







¿Cómo usar las imágenes de manera no sexista e igualitaria?

Hoja de Recomendaciones

La creación de una imagen corporativa actual y responsable se basa, además de en el uso de un lenguaje no sexista, en la utilización de imágenes que representen adecuadamente la diversidad de papeles sociales de mujeres y hombres y estén libres de estereotipos de género.

-  Evitar el uso de la figura masculina como genérica.
-  Utilizar la duplicidad y la alternancia o la presentación de grupos mixtos en las imágenes para garantizar la representatividad de ambos sexos.
-  Representar relaciones igualitarias, de camaradería, solidaridad, cooperación y atención mutua entre mujeres y hombres en los centros de trabajo.
-  Potenciar la ruptura de estereotipos de género en la utilización de imágenes: no asociando determinado color a un sexo, no presentando la figura de las mujeres como mero adorno, evitando que las imágenes sobre las mujeres se asocien al estereotipo de la belleza, juventud y delgadez, no mostrando imágenes en las que las mujeres aparezcan como supeditadas a los hombres, infantilizadas o como víctimas.
-  Cuidar que exista alternancia en la posición o ubicación de ambos sexos: delante/detrás; de pie/sentado; primer plano/último plano, picado/contrapicado.
-  Buscar la paridad en el tipo de actividades que aparecen vinculadas a mujeres y varones: actividades familiares y domésticas, actividades laborales, actividades de liderazgo político y social o actividades recreativas y deportivas.



La comunicación iconográfica es fundamental en páginas web, redes sociales, en la publicidad y en muchos materiales divulgativos de las empresas, por lo que hay que procurar que las imágenes e iconos utilizados representen de manera igualitaria a mujeres y a hombres.