

GUÍA PARA UN LENGUAJE NO ESTIGMATIZANTE EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: PROPUESTA COMUNITARIA

Con la colaboración de:
 Obra Social "la Caixa"



UAB
Universitat Autònoma
de Barcelona



REFLEXIÓN: ¿QUÉ QUEREMOS APORTAR?

Nuestro trabajo en Fundación Wassu-UAB está enfocado, principalmente, a la prevención de la mutilación genital femenina (MGF) y el abordaje de sus consecuencias para la salud física y psicológica de mujeres y niñas. Desarrollamos nuestra misión a través de la investigación aplicada, de la formación a profesionales y estudiantes de diversas áreas, y de talleres de sensibilización a familias que provienen de entornos donde es habitual la práctica.

En España, el abordaje de la MGF se conecta y relaciona con un universo de dificultades que tienen que afrontar, cotidianamente, las familias y jóvenes con quienes trabajamos. No se puede abordar la prevención de una práctica tradicional perjudicial sin hablar de cultura, de identidad, de inclusión social o economía familiar, pero también de discriminación, estigmatización y violencia. La MGF es una preocupación más, no siempre prioritaria, para las familias que residen en nuestro país.

Como equipo, sentimos que no podemos ser sólo receptoras de esas otras problemáticas y es por ello que presentamos esta publicación, que se extiende a ámbitos más allá de la MGF. La presente guía es fruto de múltiples conversaciones con mujeres y jóvenes, quienes han manifestado no sentirse representados/as, o directamente estigmatizados/as, en las narraciones de los medios de comunicación. En este trabajo, recogemos algunas de las recomendaciones y pautas de recursos ya existentes, pero aportamos las voces de quienes están del otro lado, de la audiencia, de las personas a las que se refieren tantas piezas informativas.

Agradecemos a quienes participaron con sus testimonios, opiniones y reflexiones, así como a los y las profesionales del periodismo y la comunicación que revisaron este documento y nos entregaron sus aportaciones y sugerencias. Este es un proyecto que nace del diálogo. También damos las gracias y celebramos el trabajo previo dirigido a profesionales de la comunicación en torno al uso de un lenguaje inclusivo, combativo con los discursos de odio, no sexista, que entregue visibilidad a realidades ignoradas o analizadas sólo desde un punto de vista hegemónico. Esperamos ser un aporte más en esta área y tarea, que requiere de una reflexión constante y un compromiso con toda la sociedad.

¿QUÉ VEMOS EN LOS MEDIOS CUANDO SE HABLA DE...

En esta sección recogemos ejemplos de titulares que han aparecido en medios de comunicación, algunas de las opiniones de quienes participaron en este proyecto, sugerencias, reflexiones y palabras que pueden ayudar a hacer la diferencia en lo que publicamos.



... LA MUTILACIÓN GENITAL FEMENINA (MGF) ?



"[...] la ONG Plan Internacional asegura que, dentro de 10 años, en 2030, habrá 4,6 millones de niñas que serán sometidas cada año a esta práctica salvaje".

PROPONEMOS:

"[...] La ONG Plan Internacional asegura que, en 2030, habrá 4,6 millones de niñas que serán sometidas cada año a esta práctica tradicional perjudicial".

REFLEXION:

La mutilación genital femenina es reconocida internacionalmente como una práctica tradicional perjudicial que vulnera los derechos humanos. Las palabras *salvaje, inhumana o barbárica*, resultan ofensivas para las mujeres y comunidades afectadas, ya que expresan juicios de valores sobre ellas.

"Las mujeres víctimas de una mutilación genital pueden recuperar su clítoris".

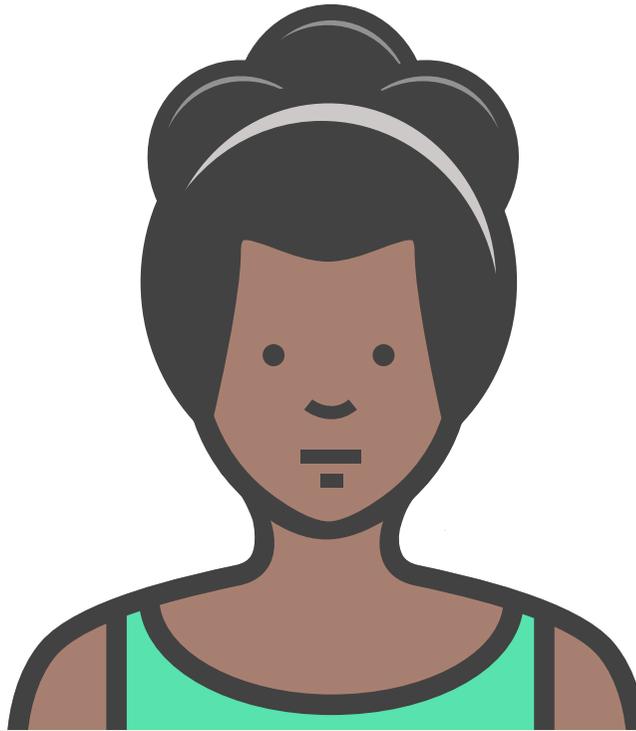


REFLEXION:

Debemos reconocer la resiliencia y la fuerza de las supervivientes, que promueve cambios de actitud positivos y puede inspirar a otras personas. Por otra parte, la opción de una cirugía reconstructiva no es, en todos los casos, la solución a los problemas que pueden presentar estas mujeres, solo una opción más. No se trata de personas "incompletas" que deban recuperar algo.

PROPONEMOS:

"Las supervivientes de una mutilación genital pueden acceder a una cirugía reconstructiva".



“Erradicar la mutilación genital femenina, responsabilidad de toda la sociedad”.

PROPONEMOS:

“Promover el abandono de la mutilación genital femenina, responsabilidad de toda la sociedad”.

REFLEXION:

Si bien Naciones Unidas y la Organización Mundial de la Salud utilizan los términos *eliminar* o *erradicar*, en relación con la MGF, nuestra propuesta es abandonar, ya que implica una decisión por parte de las comunidades afectadas, les empodera e incluye.

“Es muy difícil hablar de MGF [mutilación genital femenina] sin REVICTIMIZAR a las niñas y mujeres. Creo que una manera de hacerlo sería mostrando, destacando y haciendo visible la historia y la lucha que hay detrás de cada una de esas mujeres y niñas. Hablar de ellas, mostrar esa dignidad que merecen, esas capacidades que tienen para afrontar sus vidas, esa lucha y fuerza que poseen, más que el acto del que fueron víctimas. En resumidas cuentas, hacerlas a ellas las protagonistas”.



“Lamentablemente, la mayoría de las veces se trata [la MGF] desde la lástima y la caridad, victimizando a las mujeres sujeto de MGF, en otras desde un sesgo que estigmatiza a la población que la practica con una etiqueta de salvajismo o retraso cultural y, en otras, desde el sensacionalismo sumado a una falta de respeto por la intimidad... Cada vez son más los tratamientos informativos correctos, pero sin duda, la mayoría, lejos de contribuir a empoderar, victimizan”.



Evitemos la revictimización de quienes que han sufrido maltratos, abusos o vulneración de sus derechos. Demos espacio para que las personas que han superado situaciones de violencia expliquen su historia y quiénes son. Visibilicemos su resiliencia y su situación vital actual. Podemos preguntarles acerca de sus redes de apoyo, consejos para mujeres que han pasado por la misma situación, cuáles creen ellas que son las mejores estrategias para promover un cambio.

RECOMENDACION

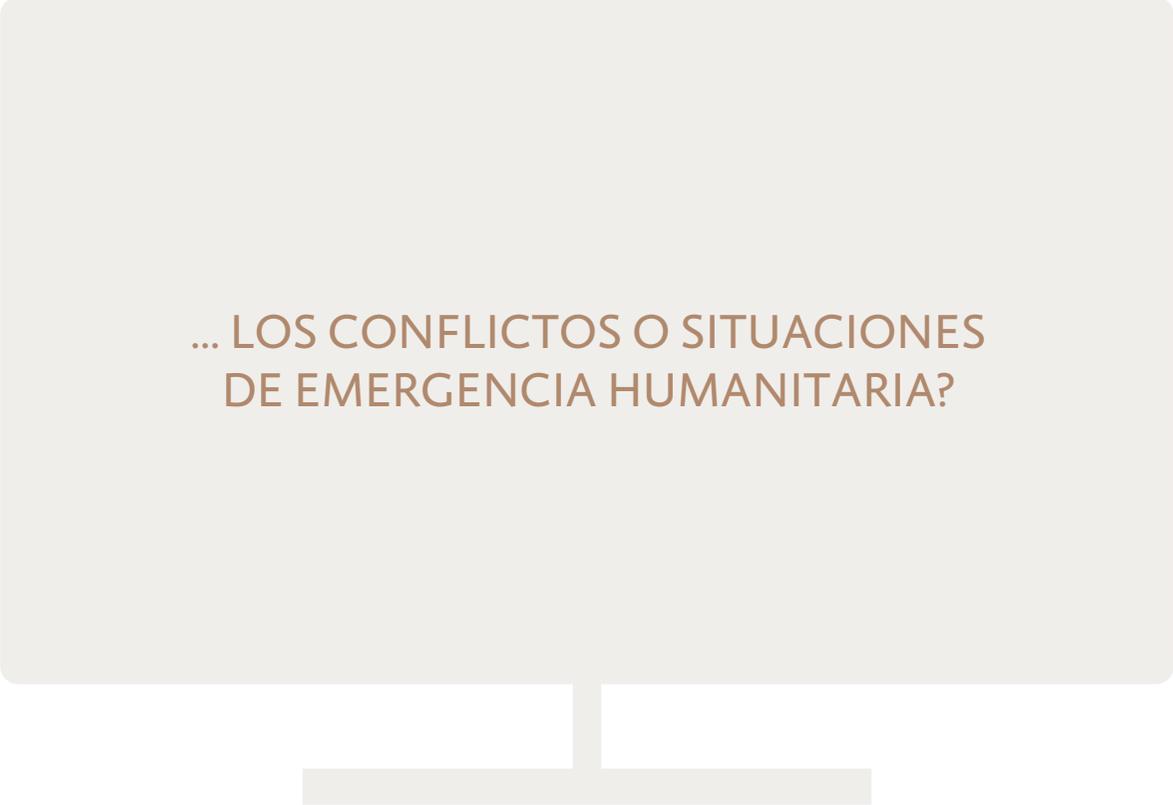
RECOMENDACION

En temas de MGF, evitemos imágenes gráficas o en detalle que muestren, por ejemplo, cuchillas o sangre. Se puede publicar algo de impacto acompañado de imágenes positivas que muestren la dignidad de las personas, gestos de apoyo y contención, mostrarlas en sus trabajos o quehaceres cotidianos.

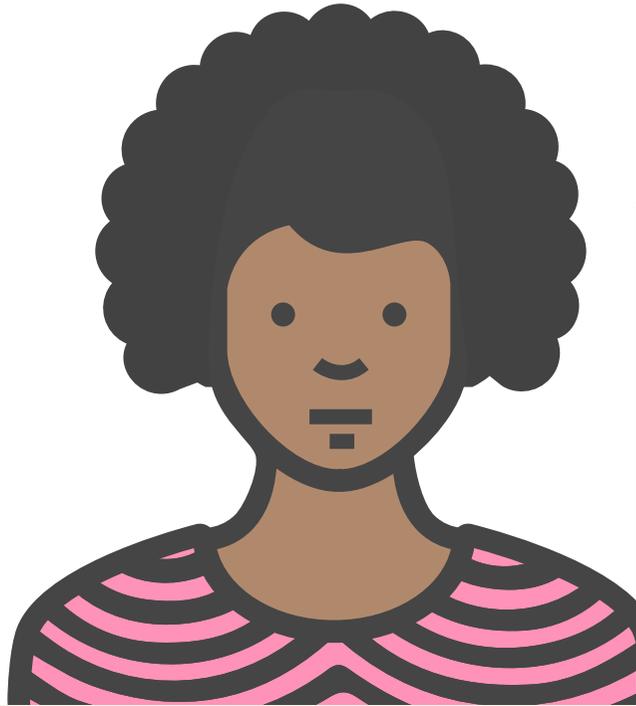
Cómo Hablar sobre la Mutilación Genital Femenina (EndFGM, 2019)

RECURSOS RECOMENDADOS

¿QUÉ VEMOS EN LOS MEDIOS CUANDO SE HABLA DE...



... LOS CONFLICTOS O SITUACIONES
DE EMERGENCIA HUMANITARIA?



"La pobreza extrema y el coronavirus, la alianza mortal que atenaza el tercer mundo".

PROPONEMOS:

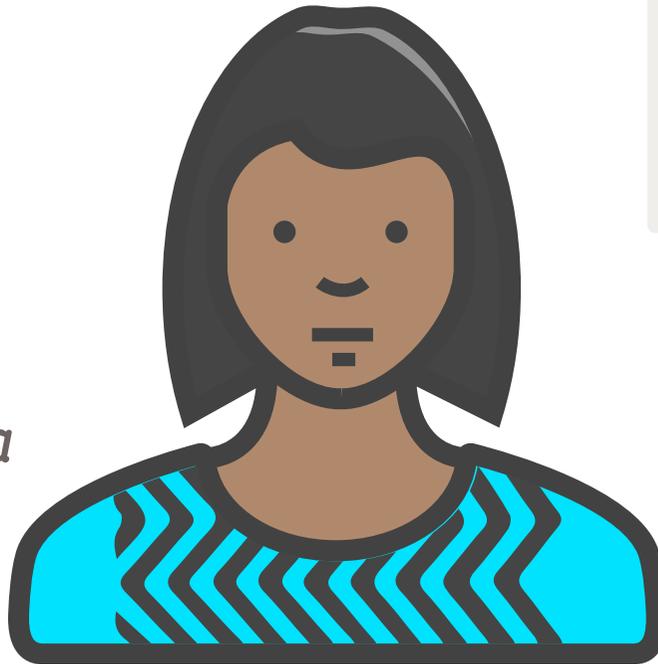
La pobreza extrema y el coronavirus, la alianza que atenaza al Sur Global".

REFLEXION:

Decir *tercer mundo* resulta inadecuado y obsoleto, además de ser un concepto despectivo, al implicar la existencia de personas que son de un "primer mundo", presumiblemente "superior". Estamos ante una economía mundial multipolar que evoluciona.

“Los protagonistas [que muestran los medios] siempre son los mismos, en este caso en España, los que ayudan siempre son gente de occidente: médicos voluntarios, estudiantes... Y los protagonistas deberían ser a quienes ayudan, la gente africana, los niños, [las personas con] enfermedades, las comunidades que no tienen agua... Pero siempre se ve lo mismo y es lo que se repite”.

Hadja



Evitemos la perspectiva exclusiva de entidades de cooperación o la “oenegización” de la información internacional.

RECOMENDACION

RECOMENDACION

Cubramos las situaciones locales de los países a través de una mirada amplia, con perspectiva global, reflejando la complejidad y las interdependencias económicas y políticas.

¿QUÉ VEMOS EN LOS MEDIOS CUANDO SE HABLA DE...

... LOS Y LAS JÓVENES?

“Los jóvenes ninis son más que los hombres en todos los países de la UE”.

“El 15% de los jóvenes de entre 16 y 24 años son ninis en Catalunya”.



REFLEXION:

El término “nini” se utiliza para identificar a jóvenes que no estudian ni trabajan. Esa situación se da por muchos factores, no necesariamente por una decisión de las y los jóvenes a quienes se les define con esa etiqueta.

PROPONEMOS:

“El desempleo afecta a un 15% de jóvenes entre 16 y 24 años en Catalunya”.

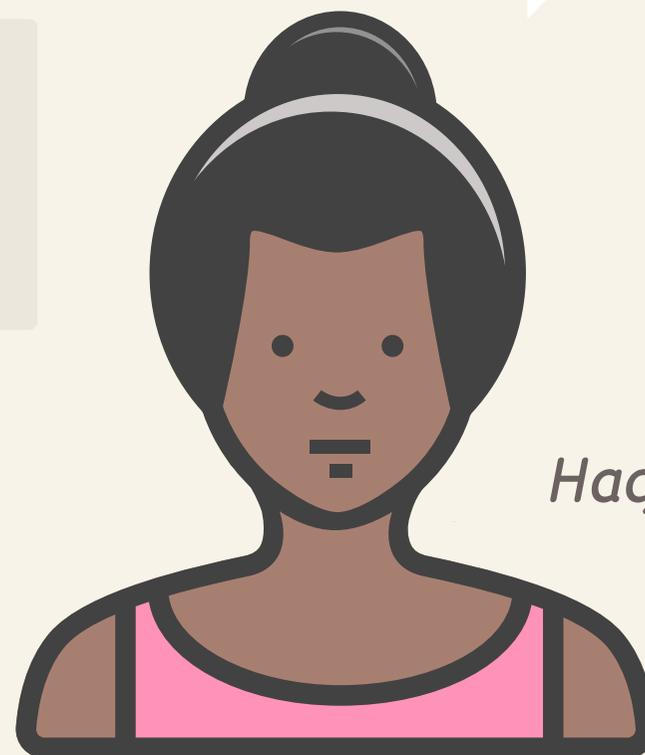
"Personalmente, y como parte de este colectivo [de jóvenes], no me siento representada por los medios de comunicación. Sin ir muy lejos, hace algunos años, los medios de comunicación consiguieron que la palabra juventud y la palabra vago fueran una sola: cada vez que se hablaba de juventud se hablaba de ninis".

No me siento representada al 100% porque cada vez que se habla de los jóvenes se habla de cosas negativas. Por ejemplo, con el coronavirus se habla de que la juventud hace fiestas, no llevamos mascarillas, etc. Creo que las noticias siempre van enfocadas a lo que les interesa que la gente piense y, depende de qué cadena veas, la forma de contar las cosas siempre cambia".

Uma



Hadja



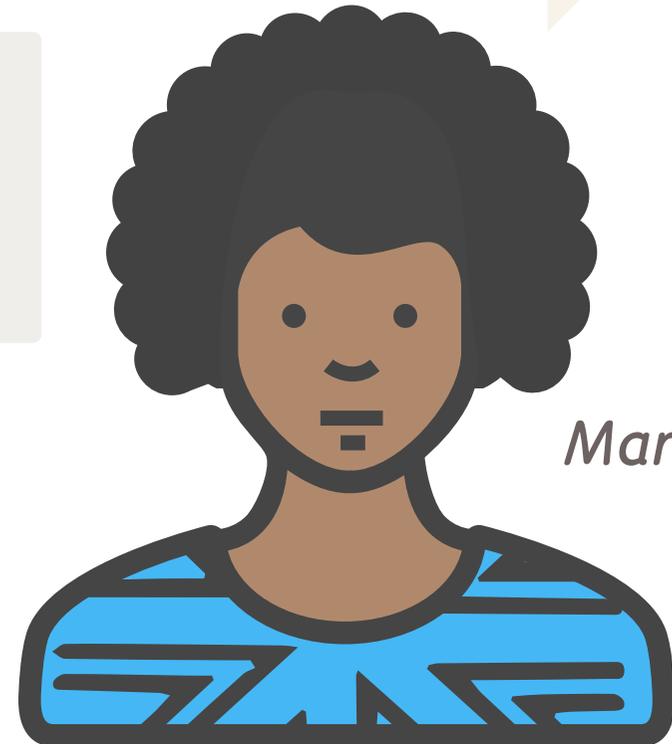
"[...] se fomenta un perfil de joven orientado al hedonismo, para convertirlo en joven manipulable y que no presente resistencia a los planes del capital, dándole así la sensación de representación social y pudiendo controlar cualquier amenaza de cuestionamiento del sistema".

"La juventud, hoy en día, es muy activa para todo lo relacionado con las redes sociales y es una fuente en la que, si se saca partido, puede hacer eco de muchas cuestiones importantes. En cuanto a los medios de comunicación, considero que a los y las jóvenes aún no se les ve muy representados, es decir, todavía hay trabajo por hacer para que puedan tener cabida".

Aissatou



Marietu



Validemos a las personas jóvenes como fuentes informativas, tanto en las noticias en las que son protagonistas, como en las que son de interés general a nivel político, económico, cultural, medioambiental, etc. Empoderar a las personas jóvenes pasa por tener en cuenta sus opiniones, visiones y acciones, demos acceso a colectivos juveniles implicados socialmente.

RECOMENDACION

RECOMENDACION

Reflejemos la diversidad que existe. Los y las jóvenes no son un grupo homogéneo, permitamos que se autodefinan.

¿QUÉ VEMOS EN LOS MEDIOS CUANDO SE HABLA DE...



... LAS MUJERES?

"Creo que [a las mujeres] se nos representa según los mandatos de los mercados: persiguiendo la eterna juventud y belleza, presentando la sumisión, y ocupándonos de las tareas de reproducción y cuidados. Las mujeres racializadas, en general, aparecemos como si fuésemos de otro mundo, como las "otras", cargadas de estereotipos, generando miedo y lástima a la vez".

Aissatou



"Hay pocas mujeres racializadas en comparación a las mujeres que no lo son, pero creo que poco a poco esto irá cambiando y se tendrá en cuenta el potencial de la persona y no su color, origen ni procedencia".

Marietu



Favorezcamos la presencia de noticias relacionadas con la igualdad de derechos y oportunidades entre mujeres, hombres y personas no binarias, procurando calidad periodística. Fomentemos la especialización de profesionales en temas de género.

RECOMENDACION

RECOMENDACION

Rechacemos las posiciones sexistas tanto en la edición del contenido, como en las opiniones, en la publicidad y secciones de anuncios.

¿QUÉ VEMOS EN LOS MEDIOS CUANDO SE HABLA DE...



... LA MIGRACIÓN Y LAS PERSONAS
QUE HAN MIGRADO?



"Un municipio de Huelva se niega a empadronar a los inmigrantes ilegales de un asentamiento chabolista".

PROPONEMOS:

"Un municipio de Huelva se niega a empadronar a las personas en situación administrativa irregular de un asentamiento chabolista".

REFLEXION:

Ninguna persona es ilegal. Decir que es una situación, también implica que se puede salir de ella.



"Son más jóvenes, inmigrantes de segunda generación nacidos en nuestro país, que a menudo ya tienen la nacionalidad española".

PROPONEMOS:

"Son españoles más jóvenes, hijos de residentes que habían migrado".

REFLEXION:

Las migraciones son procesos individuales, no se pueden heredar; una persona nacida aquí, no ha migrado. "[Somos] etiquetadas con la eterna "segunda" generación, como si el hecho de haber llegado desde otra cultura o ser hija de personas que llegaron desde ella te impidiese ser una ciudadana tan anónima o tan excepcional como cualquier otra". (Aissatou)

"La avalancha de pateras se agrava con otros 68 inmigrantes en nueve barcas".

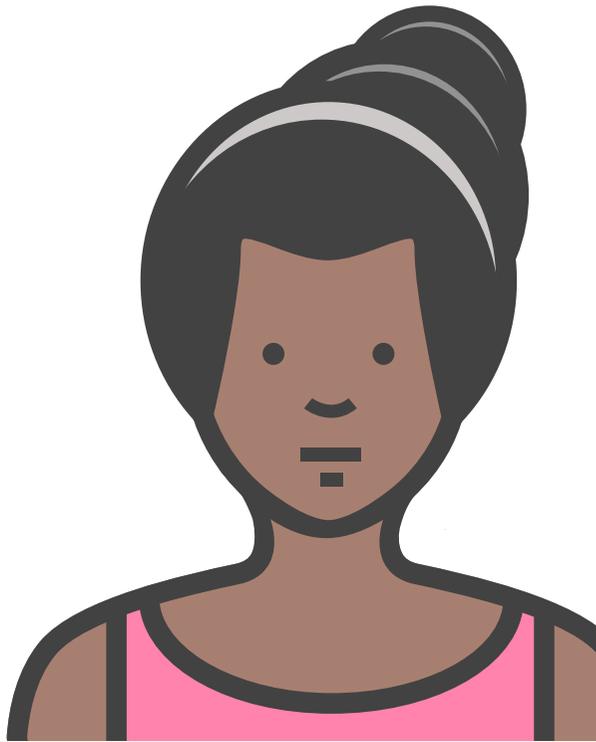


REFLEXION:

Palabras como *avalancha* u *oleada*, son alarmistas, generan sensaciones de agobio o rechazo. En lo posible, debemos procurar dar contexto, utilizar cantidades y evitar el alarmismo.

PROPONEMOS:

"Llegan nueve barcas con 68 personas que huyen de sus países".



“Pisos patera, un fenómeno todavía real y de difícil solución”.

PROPONEMOS:

“Pisos sobreocupados, un fenómeno real y de difícil solución”.

REFLEXION:

Decir pisos patera tiene una connotación negativa, es un concepto despectivo. Cabe decir que la sobreocupación de pisos no es un fenómeno relacionado exclusivamente con personas migrantes, sino que afecta a toda la población.

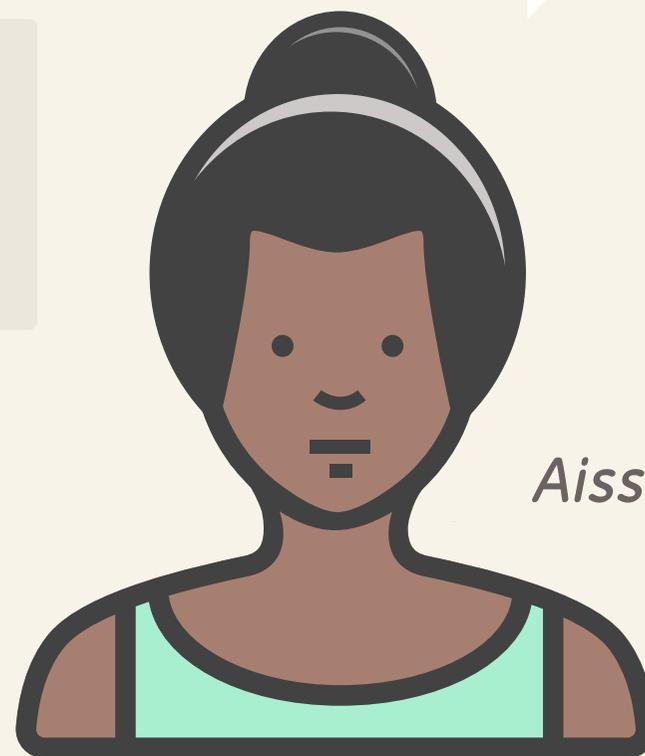
"A mi mente vienen noticias negativas, problemas, personas sufriendo, injusticias... Imágenes de migrantes llegando a montones en pateras y en condiciones inhumanas. Migrantes en situación irregular, personas con trabajos mal pagados, okupas, negros, indios, árabes, gente de África, Asia, Marruecos, latinoamericanos, etc."

"Generalmente, [las noticias abordan la migración] en contextos de orden público, inseguridad o economía. Es lamentable que se perpetúen estereotipos que crean el perfil de la amenaza, la invasión cultural o la apropiación de los beneficios sociales. Es extremadamente grave que haya fuerzas políticas que se aprovechen de estos estigmas para conseguir voto de capas de la sociedad que están explotadas y excluidas, a base de enfrentarlas con personas también excluidas pero procedentes de otros países".

Uma



Aissatou



"Cuando uno escucha la palabra inmigrante lo que se te viene a la cabeza es un negro, árabe, asiático, o latinoamericano. Parece que gente que viene de otros países de Europa o América no lo son. Cuando se refieren a alguien de América del Norte o algún francés, no dicen inmigrante sino extranjero".

"Pues, muchas veces ponen énfasis en inmigrantes en temas como: trabajos de los temporeros y las condiciones inhumanas en las que viven, un inmigrante que ha sido detenido por haber agredido a "x" persona, un centro de menores inmigrantes donde siempre hay problemas, etc. [...] Por ejemplo, no se escucha "un hombre español ha sido detenido", en cambio, "un hombre de origen magrebí", sí".

Hadja



Marietu



Informemos con responsabilidad, mediante un discurso reflexivo y de convivencia que promueva la cohesión social. El discurso xenófobo es creador de desigualdades, alarmistas y generador de odio.

RECOMENDACION

RECOMENDACION

Debemos preguntarnos si la nacionalidad, país de origen, género, color de piel o religión de las personas, son relevantes. Tengamos cuidado al incluir información que no es estrictamente necesaria para la comprensión global de la noticia, porque podemos transmitir estereotipos discriminatorios, que contribuyen a generar rechazo hacia la inmigración con generalizaciones y asociaciones encasilladas. Reflexionemos sobre los estereotipos propios y cuestionemos las ideas preconcebidas.

¿QUÉ VEMOS EN LOS MEDIOS CUANDO SE HABLA DE...



... LA DISCRIMINACIÓN RACIAL?



"[...] el 81% de los fallecidos por el virus eran de raza negra, según los datos del Ayuntamiento del Distrito de Columbia (DC)".

PROPONEMOS:

"[...] el 81% de los fallecidos por el virus eran personas afroamericanas / afrodescendientes, según los datos del Ayuntamiento del Distrito de Columbia (DC)".

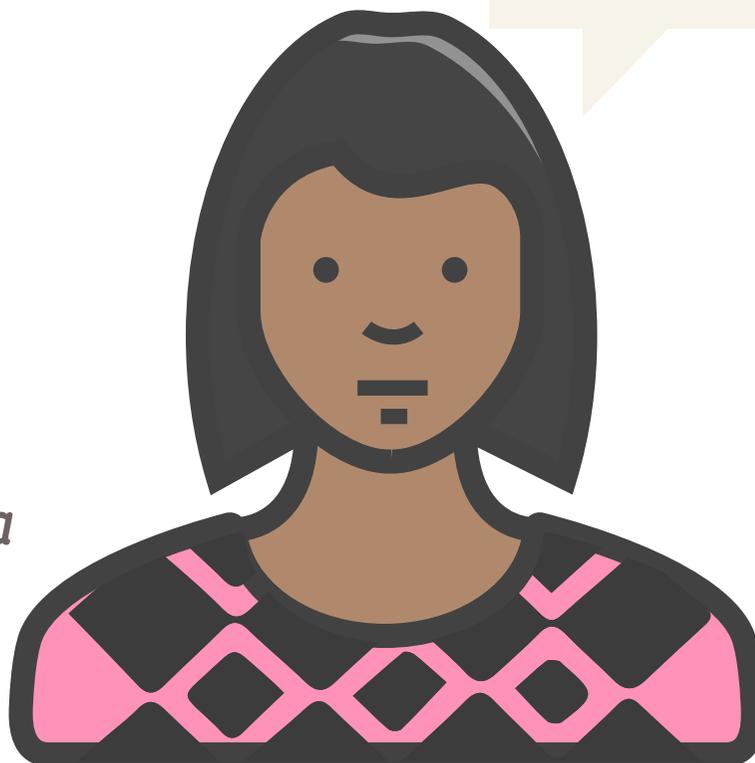
REFLEXION:

La raza es un concepto inadecuado para referirse a clasificaciones de los seres humanos, ya que, biogenéticamente, los rasgos utilizados para distinguir una raza de otra, están controlados por un número relativamente pequeño de genes. Para referirnos a un conjunto de personas que mantiene características físicas comunes, así como costumbres, idioma o religión, es más apropiado el concepto etnia. Cabe decir que, si bien el concepto raza no es aplicable a los seres humanos, el **racismo** y las personas **racializadas** sí existen.

“Mi humilde opinión es que la cobertura que realizan [de discriminación] es poca. Y deberían hablar, pero mostrando que es un problema, algo que debe cambiar. Por ejemplo, uno de los factores que produce la discriminación es el miedo, miedo a lo nuevo y a lo desconocido. Y ¿qué manera hay de conocer ahora? A través de los diversos medios de comunicación, ellos deberían darle más cobertura y estar más implicados en mostrar y acabar con ese problema.”

[...]Mi propuesta es que desde ya pequeños se nos enseñe [...] cuál es la diferencia entre decir “negrito” y decir “persona negra”. En resumidas hay que educar. La sociedad cambia y nuestra manera de comunicarnos debe de hacerlo también.”

Uma



Analicemos el uso de buenismos* y eufemismos, ya que muchas veces enmascaran el racismo o la xenofobia. Procuremos utilizar un lenguaje normalizador específico e inclusivo. *[El buenismo es definido por la RAE como la “actitud de quien ante los conflictos rebaja su gravedad, cede con benevolencia o actúa con excesiva tolerancia”].

RECOMENDACION

RECOMENDACION

No dejemos que los medios de comunicación se transformen en un altavoz sin filtro de declaraciones racistas y xenófobas. Enfoquemos estos temas noticiosos desde un punto de vista crítico, aportemos cifras contextualizadas y argumentos que debatan esas declaraciones. Demandemos responsabilidades.

Informemos sobre los servicios y recursos de ayuda de las personas que han sufrido distintos tipos de discriminación. Expliquemos las posibles soluciones, planteadas por diferentes actores institucionales y de la sociedad civil.

RECOMENDACION

NOS GUSTARÍA VER...

“Más información y conocimiento sobre las diversas culturas, “África no es un país””.

“Una representación de la población que refleje la diversidad de las personas”.

“Hablar de los aspectos positivos no noticiables, es decir, se habla de nosotras [mujeres racializadas] en cuanto a lo negativo o aquello que es positivo, pero excepcional”.

“Analizar y “diagnosticar” procesos de cambios sociales actuales y futuros”.

“Periodistas de diferentes edades y de diversas procedencias, que vayan un poco más allá”.

“Que nos enseñen cómo comunicarnos de manera inclusiva, para no discriminar y no utilizar ciertas palabras que ofenden al prójimo. Si de verdad importara, se haría. Es un problema básico de educación y es fácil de solucionar”.

“Noticias que den un giro de perspectiva. Por ejemplo, respecto a las personas migradas, en mi mente, son unos guerreros valientes, porque han dejado todo para meterse en un país y no saben cómo acabarán”.

TRABAJOS QUE NOS GUIARON:

En el siguiente enlace se pueden consultar los recursos revisados para la elaboración de esta guía: https://bit.ly/Wassu_RecursoGuiaLenguaje

También proponemos los siguientes sitios web con material disponible para descargar:

▶ OBSERVATORI DEL DISCURS DISCRIMINATORI ALS MITJANS:

<https://www.media.cat/discursodimitjans/>

▶ OBSERVATORI DE LA COMUNICACIÓ A CATALUNYA – UAB:

<https://incom.uab.cat/occ/category/documents-occ/>

▶ OBSERVATORI PER A LA IGUALTAT – UAB:

<https://www.uab.cat/web/l-observatori/documentos-pdf/genero-1345698638186.html>

▶ AYUNTAMIENTO DE BARCELONA - #BCNVSODI:

<https://ajuntament.barcelona.cat/bcnvsodi/eines/descarregables/>

▶ OBSERVATORIO DE LA ISLAMOFOBIA EN LOS MEDIOS:

<http://www.observatorioislamofobia.org/category/recursos-periodistas-islamofobia/documentacion/manuales-y-guias/>

Con la colaboración de:
 Obra Social "la Caixa"



UAB
Universitat Autònoma
de Barcelona



Fundación Wassu-UAB
Edifici Mòdul de Recerca A
Campus Universitat Autònoma de Barcelona
08193 Bellaterra (Cerdanyola del Vallès) España

Tel.: 93 586 87 99
fundacion.wassu@uab.cat
uab.cat/fundacio-wassu