




**CONSEJO DEL PODER JUDICIAL
REPÚBLICA DOMINICANA**

DIRECCIÓN DE PRENSA Y COMUNICACIONES


**GUÍA DE COMUNICACIÓN CON PERSPECTIVA DE GÉNERO
DEL PODER JUDICIAL DOMINICANO**

DICIEMBRE 2022

	GUÍA DE COMUNICACIÓN CON PERSPECTIVA DE GÉNERO DEL PODER JUDICIAL DOMINICANO		Documento Núm.: GUI-CIN-CIN-001
			Versión: 01
Preparado por: Dirección de Prensa y Comunicaciones	Revisado por: Dirección de Planificación	Aprobado por: Coordinación General de Comunicaciones y Asuntos Públicos	Fecha Emisión: 20/12/2022
Área Responsable: Dirección de Prensa y Comunicaciones			

Contenido

1.	INTRODUCCIÓN.....	4
2.	PRINCIPIOS GENERALES.....	5
3.	OBJETIVO.....	5
4.	ALCANCE.....	5
5.	MARCO LEGAL/REGULATORIO.....	5
5.1	Política para la Igualdad de Género.....	5
5.2	Resolución Núm. 2751-2010.....	6
5.3	Convención Sobre Eliminación de todas las Formas de Discriminación Contra la Mujer (CEDAW)...	6
5.4	Constitución de la República Dominicana.....	6
5.5	Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer.....	6
6.	CONCEPTOS CLAVE.....	6
6.1	Enfoque o perspectiva de género.....	6
6.2	Discriminación.....	6
6.3	Lenguaje sexista.....	6
7.	AREAS INVOLUCRADAS Y RESPONSABILIDADES.....	6
8.	APLICACIÓN DEL ENFOQUE O PERSPECTIVA DE GÉNERO EN LA COMUNICACIÓN.....	7
9.	FUNDAMENTOS DE LAS COMUNICACIONES SENSIBLES AL GÉNERO.....	8
9.1	Comunicar sin Discriminar.....	8
9.2	Lenguaje no Sexista.....	8
10.	SEIS PRINCIPIOS DE COMUNICACIÓN ORAL Y ESCRITA SENSIBLE AL GÉNERO.....	9
10.1	Asegurar la Representación de Mujeres y Hombres.....	9
10.2	Cuestionar los Estereotipos de Género.....	9
10.3	Evitar las Expresiones de Exclusión.....	9
10.4	Usar Formas de Tratamiento Formal Inclusivas.....	9
10.5	Crear Equilibrio de Género.....	9
10.6	Promover la Equidad de Género en Cargos, Profesiones y Títulos.....	10
11.	PATRONES DE DESIGUALDAD QUE PREDOMINAN EN LA COMUNICACIÓN.....	10
a.	Estereotipos.....	10
b.	Androcentrismo.....	11
c.	Lenguaje Sexista.....	12
12.	FRASES SEXISTAS.....	12

	GUÍA DE COMUNICACIÓN CON PERSPECTIVA DE GÉNERO DEL PODER JUDICIAL DOMINICANO		Documento Núm.: GUI-CIN-CIN-001
			Versión: 01
Preparado por: Dirección de Prensa y Comunicaciones	Revisado por: Dirección de Planificación	Aprobado por: Coordinación General de Comunicaciones y Asuntos Públicos	Fecha Emisión: 20/12/2022
Área Responsable: Dirección de Prensa y Comunicaciones			

a.	Invisibilidad	12
b.	Exclusión	12
c.	Subordinación	12
d.	Desvalorización	12
13.	LA IMAGEN SEXISTA	13
14.	LA IMAGEN EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	13
15.	HERRAMIENTAS Y SUGERENCIAS PARA FACILITAR LA APLICACIÓN DE LA IGUALDAD Y EQUIDAD DE GÉNERO EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	14
16.	RECOMENDACIONES GENERALES PARA EL USO INCLUSIVO DEL LENGUAJE	14
17.	APROBACIONES	16
18.	CONTROL DE CAMBIOS	16

	GUÍA DE COMUNICACIÓN CON PERSPECTIVA DE GÉNERO DEL PODER JUDICIAL DOMINICANO		Documento Núm.: GUI-CIN-CIN-001
			Versión: 01
Preparado por: Dirección de Prensa y Comunicaciones	Revisado por: Dirección de Planificación	Aprobado por: Coordinación General de Comunicaciones y Asuntos Públicos	Fecha Emisión: 20/12/2022
Área Responsable: Dirección de Prensa y Comunicaciones			

1. INTRODUCCIÓN

Por herencia lingüística y costumbre a veces no utilizamos el lenguaje de forma correcta para dirigirnos por igual a hombres y mujeres. Se denomina lenguaje sexista a aquel que contiene algún tipo de discriminación a un colectivo, que no se ve reflejado de forma gramatical en la forma de hablar o de escribir. En el caso del castellano es frecuente ver cómo determinadas expresiones o frases se construyen usando únicamente el masculino o cuyo sentido tiene tintes de misoginia¹.

Las y los comunicadoras/es de las instituciones y profesionales del periodismo, voceros y voceras, tienen un importante rol en la construcción de pensamiento en el imaginario social, ya que pueden ser agentes que propicien el cambio de una cultura organizacional a favor de la igualdad y equidad de género.

La presente guía práctica sobre género y comunicación pretende ser una herramienta técnica y de consulta para las y los profesionales del ámbito de la comunicación social y el periodismo que trabajan en la Dirección de Comunicaciones del Poder Judicial, así como para voceros y voceras de la institución, que crean contenido, y todas aquellas personas que tienen que redactar textos, ya sea en sus actividades profesionales o de otra índole.

El Poder Judicial dominicano, dentro de las estrategias planteadas en su Política de Igualdad de Género, se ha enfocado en promover el cambio de mentalidad y de actitudes dentro de la institución potenciando el uso de un lenguaje no sexista.

En ese sentido, en el año 2011 fue aprobado el Manual de Estilo Igualitario en el Lenguaje Jurídico, de la autoría de la magistrada Eglys Esmurdoc Castellanos, quien era jueza Segunda Sustituta de presidente de la Suprema Corte de Justicia y Coordinadora de la Comisión de Género del Poder Judicial en esos momentos.

Dicho manual, que ofrece una guía para transversalizar la perspectiva de género en las sentencias de las juezas y jueces y en toda la labor judicial, puede ser consultado en la página del Observatorio de Justicia y Género del Poder Judicial, o acceder a través del siguiente enlace: <https://bit.ly/3cyGn1o>

En este documento que hoy nos ocupa, se presentan las orientaciones a tomar en cuenta para desarrollar una comunicación incluyente, representa un desafío a construir nuevas formas de comunicar, tomando como base un análisis de género².

¹Lenguaje no sexista, Oxfam Intermón

² Tomado de la Guía práctica sobre género y comunicación SICA/ COMMCA. Introducción.

	GUÍA DE COMUNICACIÓN CON PERSPECTIVA DE GÉNERO DEL PODER JUDICIAL DOMINICANO		Documento Núm.: GUI-CIN-CIN-001
			Versión: 01
Preparado por: Dirección de Prensa y Comunicaciones	Revisado por: Dirección de Planificación	Aprobado por: Coordinación General de Comunicaciones y Asuntos Públicos	Fecha Emisión: 20/12/2022
Área Responsable: Dirección de Prensa y Comunicaciones			

2. PRINCIPIOS GENERALES

La presente Guía de Comunicación con Perspectiva de Género del Poder Judicial Dominicano se fundamenta en los siguientes principios generales:

- Servicio efectivo a la sociedad, contemplando calidad y adecuación de los requerimientos que la misma demanda.
- Principio de servicio objetivo a las personas haciendo referencia a las actuaciones administrativas de los servidores y servidoras.
- Discriminación, se refiere a cualquier restricción fundamentada en la construcción social de normas sociales y de género que impiden a una persona el pleno disfrute de los derechos humanos.
- Principio de igualdad de trato, principio inspirador y como derecho fundamental que se apoya en la relación de equivalencia en consideración a que las personas tienen el mismo valor.

3. OBJETIVO

Proveer una guía de lenguaje inclusivo con la finalidad de que servidores y servidoras judiciales a nivel nacional conozcan o manejen las estrategias no sexistas que posee la lengua española y a la vez sensibilizarles con el tema de inclusión que demanda la sociedad actual.

4. ALCANCE

La presente Guía de Comunicación con Perspectiva de Género del Poder Judicial Dominicano se aplica a:


- Personal del área de Comunicaciones y Gestión del Conocimiento,
- Integrantes de la Comisión para la Igualdad de Género y Subcomisiones Departamentales,
- Portavoces de la Institución ante audiencias externas y
- Áreas o dependencias del Poder Judicial que producen documentos generales de consumo público.

5. MARCO LEGAL/REGULATORIO

5.1 Política para la Igualdad de Género.

Aprobada el 1ero. de noviembre del 2007 por el pleno de la Suprema Corte de Justicia, que tiene como objetivo general:

“Garantizar la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres y la no discriminación por género en las decisiones judiciales, en el servicio público de la administración de justicia y el funcionamiento interno del Poder Judicial”.

	GUÍA DE COMUNICACIÓN CON PERSPECTIVA DE GÉNERO DEL PODER JUDICIAL DOMINICANO		Documento Núm.: GUI-CIN-CIN-001
			Versión: 01
Preparado por: Dirección de Prensa y Comunicaciones	Revisado por: Dirección de Planificación	Aprobado por: Coordinación General de Comunicaciones y Asuntos Públicos	Fecha Emisión: 20/12/2022
Área Responsable: Dirección de Prensa y Comunicaciones			

5.2 Resolución Núm. 2751-2010.

Sobre el Reglamento para la Aplicación de la Política para la Igualdad de Género del Poder Judicial, del 21 de octubre de 2010, la cual establece como principio rector la transversalidad de género y técnicas educativas y analíticas para hacer efectivas las medidas adoptadas.

5.3 Convención Sobre Eliminación de todas las Formas de Discriminación Contra la Mujer (CEDAW).

Aprobada por el Congreso Nacional el 25 de junio de 1982.

5.4 Constitución de la República Dominicana.

Proclamada en fecha 13 de junio de 2015, publicada en la Gaceta Oficial No. 10805, del 10 de julio de 2015, Artículo 39, numeral 4, sobre que la mujer y el hombre son iguales ante la ley.

5.5 Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer.

(Belem Do Para), publicada en la Gaceta Oficial núm. 9915, del 30 de noviembre de 1995.

6. CONCEPTOS CLAVE

6.1 Enfoque o perspectiva de género.

Es una visión científica, analítica y política sobre las mujeres y los hombres. Se propone eliminar las causas de la opresión de género, tales como la desigualdad, la injusticia y la jerarquización de las personas basada en el género.

6.2 Discriminación.

Es toda distinción, exclusión o restricción que, basada en el origen étnico o nacional, sexo, edad, discapacidad, condición social o económica, condiciones de salud, embarazo, lengua, religión, opiniones, preferencias sexuales, estado civil o cualquier otra, tenga por efecto impedir o anular el reconocimiento o el ejercicio de los derechos y la igualdad real de oportunidades de las personas.


6.3 Lenguaje sexista.

Son expresiones sociales que se construyen en torno a experiencias, mensajes y discursos que se manejan en una sociedad, que conducen a etiquetar y estigmatizar las formas de ser y de actuar de mujeres y hombres.

7. ÁREAS INVOLUCRADAS Y RESPONSABILIDADES

La Dirección de Prensa y Comunicaciones es responsable de diseñar los planes de implementación de la presente guía, su difusión y ejecución, para lo cual realizará las coordinaciones necesarias con las áreas y dependencias del Poder Judicial vinculadas.

La Dirección de Justicia Inclusiva es responsable del seguimiento y monitoreo de aplicación de esta guía, así como potenciar en el cumplimiento de las buenas prácticas establecidas.

	GUÍA DE COMUNICACIÓN CON PERSPECTIVA DE GÉNERO DEL PODER JUDICIAL DOMINICANO		Documento Núm.: GUI-CIN-CIN-001
			Versión: 01
Preparado por: Dirección de Prensa y Comunicaciones	Revisado por: Dirección de Planificación	Aprobado por: Coordinación General de Comunicaciones y Asuntos Públicos	Fecha Emisión: 20/12/2022
Área Responsable: Dirección de Prensa y Comunicaciones			

8. APLICACIÓN DEL ENFOQUE O PERSPECTIVA DE GÉNERO EN LA COMUNICACIÓN

El Poder Judicial dominicano tiene un mandato constitucional enfocado a promover la igualdad y la no discriminación, contamos, además, desde el 2007 con la Política de Igualdad de Género del Poder Judicial y un plan estratégico institucional con un primer eje: Justicia para todas y todos, que repercute en la transversalización de la igualdad de género en todo su quehacer en la búsqueda de inclusión.

No puede haber institucionalización de la igualdad de género si no hay una comunicación con enfoque de género; por lo tanto, los y las comunicadores/as y quienes se relacionen con esta entidad, son relevantes en el cumplimiento de este compromiso para que este proceso pueda avanzar y generar cambios en la cultura organizacional e impactos positivos.

Es conveniente contar con una guía de este tipo, porque es parte de la formación a la que deben acceder las personas que sirven en el Poder Judicial dominicano, para tener los insumos y las herramientas necesarias para comunicar mensajes, contenidos e imágenes que reflejen el quehacer institucional con un enfoque de género.

Como personas comunicadoras y formadoras de opinión está el deber de aportar a la construcción de una nueva sociedad incluyente, integrada, participativa y democrática.

¿Qué es la perspectiva de género?³

Es una visión científica, analítica y política sobre las mujeres y los hombres. Se propone eliminar las causas de la opresión de género, tales como la desigualdad, la injusticia y la jerarquización de las personas basada en el género.


Promueve la igualdad entre los géneros a través de la equidad, el adelanto y el bienestar de las mujeres; contribuye a construir una sociedad en donde las mujeres y los hombres tengan el mismo valor, la igualdad de derechos y oportunidades para acceder a los recursos económicos y a la representación política y social en los ámbitos de toma de decisiones (Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia).

La perspectiva de género es fundamental para una comunicación con equidad, que promueva nuevas masculinidades sin violencia, que garantice la no discriminación y no violencia contra las mujeres, y que visibilice estas violencias de manera transversal.

No se trata solo de nombrar a las mujeres, sino de incluir y focalizar su participación, garantizando que ninguna comunicación las ubique inferiores a los hombres, ni tenga un impacto negativo en ellas, sino que las beneficie.

La perspectiva de género se fundamenta en el análisis de la realidad desde otros puntos de vista que antes no habían sido tomados en cuenta. En un sistema patriarcal como el nuestro, ese punto de vista es el de las mujeres.

³ Tomado de la Guía práctica sobre género y comunicación SICA/ COMMCA. Introducción.

	GUÍA DE COMUNICACIÓN CON PERSPECTIVA DE GÉNERO DEL PODER JUDICIAL DOMINICANO		Documento Núm.: GUI-CIN-CIN-001
			Versión: 01
Preparado por: Dirección de Prensa y Comunicaciones	Revisado por: Dirección de Planificación	Aprobado por: Coordinación General de Comunicaciones y Asuntos Públicos	Fecha Emisión: 20/12/2022
Área Responsable: Dirección de Prensa y Comunicaciones			

8.1 FUNDAMENTOS DE LAS COMUNICACIONES SENSIBLES AL GÉNERO

8.1.1 Comunicar sin Discriminar

La discriminación es toda distinción, exclusión o restricción que, basada en el origen étnico o nacional, sexo, edad, discapacidad, condición social o económica, condiciones de salud, embarazo, lengua, religión, opiniones, preferencias sexuales, estado civil o cualquier otra, tenga por efecto impedir o anular el reconocimiento o el ejercicio de los derechos y la igualdad real de oportunidades de las personas.

Para garantizar una comunicación que no discrimine, el mensaje debe diseñarse en términos de igualdad efectiva entre mujeres y hombres en cuanto a derechos, libertades, recursos y oportunidades de todos los tipos de participación.

En este sentido, es importante detectar que ocasionalmente las normas y valores sociales vigentes contribuyen a perpetuar un sistema de roles basado en la división sexual y, por tanto, la desigualdad, la inequidad, la discriminación y la violencia. La comunicación incluyente debe modificar el enfoque de la invisibilización, segregación y discriminación de mujeres y niñas, a una respetuosa visibilidad; así como la eliminación de los estereotipos de género, que forman parte del imaginario colectivo simbólico y con frecuencia tienen componentes de discriminación, subordinación y violencia.

8.1.2 Lenguaje no Sexista

Contrario a lo que se piensa, la distinción entre lo femenino y lo masculino en sí misma no es indicativa de sexismo ni de discriminación. Pero sí es sexismo cuando tales distinciones son jerárquicas y/o excluyentes una de otra.

En nuestra sociedad patriarcal, a lo masculino se le asigna un valor superior y universal que invisibiliza y descalifica lo femenino, es por ello por lo que el lenguaje posee una marcada tendencia masculina, que se denomina androcentrismo e implica la prevalencia de esta mirada, bajo la consideración de que el hombre es el centro y representación de la humanidad. Esta mirada se origina por la falsa idea de que la desigualdad de género es resultado de las diferencias biológicas y reproductivas de hombres y mujeres, una visión construida a partir del lenguaje, con influencia en la mentalidad, el sentir y el actuar de las personas.

Dos características muy claras que podemos relacionar de forma directa con las expresiones sexistas son: subordinación y desvalorización. Para comprobar si un mensaje es sexista se puede usar la regla de inversión: sustituir el término femenino por el masculino. Si el sentido de la idea es el mismo, no hay sexismo, de lo contrario se trata de una frase sexista.

	GUÍA DE COMUNICACIÓN CON PERSPECTIVA DE GÉNERO DEL PODER JUDICIAL DOMINICANO		Documento Núm.: GUI-CIN-CIN-001
			Versión: 01
Preparado por: Dirección de Prensa y Comunicaciones	Revisado por: Dirección de Planificación	Aprobado por: Coordinación General de Comunicaciones y Asuntos Públicos	Fecha Emisión: 20/12/2022
Área Responsable: Dirección de Prensa y Comunicaciones			

8.2 SEIS PRINCIPIOS DE COMUNICACIÓN ORAL Y ESCRITA SENSIBLE AL GÉNERO⁴

8.2.1 Asegurar la Representación de Mujeres y Hombres

Tanto las mujeres como los hombres deben recibir un trato por igual en los productos y mensajes de los medios institucionales. Es importante asegurar que se incluyan en las notas de prensa, las historias y otras comunicaciones, citas de mujeres y hombres.

Además, la presentación de voces femeninas en funciones tradicionalmente masculinas y viceversa contribuye a deconstruir los estereotipos y las normas de género. Estos mensajes, incluidos los visuales y escritos, pueden tener un efecto positivo en las actitudes de las personas a lo largo del tiempo. Al preparar notas de prensa, historias y otros materiales es importante planificar con antelación y aclarar cómo se pueden captar las voces de mujeres y hombres.

8.2.2 Cuestionar los Estereotipos de Género

El uso del lenguaje a menudo refuerza los estereotipos de género y las asunciones sobre mujeres y hombres se forman a menudo a través de esos estereotipos. Es importante evitar el uso de estos estereotipos ya que limitan y trivializan tanto a mujeres como a hombres, presentando imágenes erróneas de la realidad. En particular es importante no representar determinadas vocaciones o funciones como solo apropiadas para mujeres y hombres, o que son comunes a estos. Por ejemplo, los médicos son hombres y las enfermeras son mujeres.

También es fundamental no dar a entender, por ejemplo, que las mujeres y las niñas son tímidas en comparación con los hombres y los niños, o que las mujeres son pasivas y los hombres activos.

8.2.3 Evitar las Expresiones de Exclusión

Las formas de exclusión del lenguaje se refieren al uso de el/ellos, referido a mujeres y hombres, lo que excluye a las mujeres. Se puede usar las dobles formas “él y ella, “ellos y ellas, o usar sustantivos genéricos para evitar el uso exclusivo de pronombres masculinos. Recomendamos la utilización del Manual de Estilo Igualitario en el Lenguaje Jurídico del año 2011.


8.2.4 Usar Formas de Tratamiento Formal Inclusivas

Dirigirse a las mujeres por su estado civil es una vieja práctica que se remonta al 1700. Hoy es una práctica obsoleta e inapropiada. De la misma manera, a menudo se hace referencia a las mujeres como a la pareja de alguien, logrando un desequilibrio en quien se considera importante en la vida pública.

8.2.5 Crear Equilibrio de Género

Los nombres genéricos son sustantivos destinados a ser utilizados tanto por mujeres como por hombres. Sin embargo, algunos de estos genéricos tienden a llamar a las imágenes masculinas “primarias” para lectores y oyentes.

⁴ Manual para comunicar con Perspectiva de género, no discriminación y lenguaje no sexista. Guía para buenas prácticas en la comunicación social del ayuntamiento de Puebla 2018-2021

	GUÍA DE COMUNICACIÓN CON PERSPECTIVA DE GÉNERO DEL PODER JUDICIAL DOMINICANO		Documento Núm.: GUI-CIN-CIN-001
			Versión: 01
Preparado por: Dirección de Prensa y Comunicaciones	Revisado por: Dirección de Planificación	Aprobado por: Coordinación General de Comunicaciones y Asuntos Públicos	Fecha Emisión: 20/12/2022
Área Responsable: Dirección de Prensa y Comunicaciones			

Por ejemplo, “la historia del hombre” describe un concepto que abarca tanto a hombres como a mujeres, pero evidentemente el concepto está dominado por lo masculino.

Del mismo modo, el orden de las palabras puede dar a menudo la presunción de que un sexo es superior al otro, o que el último sexo es secundario. Por lo general en los documentos y textos se observa que el género masculino precede al femenino.

8.2.6 Promover la Equidad de Género en Cargos, Profesiones y Títulos

Los títulos de personas y ocupaciones suelen reflejar supuestos no equitativos sobre hombres y personas; el lenguaje sensible al género promueve representaciones más inclusivas y equitativas, tanto para las mujeres como para los hombres.

En documentos en los que conocemos a la persona destinataria se debe explicitar el sexo, en caso de no conocerlo, se deben incluir ambos sexos.

8.3 PATRONES DE DESIGUALDAD QUE PREDOMINAN EN LA COMUNICACIÓN

Las y los profesionales de la comunicación, voceros y voceras, personas que crean contenido, al igual que el resto de la sociedad, no están exentas de aprender y reproducir patrones que contribuyen a la desigualdad de género, los cuales se adquieren a través del proceso de socialización y de formación, que de manera inconsciente se reflejan en la vida cotidiana y en el quehacer comunicacional. A continuación, se identifican algunos patrones que predominan en la comunicación:

a. Estereotipos


Los estereotipos son imágenes o ideas simplificadas y deformadas de la realidad, aceptadas comúnmente por un grupo o sociedad con carácter inmutable, que se vuelven verdades indiscutibles a fuerza de repetirse⁵.

En este caso, la sociedad ha generado concepciones sobre el ser mujer y el ser hombre, sobre lo masculino y lo femenino, que colocan a las personas en determinadas categorías que pueden afectar a su desarrollo integral.

Se han construido diferentes estereotipos de mujeres que la comunicación reproduce, por ejemplo: la buena madre, la mala suegra, la bruja, la celosa, la ejecutiva, la fría y calculadora, el ama de casa, la atractiva y sexual, la llorona, la supermujer, el sexo débil, etc. Así también los hombres son estereotipados como conquistadores, el sexo fuerte, los que no lloran, los cabezas de familia, los proveedores, inteligentes, hábiles en los negocios, los mandilones, amanerados, los cornudos, etc.

Es importante que en la comunicación se conozca la existencia de estos patrones o estereotipos, para no continuar reproduciéndolos y promoviéndolos en la comunicación, en cambio, se puede abrir la mente a que las personas, sean mujeres u hombres, son más que una construcción social, por lo cual, se deben abordar como seres integrales.

⁵ Esta parte de los principios ha sido tomada de los estándares dados por el PNUD Regional

	GUÍA DE COMUNICACIÓN CON PERSPECTIVA DE GÉNERO DEL PODER JUDICIAL DOMINICANO		Documento Núm.: GUI-CIN-CIN-001
			Versión: 01
Preparado por: Dirección de Prensa y Comunicaciones	Revisado por: Dirección de Planificación	Aprobado por: Coordinación General de Comunicaciones y Asuntos Públicos	Fecha Emisión: 20/12/2022
Área Responsable: Dirección de Prensa y Comunicaciones			

b. Androcentrismo

Viene del griego Andros. se refiere al hombre, por oposición a la mujer, y con cualidades de honor y valentía. Centristo, porque se le concede el privilegio al punto de vista del hombre como partida del discurso lógico científico⁶.

El androcentrismo, según se define en el Reglamento para la Aplicación de la Política de Igualdad de Género del Poder Judicial, es la forma específica de sexismo que se manifiesta sobre todo en la ocultación de las mujeres y en su falta de definición.

Supuesto que considera lo propio y lo característico de los hombres como centro del universo, parámetro de estudio y de análisis de la realidad y experiencia universal de la especie humana. Confunde la humanidad con el hombre-varón.

Algunos Tipos de Androcentrismo

Construcción de la persona protagonista de las acciones o de los temas como masculino, en lugar de ser inclusivo, masculino y/o femenino. Esto genera invisibilidad de las mujeres y destaca los intereses masculinos sobre los femeninos.

Un ejemplo de ello es cuando se evalúan los efectos de un fenómeno tomando en cuenta solamente a los hombres.

1. **El Hombre como Actor de la Acción:** cuando los hombres aparecen como los sujetos y protagonistas de una acción y las mujeres aparecen como objetos de esta. Un caso común es que las invitaciones a una actividad especial se dirijan de la siguiente manera: "Señor Ernesto Fuentes y Señora".
2. **Invisibilidad de las Mujeres:** cuando las mujeres son excluidas de una realidad en la que son parte activa. Por ejemplo, cuando no aparecen datos estadísticos desagregados por género.
3. **Minimizar la Problemática de las Mujeres:** consiste en trivializar o no dar importancia a las experiencias, problemas y realidades de las mujeres, por ejemplo: no evidenciar la violencia doméstica cuando es un fenómeno muy común o el acoso sexual, laboral, entre otros.
4. **Misoginia o Culpabilidad de las Mujeres:** significa que frecuentemente se acusa a las mujeres de conductas inapropiadas cuando son víctimas del actuar de otra persona, por ejemplo: la violación sexual y doméstica, donde todavía hay personas que se preguntan por qué violaron o pegaron a determinada mujer, como si existiesen razones para hacerlo.
5. **Dominio masculino/sometimiento femenino:** esta clase de dominio hacia la mujer está más relacionado a las normas o a una cultura muy particular, donde las manifestaciones pueden ir desde la mutilación, degradación, golpes, etc.

⁶ "La mitad invisible. Género en la Educación al Desarrollo". Luisa Antolín Villota. ACSUR-Las Segovias (2003).

	GUÍA DE COMUNICACIÓN CON PERSPECTIVA DE GÉNERO DEL PODER JUDICIAL DOMINICANO		Documento Núm.: GUI-CIN-CIN-001
			Versión: 01
Preparado por: Dirección de Prensa y Comunicaciones	Revisado por: Dirección de Planificación	Aprobado por: Coordinación General de Comunicaciones y Asuntos Públicos	Fecha Emisión: 20/12/2022
Área Responsable: Dirección de Prensa y Comunicaciones			

c. Lenguaje Sexista

Son expresiones sociales que se construyen en torno a experiencias, mensajes y discursos que se manejan en una sociedad, que conducen a etiquetar y estigmatizar las formas de ser y de actuar de mujeres y hombres. Estas expresiones son reproducidas en la cotidianidad y familiaridad, sin que las personas tengan conciencia de la carga de prejuicios o ideas preconcebidas que manejan y que pueden llevar a la discriminación en diferentes manifestaciones⁷ tales como: invisibilidad a las mujeres, ocupando en muchas ocasiones como genérico el masculino cuando se refieren a acciones de ambos sexos, excluyendo a las mujeres de manera abierta y deliberada; subordinando a las mujeres porque se mencionan como un objeto pasivo, desvalorizándolas, ya que en ocasiones se menciona a las mujeres como inferiores o como ejemplo de inferioridad cuando se trata de una comparación.

El sexismo es el conjunto de actitudes y creencias que convierte al sexo o género de las personas en el elemento determinante para atribuirles o dejar de reconocerles valor, capacidades o merecimientos particulares y que se manifiesta a través de: androcentrismo, dicotomismo sexual, doble parámetro, familismo, insensibilidad al género, sobreespecificidad y sobregeneralización.

8.4 FRASES SEXISTAS

a. Invisibilidad.

“Deben respetarse los derechos de los niños” al referirse a los derechos de la niñez.

b. Exclusión.

“Felicidades a los maestros en su día”, excluyendo a las maestras; o “Felicidades a las enfermeras en su día”, excluyendo a los enfermeros.

c. Subordinación.

“Marilú, usted se va a encargar de recibir a los invitados en el evento” al asignarle a una mujer una función de recibir invitados que podría ser asumida también por un hombre. Esto no aplica, en caso de que quienes integran el equipo sean exclusivamente mujeres.

d. Desvalorización.

“¿Y sólo el esposo trabaja?” al referirse a que el proveedor económico es el esposo, y no se valora el trabajo y el aporte de la esposa en el hogar.

También en lo laboral se da la desvalorización, por ejemplo: “A ella se le puede pagar menos”, al referirse a una decisión de contratación en la que se asigna un menor salario por el hecho de ser mujer.

⁷ Luis Pedro Menacho Chiok, Diccionario sobre género y temas conexos. Lima, Perú 2006. Guía práctica sobre género y comunicación. CONAPRED 2009, segunda edición, “10 recomendaciones para el uso no sexista del lenguaje”, Textos del caracol, núm. 1. Impreso en México.

	GUÍA DE COMUNICACIÓN CON PERSPECTIVA DE GÉNERO DEL PODER JUDICIAL DOMINICANO		Documento Núm.: GUI-CIN-CIN-001
			Versión: 01
Preparado por: Dirección de Prensa y Comunicaciones	Revisado por: Dirección de Planificación	Aprobado por: Coordinación General de Comunicaciones y Asuntos Públicos	Fecha Emisión: 20/12/2022
Área Responsable: Dirección de Prensa y Comunicaciones			

8.5 LA IMAGEN SEXISTA

Al igual que el lenguaje, la imagen sexista conduce a la desigualdad de los géneros, con el agravante de que la imagen puede tener un mayor impacto en las mentes de las personas que la ven. Caso de ello es la publicidad que, por la frecuencia en la que aparecen las imágenes, puede tener mucha influencia en el pensamiento de las personas y su forma de entender el mundo.

La publicidad y los medios masivos de comunicación hacen uso frecuente del recurso de clichés y estereotipos porque resultan más sencillos para que el público en general los entienda. Sin embargo, detrás de cada estereotipo hay una ideología arraigada, que en múltiples ocasiones es peyorativa y discriminatoria con respecto a ciertas personas y grupos.

La publicidad, con el apoyo de los medios de comunicación, también refuerza el estereotipo femenino tradicional a través de la imagen, que nos llega por múltiples canales.

Los estereotipos más comunes de la mujer en las imágenes publicitarias son para acciones propias de temas considerados femeninos (violencia, género, discriminación, derechos humanos etc.) como víctimas de tipos penales específicos etc.

Por otro lado, los hombres también aparecen en la publicidad en situaciones que para la sociedad son más importantes, por ejemplo: los hombres consumidores de tecnologías, seguros, carros, el que invierte en bienes raíces, el seductor e infiel, el hombre de negocios, etc.

8.6 LA IMAGEN EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL


La aplicación de la imagen en la comunicación institucional tampoco está exenta de esta situación y la podemos evidenciar en los folletos, brochures, audiovisuales, banners, sitios web, y otros materiales de comunicación.

Es usual ver en diversas organizaciones orientadas al desarrollo humano, algunos usos de los patrones antes mencionados, por ejemplo, al mostrar en las acciones emprendidas solo los líderes hombres y las mujeres en un rol secundario de acompañamiento, también se continúan mostrando roles tradicionales de hombres (si son jueces como los que dirigen los procesos y las juezas como secretarías o complementos en las comisiones).

A veces se enfatiza la imagen de la mujer en labores de cuidado o maternas que son propias del rol social de la sociedad patriarcal.

En el caso de mostrar en imágenes de comunicación institucional al personal o a funcionarias y funcionarios de una institución, se suele situar a los hombres en cargos ejecutivos y a las mujeres en roles de asistentes.

También es usual ver en los materiales, la frecuencia y la cantidad de espacio que ocupan hombres y actividades relacionadas con ellos, lo cual también muestra un desequilibrio, que se debe evitar.

	GUÍA DE COMUNICACIÓN CON PERSPECTIVA DE GÉNERO DEL PODER JUDICIAL DOMINICANO		Documento Núm.: GUI-CIN-CIN-001
			Versión: 01
Preparado por: Dirección de Prensa y Comunicaciones	Revisado por: Dirección de Planificación	Aprobado por: Coordinación General de Comunicaciones y Asuntos Públicos	Fecha Emisión: 20/12/2022
Área Responsable: Dirección de Prensa y Comunicaciones			


8.7 HERRAMIENTAS Y SUGERENCIAS PARA FACILITAR LA APLICACIÓN DE LA IGUALDAD Y EQUIDAD DE GÉNERO EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

- a. Contar con un banco de fotografías e imágenes de video del tema que institucionalmente se maneja, pero en el que participen mujeres y hombres, haciendo uso de las acciones positivas establecidas en la Convención para la Eliminación de todas Formas de Discriminación Contra la Mujer, por encontrarse actualmente en desventaja o en desigualdad. Por ejemplo, si se aborda el tema penal, destacar a las mujeres que participan en las capacitaciones o en la jurisdicción si es posible y si existen casos de aquellas que tienen un liderazgo, esto con la idea de ir rompiendo estereotipos que colocan a las mujeres en roles inferiores.
- b. Información de los temas abordados por el Poder Judicial, desagregados por género, para identificar la magnitud de un problema o los niveles de impacto de un proyecto determinado.
- c. Identificar como fuentes de información a mujeres del Poder Judicial, ya sea como beneficiarias de los proyectos o como operadoras del sistema de justicia, como mediadoras o en la toma de decisiones.
- d. Hay que destacar a las funcionarias que lideran dichos proyectos. Se puede hacer un listado de las fuentes informativas. En el caso de los hombres es importante obtener de ellos declaraciones a favor de la igualdad, para mostrar los cambios en los patrones culturales.
- e. Para la visibilización de la mujer, debemos utilizar todos los mecanismos y tecnicismos que pone a nuestra disposición el idioma, evitando radicalmente el uso del masculino genérico, intentando alternar el orden jerárquico sin anteponer siempre al hombre, utilizando las profesiones en femenino si es la mujer que la desempeña; en fin, importantizar la participación de la mujer en todo el quehacer social y laboral, en el que ya sobradamente y desde hace mucho tiempo, tiene presencia y se ha destacado⁸.

8.8 RECOMENDACIONES GENERALES PARA EL USO INCLUSIVO DEL LENGUAJE

- a. Utilizar los dos géneros gramaticales, mujeres y hombres de manera igualitaria. Ejemplo: Los jueces y las juezas participaron en el conversatorio.
- b. Emplear nombres genéricos, colectivos o abstractos. Ejemplo: Toda la ciudadanía se beneficia de esta medida.
- c. Evitar el uso de adverbios con marca de género. en ocasiones, cuando los sustantivos son neutros se puede omitir el artículo. Ejemplo: La mayoría de docentes asistió a la capacitación.
- d. Hacer uso correcto de las formas de cortesía. Ejemplo: El señor Díaz y la señora Ramírez.

⁸ Manual de Estilo Igualitario en el Lenguaje Jurídico.

	GUÍA DE COMUNICACIÓN CON PERSPECTIVA DE GÉNERO DEL PODER JUDICIAL DOMINICANO		Documento Núm.: GUI-CIN-CIN-001
			Versión: 01
Preparado por: Dirección de Prensa y Comunicaciones	Revisado por: Dirección de Planificación	Aprobado por: Coordinación General de Comunicaciones y Asuntos Públicos	Fecha Emisión: 20/12/2022
Área Responsable: Dirección de Prensa y Comunicaciones			

- e. No utilizar el signo de arroba @. Se hará uso de los términos propios de cada sexo a fin de otorgar igualdad y equidad. Ejemplo: Los niños y las niñas fueron testigos de hecho.
- f. Evitar pronombres demostrativos masculinos con sentido general. Sustituir aquel, aquellos, esos, estos por, quien o quienes. Ejemplo: Que asista quien pueda ir.
- g. No usar el término “hombre” con aplicación universal como ser humano. Ejemplo: Desde la creación de la humanidad.
- h. Aplicar nombres abstractos que engloben ambos géneros. Ejemplo: El servicio de tutoría está disponible.

Utilizando como guía la publicación de la **UNESCO**: Recomendaciones para un uso no sexista del lenguaje, podemos ir integrando nuevas formas de comunicarnos, con la finalidad de no excluir ni discriminar.


El organismo de las Naciones Unidas indica que el lenguaje no es una creación arbitraria de la mente humana, sino un producto social e histórico que influye en nuestra percepción de la realidad. Al transmitir socialmente al ser humano las experiencias acumuladas de generaciones anteriores, el lenguaje condiciona nuestro pensamiento y determina nuestra visión del mundo.

Los prejuicios sexistas que el lenguaje transmite sobre las mujeres son el reflejo del papel social atribuido a éstas durante generaciones. A pesar de que el papel de las mujeres en la sociedad ha experimentado desde principios de nuestro siglo, particularmente en las últimas décadas, profundas transformaciones, los mensajes que el lenguaje sigue transmitiendo sobre ellas refuerzan su papel tradicional y dan una imagen de ellas relacionada con el sexo y no con sus capacidades y aptitudes, intrínsecas a todos los seres humanos.

El sexismo implica la desvalorización, en mayor o menor grado de las mujeres, por el sólo hecho de serlo. Incluso el lenguaje sexista, es una manifestación de violencia simbólica.

De esta forma, ofrecemos algunas alternativas que son incluyentes y sensibles al tema de Género:

USOS CORRIENTES	POSIBLES SOLUCIONES
<i>El hombre o los hombres</i>	Los hombres y las mujeres; la humanidad; el género humano; la especie humana; las personas
<i>Derechos del hombre</i>	Derechos humanos, derecho de las personas
<i>Hombres de estado/negocios</i>	Estadistas/gente de negocios
<i>Derechos del niño</i>	Derechos de la infancia o de la niñez
<i>El niño</i>	Los niños y las niñas; la infancia, la niñez
<i>Educación de adultos</i>	Educación de personas adultas
<i>Los profesores</i>	El personal docente; el profesorado
<i>Los alumnos</i>	Alumnos y alumnas; el alumnado
<i>Los electores</i>	Electores y electoras; el electorado
<i>Los trabajadores migrantes</i>	La población trabajadora migrante
<i>Las mujeres de limpieza</i>	El personal de limpieza
<i>Los médicos y las enfermeras</i>	El personal médico, el personal de salud
<i>Los pilotos y las azafatas</i>	El personal de aviación y el personal de vuelo

	GUÍA DE COMUNICACIÓN CON PERSPECTIVA DE GÉNERO DEL PODER JUDICIAL DOMINICANO		Documento Núm.: GUI-CIN-CIN-001
			Versión: 01
Preparado por: Dirección de Prensa y Comunicaciones	Revisado por: Dirección de Planificación	Aprobado por: Coordinación General de Comunicaciones y Asuntos Públicos	Fecha Emisión: 20/12/2022
Área Responsable: Dirección de Prensa y Comunicaciones			

9. APROBACIONES

Preparado por:		
Área	Nombre / Posición	Fecha
Dirección de Prensa y Comunicaciones	Celia M. Luna Asistente de Comunicaciones	13/12/2022
	Nilba Pérez Subdirectora	13/12/2022
	Fátima De la Rosa Valdez Director(a)	13/12/2022

Revisado por:		
Área	Nombre / Posición	Fecha
Dirección de Planificación	Isnelda Rosmery Guzmán Director(a)	14/12/2022

Aprobado por:		
Área	Nombre / Posición	Fecha
Coordinación General de Comunicaciones y Asuntos Públicos	Javier Cabreja Polanco Coordinador General	20/12/2022

10. CONTROL DE CAMBIOS

Versión No.:	Fecha Efectiva:	Tipo de Cambio:	Descripción del Cambio:	Autor del Cambio:
01	20/12/2022	Creación guía	No aplica	Celia M. Luna Nilba Pérez Dirección de Prensa y Comunicaciones