

**BUENAS PRÁCTICAS  
DEL AYUNTAMIENTO  
DE ZARAGOZA**



**PARA UN  
TRATAMIENTO  
DE IMÁGENES  
NO SEXISTAS**

## Para un tratamiento de imágenes no sexistas.

Las personas percibimos el mundo de un modo visual, cuando decimos aquello de que una imagen vale mas que mil palabras, no exageramos.

Las imágenes no sólo nos permiten comunicar ideas sino que crean pensamiento y construyen la realidad en que vivimos. Son un potente agente socializador que debe transmitir modelos sociales alejados de los estereotipos de género que favorecen situaciones de desigualdad y discriminación que viven las mujeres.

La comunicación visual debe tener presente que las personas somos diversas y plurales y que no existe un único modelo de mujer y de hombre. Por eso las imágenes deben mostrar personas que reflejen una realidad acorde a la composición de la sociedad y presentar referentes que transmitan los valores y actitudes que contribuyan a eliminar prejuicios basados en el género.

El actual marco normativo sobre Igualdad de Oportunidades entre mujeres y hombres, tanto estatal como autonómico, establece indicaciones concretas para la elaboración de publicidad institucional no sexista, instando a las administraciones públicas a velar por la transmisión de una imagen igualitaria, plural y no estereotipada de mujeres y hombres en la sociedad (Ley Orgánica 3/2007 para la igualdad efectiva de mujeres y hombres – artículos 28, 36, 41 y Ley 7/2018 de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en Aragón – artículos 22, 83, 84, 85, 86, 97).

Para dar cumplimiento a esta normativa, el Ayuntamiento de Zaragoza ha elaborado este documento que pretende servir de orientación a las personas que realizan, contratan y supervisan los materiales visuales que se generan desde las diferentes áreas municipales para que la comunicación institucional se ajuste a los principios de igualdad entre mujeres y hombres.

## ORIENTACIONES

\* Evitar imágenes discriminatorias, especialmente las que pueden mostrar a las mujeres como objeto sexual o donde se represente un único prototipo de mujer sin tener en cuenta la diversidad de mujeres que forman la realidad social.

\* Evitar imágenes estereotipadas, que puedan ayudar a reproducir los roles y papeles que tradicionalmente se han asignado a mujeres y hombres, sobretodo las relacionadas con la maternidad, las responsabilidades domésticas y familiares y con determinados trabajos o profesiones.

\* Procurar la presencia equilibrada de mujeres y hombres (entre un 40% y 60% de cada uno de los sexos) en las imágenes.

\* Tener en cuenta el tamaño de las imágenes de mujeres y hombres, el lugar y el plano que ocupan en la imagen procurando dar una visibilidad semejante a unas y otros.

\* Visibilizar la presencia y participación de las mujeres en todos y cada uno de los ámbitos de la vida y, especialmente, en aquellos especialmente masculinizados como el poder, el deporte, algunas profesiones, etc.

\* Potenciar la presencia de hombres en aquellos ámbitos que reflejen la asunción de responsabilidades domésticas y familiares: cuidados de menores y personas dependientes, trabajos domésticos, etc.

\* Mostrar a mujeres y hombres en diversidad de situaciones y desempeñando funciones no tradicionales, más acordes con el mundo actual en que se desarrollan.

\* Representar un tipo de relaciones igualitarias de solidaridad, cooperación, camaradería y ayuda mutua, tanto en momentos de ocio como en situaciones laborales y de responsabilidades domésticas y familiares.

\* Vigilar la representación de niñas y niños, evitando reproducir los roles sexistas en la infancia.

\* Se debe cuidar la coherencia entre el lenguaje visual y el lingüístico para que las imágenes que se difundan estén en consonancia con los textos que las acompañan.

“Para detectar el sexismo en las imágenes resulta de utilidad la regla de inversión. Cuando aparece la imagen de una mujer en un espacio de comunicación, imaginamos la misma imagen protagonizada por un hombre y viceversa. Si el resultado de la inversión resulta extraño es posible que estemos ante algún tipo de sexismo”.