para la víctima.

ROL DE GÉNERO

El rol (o papel) es una categoría y un concepto sociológico que viene de la corriente constructivista. Se refiere a las normas de conducta que una colectividad en un contexto determinado asigna a las personas pertenecientes a un grupo y cómo las personas de ese grupo asumen y expresan en su vida cotidiana tales asignaciones. Se trata de un concepto mutuo donde las personas ejecutan expectativas y exigencias colectivas según su papel asignado y al mismo tiempo exigen tales expectativas y exigencias de su contraparte y lo asumen como su forma de ser, sentir y actuar. Así que el rol no es algo superficial aunque se trata de una asignación social ya que influye en la propia subjetividad y la percepción del ser. Los roles en general son generados a partir de criterios tan variados como la raza, edad, religión, clase social, etc.

SEXISMO

Consideración de que un sexo es inferior al otro. Puede manifestarse como una actitud o como un conjunto de creencias y genera la discriminación. A lo largo de la Historia, el sexo considerado inferior ha sido el femenino, lo que está en la raíz de la discriminación que sufren las mujeres. Erradicar el sexismo en cualquiera de sus manifestaciones es imprescindible para garantizar la igualdad de oportunidades y trato entre mujeres y hombres.

SEXISMO LINGÜÍSTICO

Es aquél que se emplea como referente de lo masculino, que discrimina u omite a las mujeres. Utiliza términos de género masculino para referirse tanto a hombres como a mujeres. El sexismo lingüístico está en la forma del mensaje. En el cómo hablamos. El sexismo social constituye el fondo del mensaje. En el cómo pensamos. Ambos se enlazan mutuamente, el primero es la causa del segundo, el segundo contribuye a reforzar el primero, ya que el lenguaje conforma nuestra mentalidad.

SOCIALIZACIÓN

Valores y comportamientos provenientes del entorno en el que la mujer y el hombre viven y que éstos interiorizan y asumen como propios y naturales.

VÍCTIMA

Es una persona que sufre daños por causas ajenas a su voluntad. Desde el punto de vista legal, se trata de un estatus adquirido que sirve para definir su participación durante el hecho delictivo y lo diferencia de su contraparte.

VIOLENCIA CONTRA LA MUJER

Es toda acción que incluye la violencia física, sexual y psicológica:

- a. Que tenga lugar dentro de la familia o unidad doméstica o en cualquier otra relación inter – personal, ya sea que el agresor comparta o haya compartido el mismo domicilio de la mujer, y que comprende, entre otros, violación, maltrato y abuso sexual.
- b. Que tenga lugar en la comunidad y que sea perpetrada por cualquier persona y que comprende, entre otros, violación, abuso sexual, tortura, trata de personas, prostitución forzada, secuestro y acoso sexual en el lugar de trabajo, así como en instituciones educativas, establecimientos de salud o cualquier otro lugar.
- c. Que sea perpetrada o tolerada por el Estado o sus agentes, donde quiera que ocurra.

VIOLENCIA DE GÉNERO O POR RAZONES DE GÉNERO

Las Naciones Unidas reconocen en 1980 la violencia contra las mujeres como el crimen encubierto más frecuente del mundo. La Declaración de las Naciones Unidas sobre la Eliminación de la Violencia Contra las

Mujeres define esta violencia como "todo acto de violencia basado en la pertenencia al sexo femenino que tenga o pueda tener como resultado un daño o sufrimiento físico, sexual o psicológico para las mujeres, inclusive las amenazas de tales actos, la coacción o la privación arbitraria de libertad, tanto si se produce en la vida pública o privada".

Las agresiones de todo tipo que padecen las mujeres son una manifestación más de las relaciones de desigualdad que existen entre mujeres y hombres. La violencia de género se fundamenta en la supuesta superioridad de un sexo sobre otro, que afecta a toda la organización social, convirtiéndose en uno de los más graves problemas políticos y sociales de la actualidad en nuestro país y sigue formando parte de la realidad cotidiana.

Sus manifestaciones son muy variadas; desde las más evidentes (malos tratos físicos y psíquicos, realizados en el ámbito doméstico), las agresiones sexuales, acoso sexual, violación, hasta las más sofisticadas, como la publicidad, ya que proyecta imágenes de las mujeres que no se corresponden con la realidad, utiliza un lenguaje que distorsiona, desvirtúa y modifica la realidad, simplificando y empobreciendo la imagen de la sociedad y de las personas. Análisis realizados revelan que la utilización en la publicidad de la imagen de la mujer contribuye a reforzar los prejuicios sexistas sobre el papel de las mujeres en la sociedad.

VIOLENCIA FÍSICA

Es toda acción que produce daño a la integridad física de una persona, adulta o menor de edad, y que se manifiesta mediante la acción del agresor contra el cuerpo de la víctima como los golpes, patadas, puñetes, empujones, jalones de cabello, mordiscos, etc., así como el uso de otros objetos o sustancias.

VIOLENCIA PSICOLÓGICA

Es toda acción u omisión que cause daño emocional en las personas, y que se manifiesta mediante ofensas verbales, amenazas, gestos despreciativos, indiferencia, silencios, descalificaciones, ridiculizaciones, y además, en el caso de los niños y niñas, el constante bloqueo de las iniciativas infantiles, etc.

VIOLENCIA SEXUAL

Cualquier acto en que una persona en una relación de poder usa fuerza, coerción o intimidación psicológica para forzar a otra persona a hacer actos sexuales contra su voluntad, o participar en relaciones sexuales no deseadas. Otras manifestaciones incluyen ser tocada / o, penetración oral, anal o vaginal con el pene u otros objetos contra su voluntad, y el ser expuesta / o de manera obligatoria a material pornográfico.