



Manual

**Rompiendo prejuicios
en las narrativas periodísticas**



PROYECTO
**ROMPIENDO
PREJUICIOS**





ROMPIENDO PREJUICIOS EN LAS NARRATIVAS PERIODÍSTICAS

FEDERACIÓN COLOMBIANA DE PERIODISTAS
(FECOLPER)

Coordinadora General: Adriana Hurtado Cortés
Autora: Libia Carolina Pinzón Camargo
Colaboración: Trineo Comunicaciones

Copyright

El contenido de este documento se puede reproducir libremente siempre que en todos los extractos se mencione "Manual Rompiendo prejuicios en las narrativas periodísticas" como fuente del extracto.

FECOLPER. 2026

PRÓLOGO

La participación política de las mujeres en Colombia ha avanzado de manera significativa en las últimas décadas: hoy existen leyes de paridad, se han elegido más mujeres a cargos públicos y el movimiento social feminista ha logrado posicionar debates que antes eran invisibles. Sin embargo, un obstáculo persiste, silencioso pero profundo: la forma en que los medios de comunicación cubren y narran esa participación.

Cuando una lideresa es descrita por su vestimenta y no por sus propuestas, cuando se le pregunta por su vida familiar en lugar de sus ideas, o cuando sus intervenciones son calificadas como "emocionales" mientras las de sus colegas hombres son "firmes", el periodismo no está siendo neutral: está reproduciendo una mirada androcéntrica que históricamente ha excluido a las mujeres del espacio público. Y no se trata solo de palabras: esa mirada tiene efectos reales en la legitimidad de sus liderazgos, en las decisiones de las y los votantes y, en última instancia, en la calidad de la democracia.

El manual "**Rompiendo prejuicios en las narrativas periodísticas**" nace precisamente de la convicción de promover el periodismo inclusivo con perspectiva de género para la equidad política en Colombia. Es el resultado de un proceso colectivo de reflexión y aprendizaje con periodistas de diversas regiones del país, que día a día enfrentan el desafío de cubrir la política

en contextos marcados por la desigualdad, la violencia y la exclusión.

Aquí no encontrarás fórmulas mágicas ni recetas infalibles. Encontrarás, eso sí, herramientas conceptuales y prácticas para identificar esos sesgos que a menudo pasan desapercibidos, para cuestionar tus propios automatismos y para construir, desde tu territorio y con tu voz, un periodismo más riguroso, más justo y más humano.

Te invitamos a recorrer estas páginas no como un manual cerrado, sino como una caja de herramientas abierta, que puedes adaptar, enriquecer y, sobre todo, poner en práctica. Porque el cambio no ocurre en los libros: ocurre en las salas de redacción, en las grabadoras, en las redes, en los lápices, en la academia y en la conciencia de cada periodista que decide hacer de su oficio un acto de responsabilidad democrática.

Nota sobre el uso del lenguaje

En este documento se emplean términos como mujeres y hombres, así como formas en masculino o femenino, con el propósito de facilitar la lectura y evitar repeticiones. Estas categorías incluyen de manera explícita a personas cisgénero y transgénero, reconociendo la diversidad de identidades de género. Por tanto, el uso de una sola forma gramatical en algunos casos no implica exclusión, sino una decisión de estilo que asume dichas categorías en un sentido amplio e incluyente. En este sentido, el manual reconoce el lenguaje como una herramienta clave para la transformación social y promueve un uso consciente, respetuoso e inclusivo, en coherencia con los principios de equidad, diversidad y no discriminación.

INDICE



Introducción

Guía de uso del manual

Unidad 1.

PERIODISMO CON PERSPECTIVA DE GÉNERO: HERRAMIENTAS BÁSICAS

<i>Propósito de la unidad</i>	11
<i>Objetivos de aprendizaje</i>	11
1.1. Fundamentos del enfoque de género en el periodismo	12
Fundamentos teóricos para un periodismo político inclusivo	12
Teoría del Punto de Vista (Standpoint Theory) de Sandra Harding	12
Crítica al Patriarcado: división pública/privado y la domesticación de la figura femenina	13
Enfoque de Interseccionalidad (Kimberlé Crenshaw)	14
1.2. Lenguaje, discurso y construcción mediática del poder	14
Análisis Crítico del Discurso (ACD) de Teun van Dijk	14
Análisis del Discurso de Norman Fairclough	15
1.3. Rutinas periodísticas con enfoque de género	15
Teoría del Agenda-Setting	15
Jerarquización Informativa Inclusiva	17
Regla de Reversibilidad	18
ACTIVIDADES PRÁCTICAS	19
CAJA DE HERRAMIENTAS	25
BIBLIOGRAFÍA	26

Unidad 2.

DETECTANDO LA REPRESENTACIÓN ESTEREOTIPADA

<i>Propósito de la unidad</i>	29
<i>Objetivos de aprendizaje</i>	29
2.1. Representación, poder y violencia simbólica en la cobertura política	30
Desmantelando la Mirada Masculina en la prensa	30
La Pedagogía Crítica: fundamento para un periodismo transformador	30
La "Mirada Masculina" (Male Gaze) de Laura Mulvey: del cine a la política	31
La violencia simbólica en la representación política	32

INDICE



2.2. Herramientas para detectar micro machismos narrativos	33
El Test de Finkbeiner y su versión inversa	33
La Regla de Reversibilidad o Inversión de Género (Aplicación avanzada)	33
Lexicometría política: las palabras crean realidad	34
2.3. Imagen, encuadre y jerarquías visuales del poder	34
Semiótica de la imagen: leyendo las fotografías de poder	34
ACTIVIDADES PRÁCTICAS	36
CAJA DE HERRAMIENTAS	41
BIBLIOGRAFÍA	43

Unidad 3.

SELECCIÓN INFORMATIVA CON ENFOQUE DE GÉNERO

<i>Propósito de la unidad</i>	46
<i>Objetivos de aprendizaje</i>	46
3.1. Agenda, poder y gatekeeping en la construcción de la noticia	47
La construcción de la agenda: ¿qué es noticia y qué no lo es?	47
Teoría del Gatekeeping (David Manning White / Pamela Shoemaker)	47
Criterios de noticiabilidad (Valores noticia)	47
El androcentrismo mediático y sus mecanismos	48
3.2. Discurso, encuadre y mecanismos de invisibilización	48
Teoría del framing (Encuadre): el cómo es el qué	48
3.3. Tokenismo Mediático y "Noticias Relleno"	49
ACTIVIDADES PRÁCTICAS	50
CAJA DE HERRAMIENTAS	56
BIBLIOGRAFÍA	57

Unidad 4.

ENCUADRES Y LENGUAJE: DESMONTANDO AUTOMATISMOS

<i>Propósito de la unidad</i>	60
<i>Objetivos de aprendizaje</i>	60
4.1. Desnaturalizar el lenguaje periodístico con sesgo	61
El lenguaje no es neutral: una mirada desde el Análisis Crítico del Discurso	61
Aprendizaje experiencial y pedagogía feminista: aprender haciendo, transformar sintiendo	61

INDICE



4.2. Intervenir encuadres y prácticas de entrevista	62
Laboratorio de titulares: detectando y reformulando sesgos	62
El Role Play de entrevistas: la práctica de la escucha activa y el enfoque	63
Reescritura Multimodal: adaptando la noticia con conciencia de género	63
4.3. Transferencia a la rutina profesional	65
Ética del reconocimiento y diálogo democrático: el periodismo como encuentro con el otro	65
ACTIVIDADES PRÁCTICAS	67
CAJA DE HERRAMIENTAS	73
BIBLIOGRAFÍA	75

Unidad 5.

TRAINING OF TRAINERS

<i>Propósito de la unidad</i>	77
<i>Objetivos de aprendizaje</i>	77
5.1. Claridad pedagógica y dominio conceptual para la réplica	78
Síntesis de los objetivos formativos del programa	78
Repaso guiado de conceptos críticos para la réplica	78
Orientaciones para explicar conceptos complejos en lenguaje sencillo	79
Recomendaciones para enfrentar resistencias o posturas negacionistas	79
5.2. Uso pedagógico de materiales del proyecto	81
Revisión del banco de recursos y materiales disponibles	81
Cómo estructurar las dos sesiones en vivo (apertura conceptual y práctica)	81
Uso de foros para discusión y acompañamiento	82
ACTIVIDADES PRÁCTICAS	83
CAJA DE HERRAMIENTAS	86
BIBLIOGRAFÍA	86

Material complementario

Violencia contra las mujeres en la política: claves de la Ley 2453 de 2025	87
Fundamentos de violencias basadas en género para periodistas	87
CONCLUSIONES Y REFLEXIONES FINALES	88
GLOSARIO Y REFERENCIAS	89

INTRODUCCIÓN

El manual "Rompiendo prejuicios en las narrativas periodísticas" nace de la necesidad de transformar la cobertura periodística de temas políticos desde un enfoque de género. Está pensado especialmente para periodistas, editores, estudiantes de comunicación social-periodismo y formadores que trabajan en regiones, donde las dinámicas locales de poder y género se entretajan con realidades como la pobreza rural, la diversidad étnica y las condiciones de marginalidad, entre otros temas que implican a las minorías.

A lo largo de cinco unidades, este manual ofrece herramientas conceptuales y prácticas para identificar sesgos y estereotipos naturalizados, comprender los marcos teóricos y normativos que sustentan un periodismo con perspectiva de género, y aplicar criterios concretos en las rutinas de redacción: desde la selección de fuentes y la titulación hasta el uso de imágenes y la construcción de perfiles.

No se trata de un recetario ni de un conjunto de normas rígidas, sino de una invitación a cuestionar los automatismos, a ampliar el foco para captar una imagen más completa y justa del poder, y a ejercer el periodismo como una práctica de responsabilidad democrática. Al hacer un cambio de paradigma en tu trabajo, no solo te conviertes en una mejor reportera o reportero: estás actuando como agente de cambio para promover regiones y un país con una democracia más inclusiva y socialmente más justa.

GUÍA DE USO DEL MANUAL

Este manual ha sido diseñado como una herramienta viva y flexible para acompañar procesos de formación, reflexión y transformación de las prácticas periodísticas. A continuación, se ofrecen algunas orientaciones para su uso, dependiendo de tus necesidades y del contexto en el que te encuentres.

¿Para quién es este manual?

- Periodistas y comunicadores de prensa escrita, radio, televisión y medios digitales que cubren temas políticos y desean hacerlo con mayor rigor y equidad.
- Editores y jefes de información responsables de definir agendas, jerarquizar noticias y orientar equipos periodísticos.
- Formadores y facilitadores que replican procesos de capacitación en enfoque de género en sus territorios o en la academia.
- Estudiantes de comunicación-periodismo que se preparan para ejercer una profesión con responsabilidad social.

¿Cómo está estructurado?

El manual está organizado en cinco unidades que siguen una secuencia pedagógica progresiva:

Unidad	Enfoque	Lo que encontrarás aquí
Unidad 1	Conceptual y básico	Los fundamentos teóricos del periodismo con perspectiva de género, las autoras y autores clave, y las primeras herramientas para identificar sesgos.
Unidad 2	Analítico y de deconstrucción	Herramientas para detectar la representación estereotipada en textos e imágenes, desmontando la "mirada masculina" en la prensa.

Unidad 3	Editorial y de agenda	Claves para cuestionar los criterios de noticiabilidad, la selección de fuentes y el papel de los medios en la construcción de la agenda pública.
Unidad 4	Práctico y aplicado	Estrategias concretas para intervenir el lenguaje, los titulares, las entrevistas y los formatos multimodales desde un enfoque de género.
Unidad 5	Práctico y aplicado	Herramientas para replicar de manera rigurosa, contextualizada y efectiva los aprendizajes del proceso formativo.

Cada capítulo contiene:

- Propósito de la unidad: una breve introducción sobre lo que se abordará y por qué es relevante.
- Objetivos de aprendizaje: lo que vas a conocer y podrás hacer al finalizar cada capítulo.
- Desarrollo teórico: conceptos, autoras/es y ejemplos aplicados al contexto colombiano y regional.
- Actividades prácticas: ejercicios individuales y grupales para aplicar lo aprendido.

¿Cómo usar este manual?

Si eres periodista o comunicador en ejercicio

Puedes recorrer el manual de principio a fin, siguiendo la secuencia propuesta, o bien usarlo como una caja de herramientas a la que acudir según tus necesidades:

- ¿Tienes que escribir un perfil de una lideresa? Revisa la Unidad 2 y aplica el Test de Finkbeiner.
- ¿Estás preparando una entrevista? Consulta la Unidad 4 y sus recomendaciones sobre preguntas con enfoque.
- ¿Participas en un consejo de redacción? La Unidad 3 te dará argumentos para disputar la agenda.

Si eres formador o facilitador

Este manual ha sido pensado también como material de apoyo para procesos de réplica territorial. Te sugerimos:

- Lee el manual completo antes de facilitar, para familiarizarte con los conceptos y la secuencia.
- Adapta los ejemplos a la realidad de tu región. Los casos de Francia Márquez o Claudia López son útiles, pero tus participantes conectarán mejor con ejemplos de lideresas locales.
- Prioriza las actividades prácticas. La pedagogía crítica que atraviesa este manual nos recuerda que el aprendizaje significativo ocurre en el diálogo y la experiencia, no en la transmisión unidireccional de contenidos.
- Utiliza el glosario como recurso permanente. Te ayudará a unificar lenguaje y aclarar dudas conceptuales.



Recomendaciones generales

- Ten a mano una libreta o un archivo digital para ir registrando tus propias reflexiones, preguntas y hallazgos mientras avanzas.
- No leas este manual solo o sola. Compártelo con colegas, discútanlo en equipo, conviértanlo en un punto de partida para conversaciones colectivas.
- Vuelve a él cuantas veces sea necesario. Los sesgos de género no se desmontan de una vez y para siempre; requieren práctica constante, revisión y autoevaluación permanente.

UNIDAD 1.

PERIODISMO CON PERSPECTIVA DE GÉNERO: HERRAMIENTAS BÁSICAS



Unidad I. PERIODISMO CON PERSPECTIVA DE GÉNERO: HERRAMIENTAS BÁSICAS

Propósito de la unidad

Presentar herramientas conceptuales y prácticas para incorporar el enfoque de género en la cobertura política, partiendo de la idea de que el conocimiento es situado — como plantea Sandra Harding— y que el lenguaje construye y jerarquiza la realidad, en línea con el análisis crítico del discurso de Teun A. van Dijk. Desde la interseccionalidad propuesta por Kimberlé Crenshaw, se analizan criterios de noticiabilidad, selección de fuentes, titulación y construcción de perfiles para identificar sesgos, estereotipos y exclusiones naturalizadas. A través de herramientas como la regla de reversibilidad, matrices de análisis y ejercicios de reescritura, las y los participantes revisarán críticamente sus propias piezas y formularán criterios concretos para integrar el enfoque de género en su práctica periodística cotidiana.

Al final, podrás aplicar estas herramientas en tu trabajo diario, contribuyendo a un periodismo más inclusivo y responsable en contextos regionales, donde las dinámicas locales de poder y género a menudo se entretujan con temas como elecciones municipales o políticas comunitarias.

Objetivos de aprendizaje

- 1 Conocer los autores principales y sus postulados teóricos que sustentan el periodismo con perspectiva de género.
- 2 Identificar y aplicar herramientas operativas como agenda-setting y jerarquización informativa, entre otras sugeridas.
- 3 Analizar críticamente discursos mediáticos que desarrollen temas políticos para detectar sesgos de género.
- 4 Reflexionar sobre el rol que desempeña un periodista región para contribuir en la generación de contenidos libres de sesgos de género.

1.2. Fundamentos del enfoque de género en el periodismo

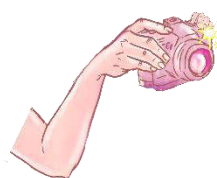
Fundamentos teóricos para un periodismo político inclusivo

Imagina que estás cubriendo una elección local en tu región: ¿cómo decides qué voces destacar, qué ángulos priorizar o cómo describir a las candidatas? En algún momento de tu actividad periodística te has cuestionado por estos aspectos. El periodismo con perspectiva de género no es una moda; es una forma de ver el mundo y a la vez contribuye para desmontar desigualdades invisibles en la política. En esta unidad, se presentarán las teorías clave que aportan los argumentos necesarios para el desarrollo periodístico de tu trabajo en tu región. Estas ideas, extraídas de pensadoras como Sandra Harding y Kimberlé Crenshaw, hasta analistas del discurso como Teun van Dijk y Norman Fairclough, invitan a cuestionar lo llamado “normal” en las noticias. No es teoría abstracta, son herramientas funcionales que puedes usar en tu redacción diaria para hacer que los cubrimientos y productos periodísticos sean más justos y relevantes, especialmente en contextos regionales donde el género se cruza con realidades como la pobreza rural, la diversidad étnica, o las condiciones de marginalidad.

Estas teorías se basan en investigaciones recientes y guías de organizaciones como ONU Mujeres y la Federación Internacional de Periodistas (FIP), entre otros marcos epistémicos que han sido adaptados para periodistas de región que enfrentan limitaciones como recursos escasos o presiones locales. Este marco teórico permite dar coherencia a los intereses del manual y legitima los métodos elegidos para abordar y replicar estos temas. Esta base teórica presenta razonamientos lógicos, aplicaciones prácticas y, en algunos casos, ejemplos concretos para que veas cómo se aplica el manual en la vida real.

Teoría del Punto de Vista (Standpoint Theory) de Sandra Harding

Esta teoría, desarrollada por la filósofa feminista Sandra Harding en los años 80 y actualizada en obras como "Sciences from Below" (2008), sostiene que el conocimiento no es neutral: surge desde posiciones sociales específicas, y las perspectivas de grupos marginados (como mujeres o minorías) ofrecen una visión más completa y crítica de la realidad. Harding señala que el “punto de vista dominante” (a menudo masculino, blanco y privilegiado) distorsiona la verdad al ignorar experiencias opresivas, por lo que incorporar voces marginadas no solo enriquece el análisis, sino que genera un conocimiento más objetivo y transformador (Harding, 2008). En el periodismo político, esto se orienta a priorizar fuentes subrepresentadas para revelar dinámicas de poder ocultas, funcional para evitar coberturas sesgadas en contextos regionales donde las desigualdades son locales y palpables.



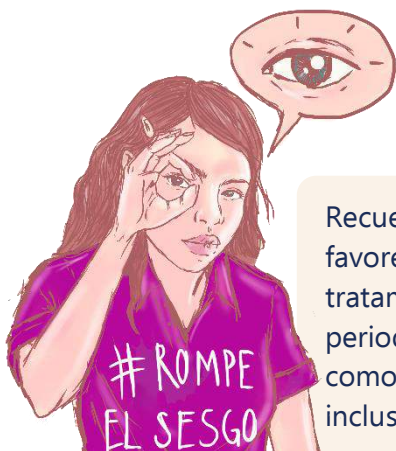
Ejemplo: en el abordaje sobre el tema de Reforma Agraria que hiciera *El Tiempo* en el año 2022, el enfoque se hacía desde la mirada campesina del hombre, por creer que es él quien trabaja la tierra, pero un enfoque desde el punto de vista de mujeres campesinas podría destacar cómo la ley afecta su acceso a la tierra, un tema determinante para dicha reforma.

Crítica al Patriarcado: división pública/privado y la domesticación de la figura femenina

Teoría inspirada en teóricas como Simone de Beauvoir (*El segundo sexo*, 1949) y actualizada por Patricia Hill Collins en "*Black Feminist Thought*" (2000), examina cómo el patriarcado divide lo público (política, poder, etc.) como masculino y lo privado (hogar, emociones, cuidado, etc.) como femenino, domesticando a las mujeres al reducirlas a roles familiares. En el periodismo, esto orienta el análisis para desafiar narrativas que minimizan el rol político de las mujeres. Este enfoque teórico anima a visibilizar mujeres en esferas públicas, sacándolas de roles tradicionales que además hacían en simultáneo mientras trataban de liderar un proceso y a la vez se hacían cargo de los asuntos del hogar o lo que la teoría denomina "lo privado", que pareciera tener menos importancia que lo público.



Ejemplo: en reportajes sobre políticas argentinas como Cristina Fernández, la crítica al patriarcado detecta cómo medios la domestican enfocándose en su vida familiar, en lugar de sus decisiones políticas, perpetuando la división pública /privado.



Recuerda que el periodismo con perspectiva de género no está interesado en favorecer a una de las partes, su interés se orienta a generar igualdad en el tratamiento de temas políticos, al hacer un cambio de paradigma en el trabajo periodístico no solo te convierte en un mejor reportero, a la vez estás actuando como un agente de cambio para promover regiones con una democracia más inclusiva y socialmente más justa.

Enfoque de Interseccionalidad (Kimberlé Crenshaw)

Como los temas de estereotipos y desigualdad de género no siempre se dan de forma aislada, es pertinente abordar el **Enfoque de Interseccionalidad** de Kimberlé Crenshaw quien acuñó este término en 1989, y lo ha expandido en artículos como en Signs (2019), argumentando que el género no actúa solo: se cruza con etnia, clase, edad y otras identidades, creando opresiones más profundas. Crenshaw, K. W. (2019). En el periodismo político, esto significa analizar cómo, por ejemplo, una mujer indígena enfrenta barreras dobles en elecciones. Esta teoría que se ha aplicado a diversos temas sociales es determinante para hacer análisis más completos, está respaldada por ONU Mujeres 2023. Al llevarla a las regiones puede ser bastante útil ya que en Colombia las desigualdades y sesgos pueden variar de una región a otra, lo que lleva a pensar que el tratamiento que se le dé a las mujeres no puede ser como si fueran un bloque homogéneo las opresiones que vive cada mujer, son diferentes.

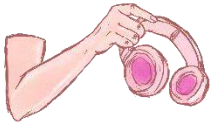


***Ejemplo:** en la cobertura de Francia Márquez, la jerarquización tradicional operó de forma excluyente al situar en el lead su origen como trabajadora doméstica y su raza como elementos de colorida 'resiliencia'. En contraste, una jerarquización inclusiva e interseccional (Crenshaw, 1989) habría posicionado en la estructura principal de la noticia su conocimiento sobre la Ley 70 de comunidades negras o su propuesta de justicia climática, reconociendo que su identidad de mujer negra y rural no es una anécdota, sino el eje de su visión política (FLIP, 2022).*

1.2. Lenguaje, discurso y construcción mediática del poder

Análisis Crítico del Discurso (ACD) de Teun van Dijk

Teun van Dijk, en trabajos como "Discurso y poder" (2008) y artículos recientes en revistas como Discourse & Society (2020), propone analizar cómo el lenguaje en los medios reproduce desigualdades de poder, incluyendo las de género. Argumentalmente, van Dijk explica que el discurso no es inocente: estructuras como omisiones, metáforas o énfasis que legitiman ideologías dominantes, perpetuando desigualdades sociales a través de la repetición cotidiana en noticias (Van Dijk, 2008). Para el autor, el análisis se puede hacer por niveles (cognitivo, social y textual), permitiendo a periodistas auditar y reflexionar sobre cómo su léxico, la estructura discursiva y la enunciación refuerzan roles de género en la política. Esta teoría proporciona elementos para evitar caer en estereotipos, especialmente en redacciones regionales donde las prácticas culturales y discursivas pueden haber normalizado sesgos de género.



Ejemplo: en un reportaje sobre un escándalo político en México, el ACD revelaría cómo frases como “ella es emotiva” domestican a una figura femenina, mientras que un hombre es “decidido”, como analizó van Dijk en coberturas de elecciones en Latinoamérica. Fernández Poncela, (2011).

Análisis del Discurso de Norman Fairclough

Norman Fairclough, en libros como “Language and Power”(2015) y artículos en Critical Discourse Studies (2022), desarrolla un modelo tridimensional para analizar el discurso: el texto en sí: lenguaje y estructura, la práctica discursiva: cómo se produce y consume el texto en contextos como los medios y el contexto sociocultural: ideologías y poderes que lo moldean. Argumentalmente, Fairclough razona que el discurso es una forma de acción social que reproduce o desafía desigualdades (Fairclough, N. 1995). Su modelo conecta lo micro (palabras en una noticia) con lo macro (estructuras patriarcales en la sociedad), permitiendo un análisis integral. Este enfoque es funcional para periodistas regionales, ya que ofrece método de paso a paso para examinar cómo coberturas de temas como elecciones locales reproducen sesgos de género a través de narrativas implícitas, fomentando prácticas más inclusivas y reflexivas.



Ejemplo: en una cobertura de debates presidenciales en Brasil (2022), el modelo de Fairclough analizaría cómo el texto de un artículo (e.g., enfocándose en la “fuerza” de candidatos hombres) se produce en una práctica discursiva machista (editoriales dominadas por hombres) y refleja un contexto sociocultural patriarcal, como se vio en análisis de medios como Folha de S.Paulo. Camargo, D. & Silva, F. P. (2022).

Este ejemplo presenta los tres niveles de análisis que expone Fairclough en su teoría:

- **El texto:** el uso de la palabra “fuerza” (dimensión lingüística).
- **La práctica discursiva:** quiénes escriben los editoriales (dimensión institucional).
- **La práctica social:** el patriarcado en Latinoamérica (dimensión ideológica).

1.3. Rutinas periodísticas con enfoque de género

Teoría del Agenda-Setting

La Teoría del Agenda-Setting, propuesta por Maxwell McCombs y Donald Shaw en 1972 argumenta que los medios no dictan qué opinar, sino qué temas considerar importantes, influyendo así en la agenda pública, McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). Los autores señalan que, a través de la selección y el énfasis repetido, los medios transfieren saliencia de su agenda a la del público, con evidencia empírica de estudios longitudinales que muestran correlaciones

entre cobertura mediática y percepciones sociales (por ejemplo, cómo la prensa elevó el cambio climático como prioridad global en la década de 2010) McCombs, M. (2014).

Esta teoría explica el poder gatekeeping¹ de los periodistas, permitiendo decisiones informadas sobre qué priorizar en contextos regionales. Esta teoría funciona como un filtro que tiene en cuenta tres condiciones:

- **Criterios de noticiabilidad:** ¿Es actual? ¿Es polémico? ¿Afecta a mucha gente?
- **Intereses ideológicos o económicos:** ¿Esta noticia afecta a los anunciantes del medio? ¿Va en contra de la línea editorial del periódico?
- **Limitaciones de espacio/tiempo:** En la televisión o el periódico impreso, el espacio es finito, por lo que alguien debe elegir lo "más importante". Shoemaker, P. J., & Vos, T. P. (2009)

La teoría del gatekeeping, tiene transversalidad en este marco teórico con lo que propone Sandra Harding y Van Dijk, Si los "guardabarreras" (editores jefes, directores de noticias, jefes de sección) son mayoritariamente hombres con un punto de vista privilegiado, es muy probable que:

1. **Invisibilicen** temas que afectan a las mujeres (como la brecha salarial o la violencia obstétrica), considerándolos "temas menores".
2. **Permitan pasar** solo aquellas historias que refuerzan estereotipos (como el ejemplo de la mujer emotiva).

Esta teoría se adapta para argumentar que los medios deben intencionalmente visibilizar temas y perspectivas subrepresentadas, como las desigualdades de género en la política, para contrarrestar agendas históricamente masculinas que marginalizan voces femeninas o no binarias. Gallagher (2014). Investigaciones recientes de la UNESCO (2021) y ONU Mujeres (2023) explican que, sin este enfoque, el agenda-setting perpetúa desigualdades al relegar cuestiones de género (e.g., brecha salarial en políticas laborales) a "asuntos secundarios", que muchos periodistas desde diferentes regiones promuevan estas narrativas de inclusión pueden lograr una influencia significativa en la formulación de políticas públicas equitativas, eliminando estructuras patriarcales.

Jerarquización Informativa Inclusiva

¹ El **gatekeeping** (o teoría del guardabarreras) es el proceso mediante el cual la información es filtrada para su difusión. En el periodismo y la comunicación, se refiere al poder que tienen ciertos actores (editores, dueños de medios o algoritmos) para decidir qué noticias "pasan la puerta" y llegan al público y cuáles son ignoradas o descartadas.

La Jerarquización Informativa Inclusiva, derivada de teorías de comunicación como el framing y el agenda-setting (desarrolladas por autores como Robert Entman en "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm") Entman, R. M. (1993), se refiere al proceso de organizar y priorizar elementos en una noticia para guiar la atención del lector, argumentando que la estructura (titular, lead, cuerpo) no es neutral, sino que refleja y refuerza valores sociales. Una Jerarquización tradicional a menudo privilegia perspectivas dominantes (masculinas), relegando información sobre género a secciones inferiores o secundarias, lo que minimiza su impacto perceptual; en cambio, una versión inclusiva prioriza impactos diferenciados por género desde el inicio, fomentando equidad al hacer visible lo invisible. Van Dijk, T. A. (1990). La Jerarquización Informativa Inclusiva es actual y funcional para periodistas regionales, según guías de la FIP (2022), permite hacer listas de chequeo prácticos y así reordenar contenido, asegurando que temas como el efecto de una ley en mujeres jefas de hogar ocupen posiciones prominentes, transformando la narrativa en una más equilibrada y socialmente responsable.



Ejemplo: en una nota sobre presupuestos regionales en Perú, como lo presentan los reportes de Calandria (2023), una jerarquización inclusiva pondría en el lead cómo el recorte afecta a programas de género, en lugar de ubicarlo al final, como se corrigió en coberturas de La República para destacar las voces femeninas.

Sobre la lista de chequeo que menciona la Jerarquización Informativa Inclusiva, se comparte en este manual una lista basada en la propuesta de la UNESCO DE 2021, la lista tiene como propósito ayudarle al periodista a ver si su nota tiene una estructura alejada al sesgo de género.

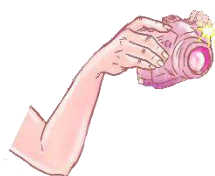
- Presencia:** ¿Aparecen las mujeres como fuentes de consulta (expertas) o solo como víctimas/testigos?
- Ubicación (Jerarquía):** ¿El impacto de género está en el titular o en el *lead*, o se "escondió" al final de la nota?
- Lenguaje:** ¿Se usan términos neutros o se cae en el masculino genérico que invisibiliza?
- Contexto:** ¿Se explica la noticia como un evento aislado o como parte de una desigualdad estructural (brecha salarial, techo de cristal)?
- Agencia:** ¿Se presenta a la mujer como una figura con poder de decisión o solo como alguien que "recibe" las consecuencias? UNESCO. (2021).

Esta lista está referenciada desde el *Global Media Monitoring Project* y su propósito es que el periodista evalúe, antes de publicar la nota, si la información que está compartiendo refuerza estereotipos tradicionales. WACC. (2021).

Categoría de Estereotipo	Indicador de alerta (Qué observar)
Rol familiar	Se menciona el estado civil o si la política es "madre/esposa" sin que sea relevante para la noticia.
Apariencia física	El texto describe la vestimenta, el peinado o el tono de voz de la mujer más que sus propuestas.
Emocionalismo	Se describe a la mujer como "histórica", "emotiva", "frágil" o "agresiva" (mientras que al hombre se le llama "firme").
Doble carga	Se le pregunta a la profesional cómo "logra equilibrar" su trabajo con el hogar, pregunta que no se le hace a los hombres.
Invisibilidad	Se mencionan temas de salud o educación sin entrevistar a ninguna mujer, a pesar de ser quienes suelen liderar esos sectores.

Regla de Reversibilidad

Otra de las reglas funcionales para la reescritura en prensa, que contribuye a disminuir las brechas de género en la prensa es la **Regla de Reversibilidad**, propuesta en contextos éticos periodísticos (inspirada en Kant y adaptada por feministas como Nancy Fraser en "Justice Interruptus", 1997), esta regla invita a "revertir" los roles de género en una historia y preguntar: ¿suena igual de justo o neutral?, la regla aboga tanto por la redistribución como por el reconocimiento en las notas periodísticas, poniendo sobre la mesa de discusión que la jerarquización de la información no es neutral. De acuerdo con la Fundación Gabo (2020) esta es una herramienta práctica y actual para detectar sesgos implícitos en la cobertura política, promoviendo empatía y equidad. Funciona bien en redacciones pequeñas, donde se puede aplicar en revisiones grupales.



Ejemplo: en la cobertura de las elecciones de 2022 en Colombia, varios medios describieron a Francia Márquez como una figura "emocional y confrontativa". Al aplicar la reversibilidad: ¿Se describiría con esos mismos adjetivos a un candidato hombre que defiende sus posturas con firmeza, o se le llamaría "determinado y con carácter"? Este sesgo de "emocionalidad" minimiza la validez técnica de sus propuestas. (FLIP.2022)



ACTIVIDADES PRÁCTICAS

Actividad 1

"La noticia desde la periferia" (Análisis de Punto de Vista)

Objetivo	Identificar y analizar la representación de voces marginadas en la cobertura de un tema político específico para evidenciar cómo opera la Teoría del Punto de Vista de Sandra Harding.
Subtema teórico que alimenta	Teoría del Punto de Vista (Sandra Harding), Análisis Crítico del Discurso.
Duración estimada	60 minutos
Materiales	Dos o tres artículos de prensa recientes de medios colombianos que aborden un tema político relevante (Ejemplo: reforma agraria, política minero-energética, proyecto de ley de educación). Copias para cada grupo, marcadores, papelógrafo o computadora para presentar resultados
Desarrollo	<p>1. Selección y lectura (15 min): en grupos de 3 o 4 personas, los participantes reciben los artículos seleccionados. Realizan una primera lectura para familiarizarse con el tema.</p> <p>2. Análisis de voces (25 min): cada grupo debe analizar los artículos para identificar:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ ¿Quién habla? ¿Cuáles son las fuentes principales? (Ministros, académicos, empresarios, lideresas, campesinos, etc.).▪ ¿Quién no habla? ¿Qué voces están ausentes o son solo mencionadas, pero no consultadas? (Ejemplo: "las mujeres rurales", "los jóvenes", "la comunidad afro").▪ ¿Cómo se les presenta? Cuando aparecen mujeres o líderes de comunidades marginadas, ¿se les presenta como "expertas" o como "víctimas"/"testigos"? ¿El lenguaje utilizado (adjetivos, descripciones) es el mismo que para las fuentes tradicionales? <p>3. Presentación de resultados (20 min): un o una portavoz de cada grupo comparte sus hallazgos en plenaria. El facilitador guía la discusión conectando los resultados con la idea de que el conocimiento es situado: ¿qué visión de la realidad (y de la reforma agraria, por ejemplo) se construye al privilegiar unas voces sobre otras? ¿Qué temas o perspectivas quedan invisibilizadas?</p>

Para reflexionar: *¿Cómo cambiaría la noticia si las voces ausentes fueran las protagonistas? ¿Qué aspectos de la realidad, hoy invisibles, se volverían centrales?*

Actividad 2

"El antídoto: reescritura de un artículo"

Objetivo	Incorporar el enfoque de género mediante la reescritura colectiva de un artículo que carezca de esta perspectiva, actuando como un "antídoto" contra el sesgo.
Subtema teórico que alimenta	Jerarquización Informativa Inclusiva, Análisis Crítico del Discurso.
Duración estimada	75 minutos.
Materiales	Un artículo de prensa o transcripción de una nota radial que aborde un tema político y que sea claramente mejorable desde la perspectiva de género (Ejemplo: perfil de una política, nota sobre una ley que afecta a las mujeres). Copias para cada grupo, marcadores y papelógrafo.
Desarrollo	<p>1. Diagnóstico del "veneno" (15 min): en grupos, los participantes leen el artículo y, usando la lista de chequeo de la UNESCO (Presencia, Ubicación, Lenguaje, Contexto, Agencia) y la de estereotipos (Rol Familiar, Apariencia, etc.), identifican y marcan todos los sesgos que encuentran. Es el "diagnóstico".</p> <p>2. Preparación del "antídoto" (40 min): cada grupo procede a reescribir el artículo para neutralizar los sesgos identificados. Deben:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Incluir citas de mujeres expertas o lideresas como fuentes. ▪ Reformular el lenguaje para eliminar el masculino genérico y los adjetivos sexistas. ▪ Reestructurar la jerarquía de la información: si el impacto de género estaba al final, deben llevarlo al titular o al <i>lead</i>. ▪ Asegurarse de que las mujeres sean presentadas con agencia (sujetas de la acción) y no solo como víctimas. <p>3. Presentación del antídoto (20 min): cada grupo presenta su versión reescrita, explicando las "curaciones" que realizó y por qué. Se compara con el original y se discute colectivamente el impacto de los cambios.</p>
<p>Para reflexionar: <i>¿Qué fue lo más difícil de cambiar? ¿Hubo resistencia interna en el grupo a modificar alguna parte del texto? ¿Qué aprendieron sobre su propio proceso de escritura</i></p>	

Actividad 3

"La lupa en las palabras" (Análisis de frases y metáforas)

Objetivo	Utilizar una "lupa" metafórica para identificar cómo las estructuras lingüísticas en la cobertura mediática reproducen desigualdades de género.
Subtema teórico que alimenta	Análisis Crítico del Discurso (Teun van Dijk), Lexicometría política.
Duración estimada	50 minutos.
Materiales	Tres artículos de medios colombianos que cubran un mismo evento político reciente (Ejemplo: elecciones locales, debate en el congreso). Una matriz de análisis en papelógrafo o digital para que los grupos la llenen.
Desarrollo	<p>1. Caza de palabras (15 min): en grupos, los participantes reciben los artículos y una matriz con categorías como: "Adjetivos para hombres", "Adjetivos para mujeres", "Metáforas para hombres", "Metáforas para mujeres", "Verbos que describen acción (hombres)", "Verbos que describen acción (mujeres)".</p> <p>2. Análisis con la lupa (20 min): los grupos leen los artículos y "cazan" todas las palabras y frases que encajan en cada categoría, anotándolas en la matriz. Deben estar atentos a las omisiones: ¿de qué no se habla?</p> <p>3. Puesta en común (15 min): cada grupo socializa su matriz. El facilitador ayuda a identificar patrones comunes. ¿A ellos se les describe con verbos de acción contundente ("decidió", "ordenó", "propuso") y a ellas con verbos más pasivos o emocionales ("expresó su sentir", "reaccionó", "pidió")? ¿Se usan metáforas bélicas para ellos ("arremetió", "contraatacó") y metáforas domésticas o naturales para ellas ("llegó como un vendaval", "es la nueva cara de")?</p>
Para reflexionar: <i>¿Cómo estas pequeñas elecciones de palabras, casi imperceptibles, van construyendo una imagen de quién es apto para ejercer el poder y quién no?</i>	

Actividad 4

"Las tres caras de la noticia" (Modelo de Fairclough)

Objetivo	Realizar un análisis integral de un texto periodístico utilizando el modelo tridimensional de Fairclough, como si se mirara un objeto desde tres ángulos diferentes.
Subtema teórico que alimenta	Análisis del Discurso (Norman Fairclough).
Duración estimada	60 minutos.
Materiales	Un artículo de un medio colombiano que aborde un tema político. Tres carteles grandes, cada uno con una de las dimensiones del modelo de Fairclough: " 1. TEXTO (¿Qué dice?) ", " 2. PRÁCTICA DISCURSIVA (¿Cómo se produce?) ", " 3. PRÁCTICA SOCIAL (¿Qué poder refleja?) ". Tarjetas de colores y marcadores.
Desarrollo	<p>1. Estaciones de análisis (40 min): se divide el grupo en tres subgrupos y se les asigna una de las "caras" o estaciones. Cada estación tiene un cartel y tarjetas de un color. Todos los grupos trabajan sobre el MISMO artículo.</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Estación 1 (Texto): analizan el lenguaje, la estructura, los adjetivos, las metáforas. Escriben sus hallazgos en las tarjetas de su color.▪ Estación 2 (Práctica Discursiva): investigan (o reflexionan si no tienen acceso) sobre quién es el autor del artículo, la línea editorial del medio, cómo se producen las noticias allí. ¿Hay una tendencia a repetir ciertos encuadres? Anotan sus conclusiones.▪ Estación 3 (Práctica Social): analizan el contexto sociocultural más amplio. ¿Qué lugar ocupa la mujer en la política colombiana? ¿Qué ideologías de género predominan en la sociedad? ¿Cómo se reflejan en la noticia? Anotan sus ideas. <p>2. Armando el rompecabezas (20 min): se pegan los carteles en la pared y cada grupo coloca sus tarjetas alrededor de su respectivo cartel. En plenaria, se recorre el "mural" y se discute cómo las tres dimensiones se conectan para construir el significado final de la noticia. El facilitador guía para mostrar cómo lo micro (el texto) está influido por lo macro (la práctica social).</p>
Para reflexionar: <i>¿Cómo el análisis de la práctica discursiva y social nos ayuda a entender por qué el texto tiene esos sesgos y no otros?</i>	

Actividad 5

"La subasta de la agenda oculta" (Evaluación de Agenda-Setting)

Objetivo	Experimentar, de manera lúdica, cómo la Teoría del Agenda-Setting y la Jerarquización Informativa determinan qué temas se consideran importantes y cuáles se invisibilizan.
Subtema teórico que alimenta	Teoría del Agenda-Setting, Jerarquización Informativa Inclusiva, Gatekeeping.
Duración estimada	60 minutos.
Materiales	Un conjunto de "noticias" o "temas" escritos en tarjetas (Ejemplo: "Reforma tributaria: impacto en grandes empresas", "Aumento del 30% en violencia doméstica en el último año", "Declaraciones del presidente sobre seguridad", "Foro sobre paridad de género en juntas directivas", "Nuevo escándalo de corrupción en el concejo", "Lanzamiento de programa de alimentación escolar"). Dinero ficticio para cada grupo. La lista de chequeo de la UNESCO impresa para cada grupo.
Desarrollo	<p>1. La subasta (25 min): cada grupo recibe una cantidad igual de dinero ficticio. El facilitador actúa como "subastador de la realidad" y va ofreciendo las tarjetas con los temas. Los grupos deben "pujar" por las noticias que consideran más importantes para armar la portada de su periódico. El objetivo es comprar las historias que, según su criterio, son las más relevantes. La subasta genera dinámicas de competencia y escasez.</p> <p>2. Análisis de la compra (20 min): terminada la subasta, cada grupo muestra su "portada" (las noticias que compró). Luego, aplican la lista de chequeo de la UNESCO a su propia selección. Se abre el debate: ¿Qué tipo de noticias fueron las más caras y disputadas? (Suelen ser las de economía y conflicto político). ¿Hubo noticias que nadie quiso comprar o que se regalaron? (Suelen ser las de género y políticas sociales). ¿Qué criterios usaron para pujar? ¿Fueron los mismos que los de la lista de chequeo? ¿Por qué ciertas noticias se "devalúan" en esta subasta?</p> <p>3. Discusión final (15 min): se reflexiona sobre cómo esta dinámica refleja el proceso de <i>gatekeeping</i> en la vida real y cómo ciertos temas, aunque socialmente relevantes, quedan fuera de la agenda porque no se ajustan a los criterios de noticiabilidad tradicionales (basados en el conflicto, la inmediatez y el poder masculino).</p>
<p>Para reflexionar: <i>¿Cómo podríamos cambiar las "reglas de la subasta" para que temas como la violencia de género o la salud pública tengan el mismo valor noticioso que una reforma económica?</i></p>	

Actividad 6

"Espejos y prismas" (Regla de Reversibilidad e Interseccionalidad)

Objetivo	Analizar un artículo usando la Regla de Reversibilidad como un "espejo" para ver el sesgo y el Enfoque de Interseccionalidad como un "prisma" para ver la complejidad de las identidades.
Subtema teórico que alimenta	Regla de Reversibilidad, Enfoque de Interseccionalidad (Kimberlé Crenshaw).
Duración estimada	70 minutos.
Materiales	Artículos de medios colombianos que cubran temas políticos con figuras femeninas diversas (Ejemplo: una lideresa indígena, una congresista afrocolombiana, una concejal joven).
Desarrollo	<p>1. Frente al espejo (20 min): en grupos, los participantes leen el artículo y realizan un primer análisis aplicando la Regla de Reversibilidad. Deben "pasar por el espejo" la noticia: cambiar el género de la protagonista y observar qué sucede. ¿Las descripciones, adjetivos y preguntas siguen teniendo sentido? ¿Se vuelven ridículas o revelan un trato desigual? Anotan sus conclusiones.</p> <p>2. A través del prisma (25 min): Luego, aplican el Enfoque de Interseccionalidad. Se preguntan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Además de ser mujer cisgénero o transgénero, ¿qué otras identidades tiene la figura política (raza, clase, origen rural/urbano, edad)? • ¿El artículo tiene en cuenta estas identidades para enriquecer el análisis de su propuesta política? ¿O las menciona de manera superficial o estereotipada (Ejemplo: "la fuerza de su origen humilde") sin conectar con su programa? • ¿Cómo sería una cobertura que realmente usara estas identidades como un "prisma" para entender su visión del mundo? <p>3. La reescritura transformadora (25 min): a partir del análisis con el espejo y el prisma, los grupos reescriben el artículo. El objetivo es crear una versión que:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elimine los sesgos revelados por la reversibilidad. • Incorpore un lenguaje neutro y centrado en las propuestas. • Utilice la interseccionalidad para enriquecer el contexto, explicando cómo las identidades de la protagonista moldean su perspectiva y su lucha política, sin caer en el exotismo o la victimización.

4. Galería de nuevas miradas (opcional): se pueden colgar las versiones originales y las reescritas para que todos los participantes las comparen.

Para reflexionar: ¿Qué nos permitió ver el "espejo" que antes no veíamos? ¿Qué nueva comprensión de la lideresa nos dio el "prisma" interseccional? ¿Cómo se complementan estas dos herramientas?



CAJA DE HERRAMIENTAS

Lecturas recomendadas:

- Crenshaw, K. (1991). "Mapeo de los márgenes: Interseccionalidad, políticas de identidad y violencia contra las mujeres de color". *Stanford Law Review*.
- McCombs, ME, y Shaw, DL (1972). "La función de los medios de comunicación para establecer la agenda". *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187
- ONU Mujeres. (2023). *Medios de Comunicación e Igualdad de Género*
- Fundación Gabo. (2020). *Guía para una cobertura periodística con perspectiva de género*.
- Amado, A. (2018). "La Domesticación de la Política: Análisis de la cobertura mediática de Cristina Fernández". *Revista de Estudios de Género*

Vídeos:

- Charla TED sobre la importancia del enfoque de género en los medios:
https://www.ted.com/talks/pilar_teijeiro_mujeres_en_los_medios_desigualdades_invisibles.
- Documental sobre el impacto de la reforma agraria en mujeres campesinas en Colombia:
<https://www.youtube.com/watch?v=xHUrpsZGvxY>
- Charla sobre Análisis Crítico del Discurso y su aplicación en el periodismo:
https://www.youtube.com/watch?v=Vw_-mZQqDfE
- conversatorio sobre el papel del lenguaje en la reproducción de desigualdades
<https://www.youtube.com/watch?v=e-IUIMrwJM>
- **"Los retos en la agenda de género en América Latina"** - Conferencia sobre participación política, visibilidad y cuidados en la región <https://www.youtube.com/watch?v=KiQc1DxUOwM>
- **Kimberlé Crenshaw y la Doctrina de la Discriminación Interseccional:**
<https://www.youtube.com/watch?v=4z1-ERMQWm8>

Plataformas:

- Plataforma de periodismo colaborativo que promueve la inclusión de voces diversas:
<https://diversidadenelperiodismo.org/>
- Plataforma de recursos para periodistas sobre lenguaje inclusivo y análisis crítico:
<https://fundaciondiversidad.com/guia-y-buenas-practicas-para-un-periodismo-inclusivo/>

"Comunicación y periodismo que cuida: manual para narrar la paz desde las mujeres" Manual coescrito con 41 defensoras de derechos humanos en Colombia. Este ofrece herramientas prácticas para periodistas que deseen incorporar un enfoque de género en su cobertura. <https://colombia.unwomen.org/es/digital->



BIBLIOGRAFIA

Fuentes institucionales y organismos internacionales

- Asociación de Comunicadores Sociales Calandria. (2023). *Monitoreo de género en los medios de comunicación del Perú*. Lima: Calandria / WACC.
- Federación Internacional de Periodistas (FIP). (2022). *Pautas para informar sobre la violencia contra las mujeres y niñas*. Bruselas: FIP.
- Fundación Gabo. (2020). *El enfoque de género como valor ético: Una guía para salas de redacción*. Cartagena: Fundación para el Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI).
- Fundación para la Libertad de Prensa (FLIP). (2022). *Pistas para cubrir la participación política de las mujeres en Colombia*. Bogotá: FLIP.
- ONU Mujeres. (2023). *El progreso en los Objetivos de Desarrollo Sostenible: El panorama de género 2023*. Nueva York: Entidad de las Naciones Unidas para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres.
- UNESCO. (2021). *Tendencias mundiales en libertad de expresión y desarrollo de los medios: Informe regional para América Latina y el Caribe 2021/2022*. París: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.
- World Association for Christian Communication (WACC). (2021). *Who makes the news? 6th Global Media Monitoring Project* [¿Quién hace las noticias? 6to Proyecto de Monitoreo Global de Medios]. Toronto: WACC.

Fuentes académicas (Libros y artículos científicos)

- Amado, A. (2018). *La política en pantalla: Estrategias de comunicación y medios en Argentina*. Buenos Aires: Ediciones Infobae.
- Beauvoir, S. de. (2017). *El segundo sexo* (A. Martorell, Trad.). Madrid: Debolsillo. (Obra original publicada en 1949).
- Collins, P. H. (2000). *Black feminist thought: Knowledge, consciousness, and the politics of empowerment* [Pensamiento feminista negro: Conocimiento, conciencia y política del empoderamiento] (2ª ed.). Nueva York: Routledge.
- Crenshaw, K. W. (2019). Intersectionality: On fragmentation and the foundations of antiracism [Interseccionalidad: Sobre la fragmentación y los fundamentos del antirracismo]. *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 44(2), 221-245.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm [Encuadre: Hacia la clarificación de un paradigma fracturado]. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Fernández Poncela, A. M. (2011). *Prejuicios y estereotipos: Las mujeres en la política*. Ciudad de México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Fraser, N. (1997). *Iustitia Interrupta: Reflexiones críticas desde la posición postsocialista*. Bogotá: Siglo del Hombre Editores / Universidad de los Andes.

- Gallagher, M. (2014). Feminist critical discourse analysis: Gender, power and ideology in discourse [Análisis crítico del discurso feminista: Género, poder e ideología en el discurso]. En R. Wodak (Ed.), *The Routledge Handbook of Critical Discourse Analysis* (pp. 123-145). Londres: Routledge.
- Harding, S. (2008). *Sciences from below: Feminisms, postcolonialities, and modernities*. Durham: Duke University Press.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187. <https://doi.org/10.1086/267991>
- McCombs, M. (2014). *Setting the agenda: Mass media and public opinion* (2ª ed.). Cambridge: Polity Press.
- Shoemaker, P. J., & Vos, T. P. (2009). *Gatekeeping theory*. Nueva York: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203864432>
- Van Dijk, T. A. (1990). *La noticia como discurso: Comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona: Paidós.
- Van Dijk, T. A. (2008). *Discurso y poder*. Barcelona: Gedisa.

UNIDAD 2.

DETECTANDO LA REPRESENTACIÓN ESTEREOTIPADA



Unidad 2. DETECTANDO LA REPRESENTACIÓN ESTEREOTIPADA

Propósito de la unidad

Esta unidad busca dismantelar las lógicas de la "mirada masculina" que han estructurado históricamente las narrativas y los encuadres visuales en las salas de prensa. El objetivo es fortalecer tu capacidad como periodista para identificar, analizar y confrontar la violencia simbólica en la cobertura política. A través de un enfoque de pedagogía crítica y el análisis de casos reales, se integran herramientas prácticas como el Test de Finkbeiner, la regla de inversión y el concepto de la "mirada masculina" de Laura Mulvey. Además, se introducen nociones de semiótica de la imagen y lexicometría política para evidenciar cómo el lenguaje y las imágenes no solo reflejan, sino que reproducen y refuerzan jerarquías de género.

Al final de esta unidad, pasarás de ser un observador pasivo a un profesional capaz de detectar micromachismos narrativos y construir coberturas políticamente más rigurosas y equitativas, reconociendo que la forma en que se representa a una figura política es tan crucial como el fondo de la noticia.

Objetivos de aprendizaje

- 1 Comprender el concepto de "mirada masculina" y su aplicación en el análisis de la representación mediática de mujeres en política.
- 2 Aplicar herramientas como el Test de Finkbeiner (y su versión inversa) y la regla de inversión para detectar sesgos en perfiles y crónicas.
- 3 Realizar análisis básicos de semiótica de la imagen para identificar cómo los encuadres visuales construyen o deconstruyen la autoridad política. Utilizar la lexicometría política para evidenciar campos semánticos diferenciados por género en las noticias.
- 4 Reescribir piezas periodísticas cargadas de estereotipos, transformándolas en narrativas equitativas.

2.1. Representación, poder y violencia simbólica en la cobertura política

Desmantelando la Mirada Masculina en la prensa

Cuando lees un perfil periodístico, ¿te has detenido a pensar en el lente invisible a través del cual se construye la historia? Históricamente, ese lente ha sido mayoritariamente masculino. No se trata solo de que haya más hombres en las salas de redacción, sino de que una forma particular de mirar el mundo, la "mirada masculina" se ha normalizado como la única y objetiva. En esta unidad, vamos a desmontar ese mecanismo. Aprenderás a identificar cómo opera esa mirada en los textos y en las imágenes, y a confrontarla con herramientas analíticas y prácticas para construir un periodismo que represente la realidad política en toda su diversidad y complejidad. No se trata de censurar, sino de ampliar el foco para captar una imagen más completa y justa del poder.

La Pedagogía Crítica: fundamento para un periodismo transformador

¿Qué es la Pedagogía Crítica?

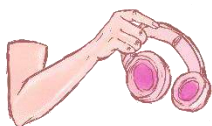
La pedagogía crítica, cuyas bases fueron establecidas por el educador brasileño **Paulo Freire** en su obra clásica *Pedagogía del oprimido* (1968), es una filosofía y práctica educativa que busca empoderar a las personas para cuestionar y desafiar las estructuras de dominación y las creencias y prácticas que las perpetúan. No se trata de una "transmisión bancaria" de conocimientos donde el educador deposita información en un estudiante pasivo, sino de un proceso dialógico y reflexivo donde educadores y estudiantes aprenden juntos al problematizar su realidad.

La pensadora feminista **Bell Hooks**, en obras como *Enseñar a transgredir*, llevó esta pedagogía al aula universitaria y a los estudios de género, concibiendo el aula como "el espacio más radical de posibilidades". Para Hooks, la educación debe ser una "práctica de libertad" que conecte el pensamiento crítico con la experiencia vivida.

Aplicación al periodismo con enfoque de género

1. **Cuestionar la "neutralidad" y la "objetividad"**: la pedagogía crítica nos invita a problematizar el dogma de la objetividad periodística. En lugar de asumir que podemos ser un espejo neutral de la realidad, reconocemos que nuestras miradas están situadas (como vimos con Sandra Harding) y que la "objetividad" tradicional a menudo ha sido una máscara para un punto de vista masculino, blanco y privilegiado. Una pedagoga crítica en periodismo no pide a sus estudiantes que eliminen su subjetividad, sino que sean conscientes de ella y la examinen críticamente.

2. **De espectador pasivo a sujeto activo:** en el contexto de este capítulo, la pedagogía crítica es el motor que nos impulsa a pasar de ser "espectadores" que consumen narrativas estereotipadas a ser "confrontadores" activos de esas narrativas. No se trata solo de identificar un sesgo, sino de entender por qué existe, a quién beneficia y cómo podemos, a través de nuestro trabajo, contribuir a transformar esa realidad.
3. **El diálogo como método:** creamos un espacio de diálogo horizontal donde cada periodista aporta su experiencia y, colectivamente, construimos un conocimiento más profundo sobre cómo opera el sesgo en sus contextos regionales. No hay una verdad absoluta que el manual transmita; hay herramientas para que, en diálogo, los periodistas descubran sus propios sesgos y construyan alternativas.
4. **Conciencia crítica para la acción transformadora:** el objetivo final de la pedagogía crítica no es solo la "toma de conciencia", sino la acción transformadora. En nuestro caso, esa acción es la producción de un periodismo más riguroso y equitativo. Al entender las estructuras de poder que moldean las narrativas, el periodista se convierte en un agente de cambio capaz de disputar el sentido común y construir relatos más inclusivos.



***Ejemplo:** imaginemos un taller en una sala de redacción regional. En lugar de dar una charla sobre "cómo no ser sexista", un facilitador que aplica la pedagogía crítica proyecta una noticia reciente del propio medio sobre una concejal. Luego, en lugar de señalar los errores, pregunta: "¿Qué ven aquí? ¿Cómo se describe a la concejal? ¿Y al otro político implicado? ¿De dónde creen que vienen esas formas de describir? ¿A quién beneficia que ella sea vista de esa manera?". A través de las respuestas, el grupo mismo llega a identificar el sesgo, entender su origen estructural y, lo más importante, sentir la motivación y la responsabilidad de cambiarlo en su próxima nota.*

La "Mirada Masculina" (Male Gaze) de Laura Mulvey: del cine a la política

La teórica de cine Laura Mulvey acuñó el término "male gaze" (mirada masculina) en su ensayo de 1975, "Placer visual y cine narrativo". Mulvey argumentaba que en el cine clásico, la cámara adopta una perspectiva heterosexual masculina que cosifica y objetualiza a las mujeres, presentándolas como pasivas y como objetos de deseo para el espectador masculino (activo). Esta mirada estructura la narrativa y el placer visual.

En el periodismo político, este concepto se adapta para analizar cómo las mujeres en el poder son "miradas" y construidas desde una perspectiva que no es neutral. La mirada masculina en la prensa se manifiesta cuando:

1. **Se enfatiza la apariencia física** por encima de las ideas: descripciones detalladas de la vestimenta, el peinado, el maquillaje o el cuerpo de una política, algo que rara vez se hace con sus colegas hombres.
2. **Se las ubica en roles tradicionales:** se les pregunta por su vida familiar, su rol como madres o esposas, o se las asocia a espacios domésticos, desviando la atención de su desempeño público.
3. **Se las presenta como figuras pasivas o emocionales:** se las describe como "víctimas de las circunstancias", "emotivas" o "histéricas", restándoles agencia y capacidad de decisión, mientras que a los hombres se les suele atribuir "firmeza" o "carácter" en situaciones similares.
4. **Se las encuadra visualmente de forma distinta:** planos picados (que las hacen ver vulnerables), enfoque en gestos "suaves" o contextos familiares en las fotos, a diferencia de los planos contrapicados (que imponen poder) y la seriedad visual de los hombres.

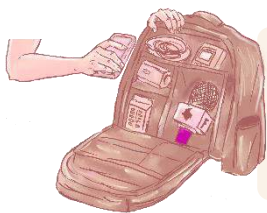


Ejemplo: compara la portada de una revista donde aparece un presidente con traje, en su despacho, con un plano contrapicado y expresión seria, versus la portada donde aparece una presidenta, a menudo sonriente, con un fondo neutro o doméstico, y con un titular que menciona su "estilo" o su "familia". Esta diferencia no es casual; es la operación de una mirada que construye el poder de manera distinta para cada género.

La violencia simbólica en la representación política

La violencia simbólica es aquella que, a través de patrones estereotipados, mensajes, valores, íconos o signos, reproduce relaciones de dominación y desigualdad. En el periodismo, se manifiesta cuando:

- **Se invisibiliza o se minimiza** el liderazgo femenino.
- **Se ridiculiza o se sexualiza** a las políticas a través de chistes, memes o comentarios sobre su cuerpo.
- **Se les niega autoridad** calificando sus posiciones como "ocurrencias" o "emociones", mientras que las de ellos son "estrategias" o "convicciones".
- **Se las encasilla en temas "femeninos"** (educación, salud, cuidado), marginándolas del debate sobre economía, defensa o infraestructura.



Identificar estas formas sutiles de violencia es el primer paso para no reproducirlas y para construir un relato periodístico que reconozca el derecho de las mujeres a participar en política sin ser juzgadas por su género.

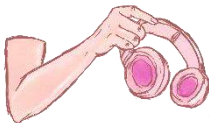
2.2. Herramientas para detectar micro machismos narrativos

El Test de Finkbeiner

Creado por la periodista Christie Aschwanden, el Test de Finkbeiner es una lista de verificación para evitar perfiles de científicas que se centren en su género en lugar de su trabajo. Es una herramienta fantástica para el periodismo político. Un perfil o nota **no debe** mencionar:

- El hecho de que es una mujer.
- El trabajo de su esposo o pareja.
- Sus responsabilidades en el cuidado de los hijos.
- Cómo cuida a sus subordinados (o equipo).
- Su propia "sorpresa" de ser competitiva en un campo "masculino".
- Cómo se "comporta como un hombre" para tener éxito.
- Su apariencia física (vestimenta, peinado, etc.).
- Su edad (a menos que sea estrictamente relevante).

Test de Finkbeiner Inverso. Esta versión, propuesta en el programa del curso, es igualmente reveladora. Consiste en aplicar el test a un perfil de un **hombre** político. ¿El perfil menciona su vida familiar? ¿Describe su ropa? ¿Habla de cómo "equilibra" su carrera con sus hobbies? Lo más probable es que no. Al hacer este ejercicio, la asimetría se vuelve evidente: lo que para una mujer es un "dato de color" o "interés humano", para un hombre se considera irrelevante porque se asume que su lugar natural es la esfera pública.



Actividad mental: piensa en el último perfil que leíste de un político varón. ¿Recordabas cómo iba vestido? ¿Sabes cuántos hijos tiene y cómo se las arregla para cuidarlos? Probablemente no, porque el perfil no se centró en eso. El test inverso nos ayuda a visualizar el sesgo de forma tangible.

La Regla de Reversibilidad o Inversión de Género (Aplicación avanzada)

No solo se trata de cambiar los pronombres, sino de analizar el **impacto narrativo**. Toma una frase como: "La candidata, atractiva y soltera, se enfrenta a un duro debate". Ahora aplícale la reversibilidad: "El candidato, atractivo y soltero, se enfrenta a un duro debate". ¿Suena igual? ¿O la primera frase suena "natural" y la segunda genera extrañeza o incluso un tono frívolo? Esa extrañeza es la prueba del sesgo. Lo que para ella es un descriptor relevante, para él resulta fuera de lugar, demostrando que la noticia se escribió bajo un marco de expectativas de género diferentes.

Lexicometría política: las palabras crean realidad

La lexicometría es el análisis cuantitativo y cualitativo del vocabulario. En nuestro contexto, la usaremos para identificar campos semánticos (conjuntos de palabras asociadas a un tema o valor) que se aplican diferencialmente a hombres y mujeres en política.

- **Campos semánticos para ellos:** firmeza, estrategia, fortaleza, liderazgo, valentía, inteligencia, aguerrido, contundente.
- **Campos semánticos para ellas:** emotiva, pasional, tierna, dulce, frágil, ambiciosa (con connotación negativa), dura (con connotación de haber perdido la feminidad), conflictiva.
- **La "domesticación" del lenguaje:** uso de diminutivos ("la candidatita", "la lideresa") o el uso del nombre de pila ("Angela", "Cristina") mientras que a ellos se les llama por su cargo o apellido, revela una jerarquía implícita que las ubica en un plano de cercanía informal que resta autoridad.



Ejemplo: analiza estas dos frases de hipotéticas crónicas:

- "El senador Pérez, con su característica firmeza, presentó una propuesta audaz para la reforma tributaria."
- "La senadora Gómez, con su habitual vehemencia, presentó una propuesta controversial para la reforma tributaria."

Mientras "firmeza" y "audaz" son cualidades positivas de liderazgo, "vehemencia" y "controversial" tienen connotaciones de emocionalidad descontrolada y conflicto. La lexicometría nos ayuda a evidenciar estas elecciones léxicas que, de otro modo, pasarían desapercibidas.

2.3. Imagen, encuadre y jerarquías visuales del poder

Semiótica de la imagen: leyendo las fotografías de poder

La imagen no es un complemento inocente; es un texto visual que construye significado. La semiótica nos da herramientas para "leer" una fotografía más allá de lo que vemos a simple vista. Al analizar una foto de un político o política, pregúntate:

- **El encuadre y el ángulo:**

- **Plano contrapicado** (cámara de abajo hacia arriba): Engrandece al sujeto, le otorga poder, autoridad, solemnidad. Es el ángulo típico de las estatuas.
- **Plano picado** (cámara de arriba hacia abajo): Empequeñece al sujeto, lo hace ver vulnerable, débil o accesible en un tono menor.
- **Primer plano vs. plano general:** El primer plano busca la intimidad, la conexión emocional. El plano general lo sitúa en un contexto de poder (un despacho, un hemicycle).

- **La pose y la gestualidad:**

- **Hombres:** suelen ser fotografiados con gestos serios, mirada fija a la cámara o hacia el horizonte, brazos cruzados o apoyados en una superficie (símbolo de control del territorio).
- **Mujeres:** a menudo son captadas sonriendo (incluso en contextos serios), con la cabeza ligeramente ladeada (gesto de sumisión o escucha), o en poses que denotan "calidez" en lugar de "autoridad".

- **El contexto y la ambientación:**

- **Hombres:** se les asocia con espacios de poder institucional: oficinas, estrados, sedes de gobierno, fábricas.
- **Mujeres:** a menudo se las fotografía en contextos más ambiguos o "domésticos": cocinas, mercados, rodeadas de niños, o en espacios abiertos sin un claro símbolo de poder asociado.



Ejemplo comparativo: busca una foto oficial de un ministro y una de una ministra. Es muy probable que en la foto de él predomine el plano americano (de rodillas para arriba) o entero, con un fondo que incluya símbolos patrios o de su cartera. En la foto de ella, es más común encontrar un primer plano, con un fondo neutro, y una sonrisa amplia. Él es el poder; ella representa algo amable y cercano.

**Actividad 1****"De espectadores a confrontadores" (Análisis colectivo de coberturas)**

Objetivo	Transitar de una posición pasiva a una activa frente a las narrativas mediáticas, analizando colectivamente coberturas reales colombianas para identificar patrones de representación y violencia simbólica en el cubrimiento de mujeres en política.
Subtema teórico que alimenta	La "Mirada Masculina" (Laura Mulvey), Violencia simbólica, Pedagogía Crítica.
Duración estimada	40 minutos
Materiales	Fotocopias o proyección de 3 o 4 noticias recientes sobre mujeres políticas colombianas. Papelógrafos y marcadores.
Desarrollo	<p>1. Reflexión inicial (5 min): el facilitador invita al grupo a una reflexión colectiva: "Cuando leemos noticias sobre lideresas, ¿solemos hacerlo de manera crítica o las consumimos pasivamente? ¿Qué implica pasar de ser 'espectadores' a 'confrontadores' de la narrativa mediática?"</p> <p>2. Análisis en grupos (20 min): en grupos pequeños, los participantes reciben las noticias. Deben identificar y marcar:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ ¿En qué momentos la lideresa es presentada como una figura pasiva, emocional o accesorio?▪ ¿Se la describe en función de su relación con otros (esposa de, hija de, madre de)?▪ ¿Hay algún tipo de violencia simbólica evidente? (ridiculización, cosificación, infantilización). <p>3. Plenaria y tipologías (15 min): cada grupo comparte un hallazgo. El/la facilitador/a va anotando en un papelógrafo los patrones comunes y, con ayuda del grupo, los organiza en una "tipología de violencia simbólica" presente en el cubrimiento político.</p>
Para reflexionar: <i>¿Por qué es más fácil identificar estas violencias en la cobertura de otros medios que en la nuestra? ¿Cómo empezamos a confrontar estas narrativas desde nuestro propio trabajo?</i>	

Actividad 2

"La foto que nunca te tomaron"

Objetivo	Experimentar en el propio cuerpo cómo operan los códigos de la "mirada masculina" en la construcción visual del poder, a través de una instalación fotográfica efímera.
Subtema teórico que alimenta	Semiótica de la imagen, La "Mirada Masculina" (Laura Mulvey).
Duración estimada	60 minutos
Espacio	Un salón amplio o al aire libre.
Materiales	Teléfonos con cámara, un proyector (opcional), una silla, un escritorio, elementos simbólicos (bandera, libros, casco, delantal, etc.).
Desarrollo	<p>Una consigna es una instrucción clara, precisa y acotada que se da a los participantes para guiar una acción específica. Su objetivo es provocar una acción que luego permita la reflexión.</p> <p>En resumen, una consigna tiene tres funciones principales:</p> <ul style="list-style-type: none">1) Orientar: le dice al grupo qué tiene que hacer exactamente.2) Acotar: limita el campo de acción para que la tarea sea realizable en el tiempo y con los recursos dados. Por ejemplo, no es "hagan una obra de arte sobre el poder", sino "construyan una foto oficial para un ministro".3) Provocar: está diseñada para generar un resultado que será la materia prima del análisis posterior. En este caso, la consigna "secreta" forzará a los equipos a reproducir (y por lo tanto, hacer visibles) los códigos de la mirada masculina sin que ellos sean necesariamente conscientes de ello al principio. <p>Desarrollo:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Calentamiento (10 min): en círculo, el facilitador da consignas rápidas: "Caminen como si fueran el presidente", "Caminen como si fueran la presidenta", "Saluden como un líder comunitario", "Saluden como una lideresa social". Se exploran gestos, posturas y tonos sin juzgar.2. Construcción de la escena (20 min): se divide el grupo en equipos de 4 (opcional). Cada equipo recibe una consigna secreta: "Deben construir una foto oficial para un ministro de gobierno" o "Deben construir una foto oficial para una ministra de gobierno". Sin decir cuál es su consigna, cada equipo dispone de 10 minutos para elegir a su "modelo", ubicarlo en el espacio, darle una pose, una expresión y utilizar los objetos simbólicos disponibles. Los otros 3 integrantes del equipo son el "equipo de comunicación": deciden el ángulo, la iluminación y toman la foto.

	<p>3. Galería y análisis (30 min): se proyectan o muestran las fotos. Antes de revelar la consigna de cada equipo, el resto del grupo debe adivinar: ¿Esta es la foto de un ministro o de una ministra? ¿Por qué lo creen? (Se analizará la pose: ¿piernas abiertas o cerradas? ¿Mirada desafiante o sonriente? ¿Mano en el bolsillo o recogida? ¿Fondo de poder o fondo neutro?). Luego, el equipo revela su consigna y se reflexiona sobre si los códigos visuales asociados al poder están generizados y cómo eso nos condiciona.</p>
<p>Para reflexionar: <i>¿Cómo se sintió la persona que "posó" en cada rol? ¿Hubo resistencia o incomodidad al adoptar ciertas poses? ¿Qué nos dice eso sobre los mandatos de género incorporados?</i></p>	

<h3 style="text-align: center;">Actividad 3</h3>	
<h4 style="text-align: center;">"Aplicando el Test de Finkbeiner Inverso"</h4>	
<p>Objetivo</p>	<p>Aplicar el Test de Finkbeiner inverso a perfiles de políticos hombres para develar la lógica diferencial de la narrativa periodística según el género.</p>
<p>Subtema teórico que alimenta</p>	<p>Test de Finkbeiner y versión inversa.</p>
<p>Duración estimada</p>	<p>25 minutos</p>
<p>Materiales</p>	<p>Perfiles periodísticos de políticos hombres (pueden ser los que los participantes trajeron como tarea). Fotocopias del Test de Finkbeiner para cada grupo.</p>
<p>Desarrollo</p>	<p>1. Recordatorio del test (5 min): el facilitador recuerda los ítems del Test de Finkbeiner (no mencionar: que es mujer, su pareja, sus hijos, su apariencia, su edad, etc.).</p> <p>2. Aplicación inversa (15 min): en parejas, los participantes toman un perfil de un político hombre y le aplican el test. Es decir, verifican: ¿El perfil menciona a su esposa o pareja? ¿Habla de sus responsabilidades parentales? ¿Describe su vestimenta? ¿Menciona su edad? Anotan todos los hallazgos.</p> <p>3. Socialización (5 min): en plenaria, comparten: ¿Encontraron algo que marcar? Lo más probable es que no. Se reflexiona sobre por qué esos elementos, que serían "datos de color" en un perfil de mujer, resultan irrelevantes en el de un hombre.</p>

Para reflexionar: *¿Qué nos dice este ejercicio sobre lo que consideramos "relevante" o "neutral" en una narrativa periodística? ¿Cómo podemos usar este aprendizaje para construir perfiles más equitativos?*

Actividad 4

"El juego de las sillas del poder" (Lexicometría viva)

Objetivo	Tomar conciencia, a través de una dinámica lúdica y de movimiento, de los campos semánticos diferenciados que se asignan a hombres y mujeres en política.
Subtema teórico que alimenta	Lexicometría política, Análisis Crítico del Discurso.
Espacio	Suficiente espacio para moverse.
Duración estimada	45 minutos
Materiales	Tarjetas grandes de cartulina con palabras escritas: "FIRME", "ESTRATÉGICO", "AUDAZ", "LÍDER", "EMOTIVA", "PASIONAL", "AMBICIOSA", "DURA", "HISTÉRICA", "VEHEMENTE", "TRANQUILO", "SENSATO", "INTELIGENTE", "CAPAZ", "CONFLICTIVA", "TIERNA", "FRÁGIL". Cinta adhesiva para pegar las tarjetas en el pecho de los participantes.
Desarrollo	<p>1. Reparto de identidades (5 min): se colocan todas las tarjetas boca abajo. Cada participante toma una y se la pega en el pecho sin mirarla. Los demás sí pueden ver la palabra que le tocó a cada quien.</p> <p>2. La dinámica (20 min): el facilitador plantea una situación: "Imaginen que estamos en un consejo de ministros. Necesitamos a las personas más calificadas para tomar una decisión económica difícil. Quiero que, sin hablar, se agrupen según quiénes creen que deberían estar en la mesa principal". Los participantes deben moverse y agrupar a los demás (o a sí mismos, si pueden deducir su palabra) basándose en las palabras que ven. Lo esperable es que las palabras con connotación positiva de liderazgo (firme, estratégico) terminen en un grupo, y las palabras con connotación negativa o asociadas a la emocionalidad terminen en otro o sean aisladas.</p> <p>3. Develación y debate (20 min): una vez hechos los grupos, cada participante descubre su palabra. Se abre el debate: ¿Cómo se sintieron al ser colocados en un grupo u otro sin saber su "etiqueta"? ¿Qué criterios usaron para agrupar? ¿Por qué "firme" y "audaz" fueron al centro y "emotiva" e "histórica" a la periferia? Esto evidencia de forma vivencial cómo el lenguaje nos etiqueta y jerarquiza.</p>

Para reflexionar: *¿Qué palabras de la lista son las que más se usan para describir a lideresas en los medios? ¿Qué efecto tiene esa repetición en la percepción de su liderazgo?*

Actividad 5

"Teatro foro: la entrevista incómoda"

Objetivo	Identificar y transformar, a través de la técnica del Teatro Foro, los micromachismos y la violencia simbólica que aparecen en una entrevista a una mujer política.
Subtema teórico que alimenta	La "Mirada Masculina", Violencia simbólica, Pedagogía Crítica (Freire, Hooks).
Duración estimada	75 minutos
Espacio	Un salón con un espacio despejado que funcione como "escenario".
Materiales	Ninguno
Desarrollo	<p>1. Creación de la escena problema (15 min): en grupos de 5 (opcional), crean una escena corta (3 minutos) de una entrevista en un programa político. Debe aparecer una periodista (puede ser hombre o mujer) entrevistando a una lideresa o política. La consigna es que la entrevista debe estar llena de micromachismos y violencia simbólica: preguntas sobre su vida familiar, comentarios sobre su apariencia, interrupciones constantes, descalificación de sus propuestas como "emocionales", etc.</p> <p>2. Presentación y Foro (40 min): un grupo presenta su escena. Al finalizar, el facilitador (que actúa como "mediador") pregunta al público: ¿Qué violencia simbólica vieron? ¿Qué estereotipos se activaron?. Luego, invita al público a participar: "Ahora vamos a repetir la escena, pero ustedes pueden gritar '¡ALTO!' en cualquier momento y reemplazar a la periodista para hacer la pregunta de otra manera, más respetuosa y con enfoque de género". Se repite la escena varias veces, con diferentes personas del público interviniendo para transformar el diálogo.</p> <p>3. Cierre reflexivo (20 min): se discute sobre las intervenciones. ¿Fue fácil o difícil cambiar el rumbo de la entrevista? ¿Qué resistencias aparecieron? ¿Qué aprendieron sobre sus propios automatismos al tener que "actuar" la versión corregida?</p>

Para reflexionar: *¿Por qué es más fácil identificar la violencia en la escena de otros que en nuestras propias prácticas? ¿Cómo este ejercicio nos prepara para intervenir en situaciones reales?*

Actividad 6

"Giro de perspectiva y lexicometría política"

Objetivo	Utilizar la regla de reversibilidad y el análisis léxico para evidenciar campos semánticos y adjetivaciones diferenciadas que revelan micromachismos narrativos.
Subtema teórico que alimenta	Regla de reversibilidad, Lexicometría política.
Duración estimada	35 minutos.
Materiales	Titulares y fragmentos de noticias sobre mujeres y hombres políticos. Papelógrafos divididos en dos columnas
Desarrollo	<p>1. Giro de perspectiva (15 min): se entregan varios titulares reales. Los participantes, en grupos, deben aplicar la regla de reversibilidad: cambiar el género de la protagonista y leer el titular en voz alta. Por ejemplo: "La dulce y tierna candidata" pasa a ser "El dulce y tierno candidato". Se discute: ¿suena igual? ¿Qué produce risa o extrañeza? Esa extrañeza es la prueba del sesgo.</p> <p>2. Lexicometría (15 min): en el mismo grupo, crean un papelógrafo con dos columnas: "Adjetivos para mujeres" y "Adjetivos para hombres". Revisan los materiales y van llenando cada columna con los calificativos encontrados. Luego observan los campos semánticos: ¿A ellas se las describe con adjetivos emocionales, físicos o domésticos? ¿A ellos con adjetivos de fortaleza, inteligencia o liderazgo?</p> <p>3. Conclusiones (5 min): cada grupo comparte un hallazgo sobre los patrones léxicos identificados.</p>
Para reflexionar: <i>¿Cómo estos pequeños micromachismos narrativos, casi imperceptibles, van construyendo una imagen de quién es apto para ejercer el poder y quién no?</i>	



CAJA DE HERRAMIENTAS

Lecturas y manuales de referencia

- Libro: "Pensamientos: Discursos de ética y periodismo" - Javier Darío Restrepo.**
Una obra indispensable para todo periodista. Aunque no se centra exclusivamente en género, sus reflexiones sobre la ética, la responsabilidad social y el reconocimiento del otro son la base filosófica para desmontar cualquier tipo de sesgo, incluido el de género.
Cómo encontrarlo: Buscarlo en librerías universitarias o plataformas digitales.
Referencia: Restrepo, J. D. (2018). *Pensamientos: Discursos de ética y periodismo*. Penguin Random House. **Acceso en línea:** <https://youtu.be/SWfr2NsHwI8>

- **Manual: "Manual de Género para Periodistas" - PNUD (2014).**
Un clásico en la materia. Ofrecer recomendaciones básicas y ejemplos concretos para mirar la realidad con "lentes de género". Es útil para identificar cómo los estereotipos se cuelan en la práctica diaria y cómo confrontarlos desde la ética profesional .
Acceso en línea: <https://www.undp.org/es/latin-america/publicaciones/manual-de-genero-para-periodistas-recomendaciones-basicas-para-el-ejercicio-del-periodismo-con-enfoque-de-genero>
Referencia: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2014). *Manual de Género para Periodistas: Recomendaciones básicas para el ejercicio del periodismo con enfoque de género*. PNUD.

Herramientas digitales y sitios web

- **Toolkit de Género - Universitat Oberta de Catalunya (UOC).**
Un recurso de aprendizaje abierto, vivo y actualizado semestralmente. Contiene una selección cuidadosa de materiales (guías, decálogos, estudios) para fomentar la comunicación no sexista. Incluye análisis sobre la representación del género en el discurso mediático y la violencia machista en el mundo digital .
Acceso en línea: <https://biblioteca.uoc.edu/es/actualidad/noticia/El-Toolkit-de-genero-una-herramienta-para-una-comunicacion-mas-igualitaria-y-no-sexista/>
Referencia: Diez, A., & Ollé, C. (Coords.). (2021). *Toolkit de género*. Universitat Oberta de Catalunya.
- **Observatorio de Medios - FLIP (Fundación para la Libertad de Prensa).**
El observatorio de la FLIP realiza monitoreos constantes sobre el estado de la libertad de prensa en Colombia, pero también ha publicado análisis específicos sobre cómo se cubre la participación política de las mujeres. Es un sitio de referencia para contrastar la teoría con casos nacionales.
Acceso en línea: <https://www.flip.org.co/>
- **Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP) - WACC.**
El GMMP es el estudio más extenso y longevo del mundo sobre género en los medios. Sus informes, realizados cada 5 años, ofrecen datos duros y análisis cualitativos sobre la representación de las mujeres en noticias de radio, TV y prensa. Útil para comparar la realidad local con la global.
Acceso en línea: <https://whomakesthenews.org/> (Disponible en inglés y español).
Referencia: World Association for Christian Communication. (2021). *Who makes the news? 6th Global Media Monitoring Project*. WACC.

Audiovisuales

- **Charla TEDx: "Mujeres en los medios: desigualdades invisibles" - Pilar Teijeiro.**
Una charla clara y concisa que aborda, desde la experiencia española, cómo operan las desigualdades de género en los medios de comunicación. Ideal para activar la discusión sobre la "mirada masculina" en la prensa.
Acceso en línea: https://www.ted.com/talks/pilar_teijeiro_mujeres_en_los_medios_desigualdades_invisibles
- **Documental: "Miss Representation" (2011) - Dir. Jennifer Siebel Newsom.**
Aunque es de 2011 y se centra en EE. UU., sigue siendo un documento fundamental para entender cómo los medios de comunicación contribuyen a la subrepresentación de las mujeres en puestos de poder. Analiza con crudeza los estereotipos y la cosificación.
Cómo encontrarlo: Disponible en plataformas como Amazon Prime Video o YouTube (a veces con subtítulos en español). https://youtu.be/a8SfHcf_pvM
- **Conversatorio: "Kimberlé Crenshaw y la Doctrina de la Discriminación Interseccional".**
Un video fundamental para entender de primera mano, por su propia autora, el concepto de

interseccionalidad. Aunque no es específico de periodismo, es la base para analizar cómo las representaciones mediáticas son aún más complejas cuando se cruzan género, raza y clase.

Acceso en línea: <https://www.youtube.com/watch?v=4z1-ERMQWm8>



BIBLIOGRAFIA

Fuentes académicas (Libros y artículos científicos)

- Butler, J. (2004). *Deshacer el género*. Barcelona: Paidós. (Obra original publicada en inglés, 2004).
- Connell, R. (2015). *Masculinidades* (2ª ed.). Ciudad de México: Universidad Nacional Autónoma de México. (Obra original publicada en inglés, 2005).
- Finkbeiner, A. (2013). El test de Finkbeiner. *Columbia Journalism Review*. Recuperado de <https://archives.cjr.org/>
- Freire, P. (2005). *Pedagogía del oprimido* (2ª ed.). Ciudad de México: Siglo XXI Editores. (Obra original publicada en portugués, 1968).
- Freire, P. (2010). *Cartas a quien pretende enseñar* (2ª ed.). Ciudad de México: Siglo XXI Editores.
- Gill, R. (2018). *Género y medios de comunicación: Poder, identidad y representación*. Madrid: Cátedra. (Obra original publicada en inglés, 2007).
- Goffman, E. (1979). *Gender advertisements* [Anuncios de género]. Cambridge: Harvard University Press.
- Hooks, B. (1994). *Teaching to transgress: Education as the practice of freedom* [Enseñar a transgredir: La educación como práctica de la libertad]. Nueva York: Routledge.
- Hooks, B. (2021). *Enseñar a transgredir: La educación como práctica de la libertad*. Madrid: Capitán Swing Libros. (Obra original publicada en inglés, 1994).
- Hooks, B. (2017). *El feminismo es para todo el mundo*. Madrid: Traficantes de Sueños.
- Lagarde, M. (2005). *Los cautiverios de las mujeres: Madresposas, monjas, putas, presas y locas* (4ª ed.). Ciudad de México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Lazar, M. (2005). *Feminist critical discourse analysis: Gender, power and ideology in discourse* [Análisis crítico del discurso feminista: Género, poder e ideología en el discurso]. Londres: Palgrave Macmillan.
- Machin, D., & Mayr, A. (2012). *How to do critical discourse analysis* [Cómo hacer análisis crítico del discurso]. Londres: Sage.
- Mulvey, L. (1975). Placer visual y cine narrativo. *Screen*, 16(3), 6-18. (Traducción disponible en *Arte después de la modernidad*, 2001).
- Ross, K., & Carter, C. (2011). Mujeres y noticias: Un camino largo y sinuoso. *Media, Culture & Society*, 33(8), 1148-1165.
- Tuchman, G. (1978). *Hearth and home: Images of women in the mass media* [Hogar y familia: Imágenes de la mujer en los medios de comunicación]. Nueva York: Oxford University Press.
- Van Leeuwen, T. (2008). *Discourse and practice: New tools for critical discourse analysis* [Discurso y práctica: Nuevas herramientas para el análisis crítico del discurso]. Oxford: Oxford University Press.
- Bonino, L. (2004). Los micromachismos. *Revista La Cibeles*, (2), 1-8. Madrid: Ayuntamiento de Madrid.

Fuentes complementarias (Ensayos, guías y pedagogía crítica)

- Academia Nacional de Periodismo (Argentina). (2021). *Guía para el tratamiento de temas de género en el periodismo*. Buenos Aires: Academia Nacional de Periodismo.

- Centro de Estudios de Género y Cultura en América Latina (CEGECAL). (2022). *Género, comunicación y poder: Aportes desde la investigación feminista*. Santiago: Universidad de Chile.
- Giroux, H. (1997). *Los profesores como intelectuales: Hacia una pedagogía crítica del aprendizaje*. Barcelona: Paidós.
- Korol, C. (2016). *Pedagogía de las resistencias*. Buenos Aires: Editorial El Colectivo / América Libre.
- Korol, C. (2018). *Pedagogía feminista: Hacia una educación emancipadora*. Buenos Aires: Editorial El Colectivo.
- McLaren, P. (2012). *La pedagogía crítica revolucionaria: El socialismo y los desafíos actuales*. Buenos Aires: Ediciones Herramienta.
- Secretaría de Género de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social. (2022). *(Re)Hacer los medios: Comunicación en clave feminista*. La Plata: Editorial de la Universidad Nacional de La Plata (EDULP).

Recursos audiovisuales y multimedia

- Hooks, B. (2015). *Bell Hooks: La educación como práctica de la libertad* [Entrevista]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=zQUYuQ7lffk>
- Freire, P. (1996). *Paulo Freire: Pedagogía de la autonomía* [Conferencia]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Z7fJgBdA9Tg>

UNIDAD 3.

SELECCIÓN INFORMATIVA CON ENFOQUE DE GÉNERO



Unidad 3. SELECCIÓN INFORMATIVA CON ENFOQUE DE GÉNERO

Propósito de la unidad

Esta unidad te invita a cuestionar los criterios tradicionales de noticiabilidad en la cobertura política, analizando cómo la agenda, el gatekeeping y el framing influyen en qué temas se vuelven noticia y cuáles se invisibilizan. Con base en la teoría del Gatekeeping de David Manning White y Pamela Shoemaker, y en el análisis crítico del discurso de Teun A. van Dijk, la unidad examina cómo el androcentrismo mediático, la jerarquización de fuentes y el uso de la voz pasiva reproducen sesgos en la agenda informativa.

Mediante Aprendizaje Basado en Problemas, las y los participantes simulan consejos de redacción, jerarquizan noticias para primera página, realizan pitches de género y reescriben coberturas de violencia política para enfatizar responsabilidad estructural. Asimismo, analizan casos colombianos para identificar tokenismo y "noticias relleno", y producen notas con fuentes femeninas diversas. El objetivo es fortalecer una selección informativa más crítica, argumentada y coherente con el enfoque de género.

Objetivos de aprendizaje

- 1 Comprender y aplicar las teorías de Gatekeeping y Framing al análisis de la cobertura política con perspectiva de género.
- 2 Identificar cómo opera el androcentrismo en la selección y jerarquización de las noticias.
- 3 Evaluar críticamente la selección de fuentes y combatir el tokenismo en las redacciones.
- 4 Analizar el uso de la voz pasiva y otras estructuras discursivas que invisibilizan responsabilidades en casos de violencia política.
- 5 Argumentar y "vender" una nota con enfoque de género en un consejo de redacción simulado (Pitch de género)

3.1. Agenda, poder y gatekeeping en la construcción de la noticia

La construcción de la agenda: ¿qué es noticia y qué no lo es?

Imaginemos la sala de redacción de un periódico. Cada día, cientos de eventos compiten por convertirse en noticia. ¿Quién decide cuáles pasan el filtro? ¿Y bajo qué criterios?. Las teorías de la comunicación ofrecen herramientas para entender este proceso, que nunca es neutral.

Teoría del Gatekeeping (David Manning White / Pamela Shoemaker)

White, en 1950, comparó al periodista con un "gatekeeper" o "portero" que decide qué información pasa la puerta y se publica. Shoemaker amplió esta teoría, explicando que este filtro no es solo individual, sino que está influenciado por rutinas productivas, políticas organizacionales, ideologías, presiones económicas y el contexto social. En términos de género, si los "porteros" (editores, jefes de información) son mayoritariamente hombres y operan bajo una lógica androcéntrica, tenderán a:

- **Permitir el paso** a noticias que refuercen el statu quo (la política como un juego de poder entre hombres).
- **Bloquear o relegar** a temas que afectan desproporcionadamente a las mujeres (brecha salarial, violencia obstétrica, acoso político) considerándolos "temas menores", "de nicho" o "no noticiables".
- **Jerarquizar** las noticias sobre mujeres políticas en secciones secundarias o en un "periodismo rosa", mientras que las noticias sobre hombres ocupan las portadas de política o economía.

Criterios de noticiabilidad (Valores noticia)

Son los atributos que debe tener un evento para ser considerado noticia. Algunos valores tradicionales son: actualidad, proximidad, conflicto, rareza, prominencia de los protagonistas, impacto. El problema es que estos valores se aplican de manera androcéntrica. Por ejemplo:

- **Conflicto:** se privilegia la confrontación política entre figuras masculinas, mientras que el trabajo colaborativo o legislativo de mujeres (a menudo menos confrontativo) es ignorado.
- **Prominencia de la fuente:** se considera más creíble a un "experto" (generalmente hombre) que a una lideresa social con décadas de experiencia en un territorio.
- **Impacto:** se mide el impacto en términos macroeconómicos o de grandes infraestructuras (esferas "masculinas"), no en términos de bienestar social, salud o educación (esferas "feminizadas" y por tanto, devaluadas).



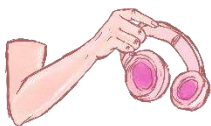
Pregunta para la reflexión:

¿Por qué la renuncia de un ministro de Hacienda es siempre portada, pero un informe que revela un aumento del 20% en la violencia doméstica en una región rara vez lo es?. La respuesta no está en la relevancia social del hecho, sino en la aplicación de unos criterios de noticiabilidad que históricamente han privilegiado lo público-masculino sobre lo privado-femenino, incluso cuando lo "privado" tiene un impacto público innegable.

El androcentrismo mediático y sus mecanismos

El androcentrismo es la visión del mundo que sitúa al hombre (y lo masculino) como el centro y la medida de todas las cosas. En el periodismo, esto se manifiesta de múltiples maneras:

- **El hombre como universal:** se utiliza el masculino genérico ("los colombianos", "los políticos") asumiendo que incluye a todos, cuando en realidad invisibiliza a las mujeres.
- **Jerarquización de fuentes:** se prioriza la voz de los "expertos" tradicionales (académicos, analistas, dirigentes gremiales, casi siempre hombres) por encima de las voces de la experiencia (lideresas comunitarias, madres cabeza de familia, defensoras de derechos humanos). La "objetividad" se asocia a la primera, mientras que la segunda es tildada de "subjetiva" o "emotiva".
- **La voz pasiva como mecanismo de exculpación:** en la cobertura de violencia contra mujeres en política, es frecuente el uso de la voz pasiva para diluir la responsabilidad del agresor.



Ejemplo: "La concejal fue agredida durante la sesión". ¿Quién la agredió?. La frase no lo dice. Una redacción con enfoque de género buscaría la voz activa y señalaría al responsable: "El concejal Pérez agredió física y verbalmente a su colega, la concejal Gómez, durante la sesión".

3.2. Discurso, encuadre y mecanismos de invisibilización

Teoría del framing (Encuadre): el cómo es el qué

Si el *agenda-setting* decide sobre qué pensamos, el *framing* decide *cómo* pensamos sobre ello. Un encuadre es el ángulo, el enfoque, la perspectiva desde la que se presenta una noticia. Influye en la definición del problema, la interpretación causal, la evaluación moral y la

recomendación de tratamiento. En cobertura política con perspectiva de género, el *framing* es crucial.

- **Framing de "excepcionalidad"**: "Mujer hace historia al llegar a la gobernación". Si bien puede ser cierto, este encuadre la presenta como una rareza, no como parte de un proceso de cambio social. Refuerza la idea de que el lugar natural del poder es masculino.
- **Framing de "lo personal es político" vs. "domesticación"**: un enfoque de género puede usar la vida personal para ilustrar las barreras estructurales ("Siendo madre soltera, tuvo que sortear..."). Un enfoque androcéntrico lo usa para deslegitimar o reducir su figura ("A pesar de ser madre, logra..."), presentando la maternidad como un obstáculo, no como una experiencia de vida válida.
- **Framing de "víctima" vs. "sobreviviente" o "luchadora"**: al cubrir violencia política, ¿la encuadramos como una mujer vulnerable que fue atacada (víctima pasiva) o como una lideresa que, a pesar de la agresión, continúa su labor (sobreviviente activa)? El encuadre construye una narrativa de empoderamiento o de debilidad.

3.3. Tokenismo mediático y "Noticias relleno"

El tokenismo es la práctica de hacer un esfuerzo simbólico o superficial por incluir a miembros de grupos minoritarios (en este caso, mujeres) para parecer inclusivo, sin un compromiso real con la equidad. En periodismo, el tokenismo se manifiesta en:

- **"Noticias relleno"**: publicar temas de mujeres o de género solo en fechas conmemorativas (8 de marzo, 25 de noviembre) o en secciones secundarias, como un "relleno" para cumplir con una cuota de visibilidad, no por su valor informativo real.
- **Fuente única**: invitar a una sola mujer a un panel de debate o citar a una única experta en un artículo, para luego poder decir "le dimos voz a las mujeres".
- **Inclusión superficial sin cambio estructural**: un medio publica una nota sobre brecha salarial, pero sus propias prácticas internas (contratación, promoción, cultura laboral) siguen siendo profundamente desiguales. La nota es un "token" que no refleja una política editorial con enfoque de género.



Identificar y combatir el tokenismo implica pasar de la "cuota" a la "calidad": no se trata de poner mujeres para llenar espacios, sino de reconocer que sus voces, sus temas y sus perspectivas son esenciales para un periodismo riguroso y completo.

**Actividad 1****"Socialización de hallazgos del trabajo previo"**

Objetivo	Socializar y analizar colectivamente los contenidos de medios regionales que los participantes recolectaron sobre mujeres en política, realizando una primera lectura guiada para identificar patrones narrativos, encuadres y omisiones.
Subtema teórico que alimenta	Teoría del Agenda-Setting, Androcentrismo mediático.
Duración estimada	40 minutos.
Materiales	Las 10 noticias sobre mujeres políticas y las 10 sobre hombres políticos que los participantes trajeron como tarea. Papelógrafos y marcadores.
Desarrollo	<p>1. Organización por regiones (5 min): los participantes se agrupan por regiones o afinidades para compartir el material que recolectaron.</p> <p>2. Primera lectura guiada (20 min): en grupos, realizan una lectura rápida de sus noticias, guiados por preguntas:</p> <ul style="list-style-type: none">• ¿Qué tipo de temas se cubren cuando se habla de mujeres políticas? (¿propuestas, denuncias, vida personal, escándalos?)• ¿En qué sección del medio aparecen? (¿política, sociales, última página?)• ¿Qué patrones narrativos se repiten?• ¿Qué omisiones llaman la atención? <p>3. Plenaria de tendencias (15 min): cada grupo comparte una tendencia general encontrada en su región. El facilitador va construyendo un mapa colectivo de "lo que se cubre y lo que se omite" cuando se habla de mujeres en política en Colombia.</p>
Para reflexionar: <i>¿Qué nos dice la ausencia de ciertos temas (como propuestas de ley o logros legislativos) sobre los criterios de noticiabilidad de nuestros medios?</i>	

Actividad 2

"La subasta de la noticia" (Juego de poder y agenda)

Objetivo	Experimentar, a través de una dinámica de subasta, cómo los criterios de noticiabilidad y el poder editorial (gatekeeping) determinan qué temas se "compran" (visibilizan) y cuáles se desechan, y cómo los temas de género suelen ser infravalorados.
Subtema teórico que alimenta	Teoría del Gatekeeping, Criterios de noticiabilidad, Androcentrismo mediático.
Duración estimada	60 minutos.
Materiales	"Fichas" de dinero ficticio (pueden ser recortes de papel) para cada participante o grupo. Un conjunto de "pautas" o "historias" escritas en tarjetas, cada una con un titular y una breve descripción. Deben incluir historias "tradicionales" (escándalo político, reforma económica) e historias con enfoque de género (avance en paridad, denuncia de acoso político, propuesta de ley de cuidados), y algunas historias "neutras". Un martillo de juguete para el subastador.
Desarrollo	<p>1. Preparación (10 min): se reparte una cantidad igual de "dinero ficticio" a cada grupo (que representa a un medio de comunicación competidor). El facilitador es el "subastador de la realidad".</p> <p>2. La subasta (30 min): el subastador va sacando las tarjetas con las historias una por una. Describe brevemente la pauta. Los grupos deben "pujar" por la historia que quieren "comprar" para publicar en su portada. Las historias se adjudican al mejor postor. El objetivo de cada grupo es armar la mejor "portada" posible con los recursos (dinero) que tienen.</p> <p>3. Análisis de la compra (20 min): terminada la subasta, cada grupo muestra las historias que "compró". Se analiza:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ¿Qué tipo de historias fueron las más caras (las más disputadas)? (Generalmente, las de conflicto político tradicional). ▪ ¿Hubo historias que nadie quiso comprar o que se regalaron? (Suelen ser las de género). ▪ ¿Quién tuvo más dinero para comprar las "mejores" historias? ¿Eso refleja la realidad de los medios con más presupuesto? ▪ ¿Cómo se sintieron al tener que decidir en qué invertir? ¿Qué argumentos usaron internamente para pujar o no por una historia de género?

Para reflexionar: *¿Qué pasaría si el "valor" de las noticias no lo dictara el mercado o el conflicto, sino el impacto social y la equidad? ¿Cómo cambiarían las pujas?*

Actividad 3

Aplicación guiada de la matriz de identificación de estereotipos"

Objetivo	Aplicar la matriz de identificación de estereotipos a piezas periodísticas propias, clasificando tipos de estereotipo, recursos discursivos y efectos de encuadre.
Subtema teórico que alimenta	Análisis Crítico del Discurso, Teoría del Framing.
Duración estimada	50 minutos.
Materiales	La matriz de identificación de estereotipos (explicada en la Unidad 1). Las noticias que los participantes trajeron. Lapiceros.
Desarrollo	<p>1. Explicación de la matriz (10 min): el facilitador repasa la estructura y los criterios de la matriz, mostrando paso a paso cómo aplicarla al análisis de piezas periodísticas. Puede usar un ejemplo para ilustrar.</p> <p>2. Aplicación individual (25 min): cada participante toma una de las noticias que trajo (preferiblemente una que haya elaborado él mismo) y aplica la matriz de manera rigurosa, clasificando:</p> <ul style="list-style-type: none">• Tipo de estereotipo (rol familiar, apariencia, emocionalismo, etc.).• Recursos discursivos utilizados (adjetivos, metáforas, omisiones).• Efecto de encuadre (¿qué imagen de la lideresa se construye?). <p>3. Intercambio de hallazgos (15 min): en parejas, los participantes intercambian sus matrices y comentan los hallazgos. Se ayudan mutuamente a identificar sesgos que quizás pasaron desapercibidos.</p>
Para reflexionar: <i>¿Cómo se sintieron al aplicar una herramienta tan estructurada a su propio trabajo? ¿Qué aprendieron sobre sus propios automatismos narrativos?</i>	

Actividad 4

"La fila invisible" (Ejercicio de privilegio y fuentes)

Objetivo	Tomar conciencia corporal y emocional de cómo el privilegio y el "androcentrismo" determinan quién tiene voz y quién es invisibilizado en la construcción de la noticia.
Subtema teórico que alimenta	Androcentrismo (Jerarquización de fuentes), Teoría del Punto de Vista (Harding).
Duración estimada	40 minutos.
Materiales	La matriz de identificación de estereotipos (explicada en la Unidad 1). Las noticias que los participantes trajeron. Lapiceros.
Desarrollo	<p>1. Disposición inicial (5 min): se pide a todos los participantes que se coloquen en una misma línea, uno al lado del otro, como si fueran a comenzar una carrera.</p> <p>2. Las afirmaciones (20 min): el facilitador leerá una serie de afirmaciones en voz alta. Cada vez que un participante sienta que la afirmación es CIERTA para él o ella, deberá dar un paso hacia adelante. Si la afirmación no le representa, se queda quieto.</p> <p>Afirmaciones (ejemplos):</p> <ul style="list-style-type: none">• "Si soy un hombre, he visto a gente como yo en la mayoría de las fuentes expertas citadas en las noticias."• "Puedo salir a reportear de noche sin miedo a ser agredida por razones de género."• "Cuando hablo, es raro que me interrumpan en una rueda de prensa."• "Puedo llegar a una reunión con una autoridad sin que me pregunten si soy la secretaria o la asistente."• "Mis ideas suelen ser tomadas como 'análisis objetivo', no como 'opiniones emocionales'."• "Si soy una lideresa social, los medios suelen preguntarme por mis propuestas y no por mi vida familiar."• "Tengo acceso directo a editores y jefes de información para proponer mis temas."• "Cuando busco una fuente experta, me es fácil encontrar hombres que hablen del tema."• "Cuando busco una fuente experta, me es fácil encontrar mujeres que hablen del tema." <p>3. Observación y diálogo (15 min): una vez leídas todas, se observa la distancia entre quienes están adelante y quienes se quedaron atrás. Se pide a quienes están adelante que miren hacia atrás y viceversa. Luego se abre un diálogo: ¿Cómo se sintieron al avanzar o al quedarse quietos? ¿Qué nos</p>

	dice esta imagen sobre quién tiene el "privilegio de la voz" en el ecosistema mediático? ¿Cómo esto se traduce en la selección de fuentes que hacemos?
Para reflexionar: <i>Si quienes están adelante (con más privilegios) son quienes suelen ocupar los cargos de edición y decisión, ¿qué tipo de mirada estarán reproduciendo, incluso sin querer?</i>	

Actividad 5	
"El speed dating de propuestas" (Pitch de género acelerado)	
Objetivo	Desarrollar agilidad argumentativa para defender la inclusión de temas con enfoque de género en la agenda, en un formato dinámico y de alta presión.
Subtema teórico que alimenta	Pitch de género, Tokenismo.
Duración estimada	50 minutos.
Espacio	Suficiente para que las parejas puedan conversar sin interferirse (como en una cita rápida).
Materiales	Tarjetas con temas "difíciles" de vender (Ejemplo: "Foro sobre paridad en juntas directivas", "Denuncia de acoso obstétrico en hospital público", "Lanzamiento de libro de lideresa indígena", "Informe sobre brecha de género en el agro"). Un cronómetro.
Desarrollo	<p>1. Organización (5 min): la mitad de los participantes serán "periodistas con un tema genial" y se colocarán en una fila de sillas mirando hacia afuera. La otra mitad serán "editores escépticos" y se colocarán en otra fila de sillas, enfrentadas.</p> <p>2. Ronda de pitches (30 min): cada "periodista" recibe una tarjeta con un tema y tiene 1 minuto para "vendérselo" al "editor" que tiene enfrente. El editor debe poner peros, ser escéptico, preguntar "¿y eso a quién le importa?". Pasado el minuto, el facilitador dice "¡Cambio!" y los periodistas rotan a la siguiente silla, frente a un nuevo editor, y deben volver a hacer su pitch, pero ahora con un tema diferente (o el mismo, para perfeccionarlo). Se hacen varias rondas.</p> <p>3. Debriefing (15 min): se juntan todos y se reflexiona: ¿Qué argumentos funcionaron mejor para convencer al "editor"? (Datos duros, impacto humano, conflicto de poder, coyuntura política). ¿Cómo se sintieron al tener que defender un tema bajo presión? ¿Qué aprendieron sobre sus propias debilidades argumentativas al hablar de género?</p>

Para reflexionar: *¿Por qué un tema de género necesita ser "vendido" con más argumentos que un tema tradicional? ¿Cómo podemos cambiar esa dinámica de poder en las redacciones?*

Actividad 6

"Formulando criterios de calidad periodística con enfoque de género"

Objetivo	Revisar directrices de manuales de estilo con enfoque de género y formular reglas operativas que puedan incorporarse a las rutinas de los propios medios de los participantes.
Subtema teórico que alimenta	Jerarquización Informativa Inclusiva, Ética periodística.
Duración estimada	40 minutos.
Materiales	Fragmentos del manual "Reescribiendo la historia" o de otros manuales de estilo con enfoque de género. Tarjetas de cartulina de tres colores (verde, amarillo y rojo).
Desarrollo	<p>1. Semáforo de diagnóstico (15 min): en grupos pequeños, los participantes revisan las directrices de los manuales de estilo. Utilizando las tarjetas de colores, evalúan sus propias rutinas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verde: "Esto ya lo hacemos bien en nuestro medio". • Amarillo: "Esto lo hacemos a veces, pero podemos mejorar". • Rojo: "Esto no lo hacemos nunca o muy mal". <p>2. Formulación de reglas operativas (15 min): con base en el diagnóstico, cada grupo formula cinco reglas operativas concretas que podrían incorporarse a su medio o a su práctica personal. Por ejemplo: "Regla 1: Antes de publicar un perfil, aplicar el Test de Finkbeiner inverso", "Regla 2: En cada nota política, incluir al menos una fuente experta mujer", etc.</p> <p>Presentación de reglas (10 min): cada grupo comparte sus cinco reglas. Se discuten colectivamente y se enriquecen.</p> <p>3. Debriefing (15 min): se juntan todos y se reflexiona: ¿Qué argumentos funcionaron mejor para convencer al "editor"? (Datos duros, impacto humano, conflicto de poder, coyuntura política). ¿Cómo se sintieron al tener que defender un tema bajo presión? ¿Qué aprendieron sobre sus propias debilidades argumentativas al hablar de género?</p>

Para reflexionar: ¿Cómo podemos pasar de la teoría a la acción concreta en nuestras rutinas diarias? ¿Qué nos comprometemos a implementar desde mañana mismo?



CAJA DE HERRAMIENTAS

Lecturas y manuales de referencia

- **Libro: "Apuntes para siempre" - Guillermo Cano Isaza.**
Una recopilación de los textos que el asesinado director de El Espectador escribió entre 1979 y 1986. Es un testimonio valiente sobre el ejercicio del periodismo en medio de la violencia, y refleja su preocupación por temas como la paz y los derechos humanos. Sirve para entender la ética y la responsabilidad de quienes ejercen el "gatekeeping".
Cómo encontrarlo: Buscarlo en librerías de viejo o en la biblioteca de la Fundación Guillermo Cano.
Referencia: Cano, G. (2008). *Apuntes para siempre*. Aguilar.
- **Libro: "La importancia de los recursos multimedia: el camino hacia una historia atractiva" - Fundación para el Periodismo.**
Aunque se centra en lo multimedia, este material aborda la importancia de la visualización de datos y la selección de formatos, lo que está directamente relacionado con los criterios de noticiabilidad y la jerarquización de la información en la era digital .
Acceso en línea: <https://fundacionperiodismo.org/la-importancia-de-los-recursos-multimedia-el-camino-hacia-una-historia-atractiva/>
Referencia: Fundación para el Periodismo. (2023). *La importancia de los recursos multimedia: el camino hacia una historia atractiva*. FPP.
- **Artículo Académico: "Medios y violencia simbólica contra las mujeres" - Galarza Fernández, Cobo Bedía & Esquembre Cerdá (2016).**
Este artículo, publicado en la Revista Latina de Comunicación Social, analiza cómo los medios reproducen relaciones de dominación. Es una lectura académica pero muy útil para entender el androcentrismo no como una opinión, sino como una estructura.
Acceso en línea: <https://www.revistalatinacs.org/071/paper/1122/42es.html>
Referencia: Galarza Fernández, E., Cobo Bedía, R., & Esquembre Cerdá, M. M. (2016). Medios y violencia simbólica contra las mujeres. *Revista Latina de Comunicación Social*, (71), 818-839.

Herramientas digitales y sitios web

- **Directorio de Expertas - Varias iniciativas.**
Una herramienta práctica para combatir el sesgo en las fuentes. Existen varios directorios en Latinoamérica y España. Si bien no hay uno único y oficial, se recomienda buscar y construir colectivamente uno.
Ejemplo regional: *Directorio de Expertas* de la Red de Mujeres en Política o iniciativas locales de universidades. Se sugiere buscar en Google "Directorio de expertas Colombia" para encontrar los más actualizados.
- **PLATAFORMA: "Comunicación y periodismo que cuida" - ONU Mujeres Colombia.**
Un manual coescrito con 41 defensoras de derechos humanos en Colombia. Ofrece herramientas prácticas para periodistas que deseen incorporar un enfoque de género en su cobertura. Es un recurso local y contextualizado.

Acceso en línea: <https://colombia.unwomen.org/es/digital-library/publications/2025/11/comunicacion-y-periodismo-que-cuida-manual-para-narrar-la-paz-desde-las-mujeres>

Referencia: ONU Mujeres Colombia. (2025). *Comunicación y periodismo que cuida: manual para narrar la paz desde las mujeres*. ONU Mujeres.

- **Sitio web: Árbol Invertido - Recursos sobre géneros periodísticos.**

Un sitio web con recursos prácticos sobre los géneros informativos en el periodismo digital. Aunque no es específico de género, es una excelente guía para repensar cómo los formatos tradicionales (noticia, crónica, entrevista) pueden y deben ser utilizados con un enfoque de equidad .

Acceso en línea: <https://arbolinvertido.com/utiles/los-generos-informativos-en-el-periodismo-digital>

Audiovisuales

- **Conferencia: "Los retos en la agenda de género en América Latina".**

Una conferencia que aborda la participación política, la visibilidad y los cuidados en la región. Útil para entender por qué ciertos temas no logran posicionarse en la agenda mediática.

Acceso en línea: <https://www.youtube.com/watch?v=KiQc1DxUOwM>

- **Video: "¿Cómo afecta el androcentrismo a la ciencia y a la sociedad?" - Instituto de la Mujer (España).**

Un video corto y didáctico que explica el concepto de androcentrismo de forma gráfica y fácil de entender. Aunque se centra en la ciencia, es perfectamente extrapolable al periodismo político.

Cómo encontrarlo: <https://youtu.be/3vBG8wkGfh8>



BIBLIOGRAFIA

Fuentes académicas (Libros y artículos científicos)

- Bennett, W. L., & Livingston, S. (2018). El orden de la desinformación. *European Journal of Communication*, 33(2), 122-139.
- Entman, R. M. (2004). *Projections of power: Framing news, public opinion, and U.S. foreign policy* [Proyecciones de poder: El encuadre de noticias, la opinión pública y la política exterior estadounidense]. Chicago: University of Chicago Press.
- Gans, H. J. (2004). *Deciding what's news: A study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek, and Time* [Decidiendo qué es noticia]. Evanston: Northwestern University Press.
- Harcup, T., & O'Neill, D. (2017). ¿Qué es noticia? Una revisión de los valores noticia. *Journalism Studies*, 18(12), 1470-1488.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* [Teoría de la comunicación de masas de McQuail] (6ª ed.). Londres: Sage.
- Shoemaker, P. J., & Reese, S. D. (2014). *Mediating the message in the 21st century: A media sociology perspective* [Mediando el mensaje en el siglo XXI: Una perspectiva sociológica de los medios]. Nueva York: Routledge.
- Van Dijk, T. A. (2011). *Discourse studies: A multidisciplinary introduction* [Estudios del discurso: Una introducción multidisciplinar] (2ª ed.). Londres: Sage.
- Waisbord, S. (2013). *Reinventing professionalism: Journalism and news in global perspective* [Reinventando el profesionalismo: Periodismo y noticias en perspectiva global]. Cambridge: Polity Press.

Fuentes institucionales y organismos internacionales

- Asociación de Comunicadores Sociales Calandria. (2023). *Monitoreo de medios y género en América Latina*. Lima: Calandria.
- UNESCO. (2020). *Periodismo, noticias falsas y desinformación: Manual de educación y capacitación en periodismo*. París: UNESCO.
-

Fuentes complementarias (Estudios regionales y latinoamericanos)

- Asociación Civil Comunicación para la Igualdad. (2018). *Políticas de comunicación y géneros en América Latina: Cerrando un ciclo* (Vol. 3). Buenos Aires: Friedrich Ebert Stiftung / Defensoría del Público.
- Cruz Muñoz, A. (1997). Mujer y medios de comunicación en Centroamérica. *Anuario de Estudios Centroamericanos*, 23(1-2), 171-194. San José: Universidad de Costa Rica.
- Flores, P., & Saldaña, M. (2021). *Periodismo con lente de género: Experiencias y desafíos en América Latina*. Quito: CIESPAL.

UNIDAD 4.

ENCUADRES Y LENGUAJE: DESMONTANDO AUTOMATISMOS



Unidad 4. ENCUADRES Y LENGUAJE: DESMONTANDO AUTOMATISMOS

Propósito de la unidad

Esta unidad tiene como objetivo fortalecer tu capacidad para identificar y desmontar los automatismos en los encuadres narrativos y en el lenguaje informativo. Partiendo de la pedagogía feminista crítica y el Análisis Crítico del Discurso (ACD), se trabaja sobre la premisa de que el lenguaje periodístico no es neutral. Los titulares, las preguntas en una entrevista y las decisiones narrativas aparentemente inocentes pueden reforzar estereotipos o deslegitimar liderazgos políticos, especialmente de mujeres.

A través de laboratorios de titulares, análisis de framing, juegos de rol y ejercicios de reescritura multimodal, aplicarás herramientas concretas para reformular textos, diversificar fuentes y detectar sesgos visuales y discursivos en tu práctica cotidiana. El objetivo es que interiorices un enfoque crítico que te permita, de manera casi automática, producir un periodismo más consciente, riguroso y equitativo.

Objetivos de aprendizaje

- 1 Aplicar los principios del Análisis Crítico del Discurso para deconstruir la (supuesta) neutralidad del lenguaje periodístico.
- 2 Identificar y reformular titulares y encuadres que contengan sesgos de género. Diseñar y realizar entrevistas a mujeres políticas libres de estereotipos y centradas en la agenda pública.
- 3 Utilizar técnicas de reescritura multimodal para adaptar una misma noticia a diferentes formatos (radio, TV, digital) con enfoque de género.
- 4 Formular un compromiso personal de aplicación de estas herramientas en tu rutina profesional.

4.1. Desnaturalizar el lenguaje periodístico con sesgo

El lenguaje no es neutral: una mirada desde el Análisis Crítico del Discurso

Como ya se ha visto con Teun van Dijk, el lenguaje es una práctica social que no solo describe, sino que construye realidad. Cada palabra que elegimos, cada estructura gramatical que utilizamos, lleva consigo una carga ideológica. En esta unidad, se profundiza en esa idea para aplicarla al quehacer periodístico diario. Los titulares, por ejemplo, son el primer (y a veces único) contacto del lector con la noticia. Tienen un poder inmenso para crear un marco interpretativo. Un titular puede:

- **Legitimar o deslegitimar:** "La senadora propone..." (neutral) vs. "La polémica senadora insiste en..." (carga negativa).
- **Poner el foco en lo público o en lo privado:** "La ministra anuncia un nuevo plan de vivienda" vs. "La ministra, una mujer que concilia su vida familiar y profesional".
- **Otorgar agencia o quitarla:** "El presidente firmó el decreto" (agente claro) vs. "El decreto fue firmado" (se omite al agente).

La pedagogía feminista crítica enseña que este análisis no es un ejercicio académico frío. Es una herramienta para cuestionar el poder y para transformar nuestras propias prácticas, reconociendo que todos tenemos sesgos internalizados. El aprendizaje experiencial, a través del juego de roles y la práctica constante, nos permite "sentir" el sesgo y ensayar nuevas formas de hacer periodismo.

Aprendizaje experiencial y pedagogía feminista: aprender haciendo, transformar sintiendo

El **aprendizaje experiencial** es una corriente pedagógica que parte de una premisa sencilla pero poderosa: aprendemos mejor cuando hacemos, cuando experimentamos, cuando ponemos el cuerpo y las emociones en el proceso. Su principal teórico, **David Kolb**, definió el aprendizaje como un proceso cíclico que integra experiencia concreta, observación reflexiva, conceptualización abstracta y experimentación activa.

Cuando esta perspectiva se cruza con la **pedagogía feminista crítica**, el resultado es una forma de formación que no solo transmite conocimientos, sino que transforma sujetos. La pedagogía feminista, inspirada en los trabajos de **Bell Hooks** y **Paulo Freire**, concibe el aula (o el taller) como un espacio de posibilidad radical, donde las jerarquías tradicionales se desdibujan y donde la experiencia vivida de cada participante es tan valiosa como la teoría académica.

Los principios de esta pedagogía aplicada al periodismo son:

1. **Creación de espacios seguros y colaborativos:** el aprendizaje profundo solo ocurre cuando las personas se sienten seguras para equivocarse, para cuestionar y para compartir sus experiencias sin temor al juicio. Esto implica establecer acuerdos de cuidado, confidencialidad y respeto desde el inicio.
2. **Validación de la experiencia como fuente de conocimiento:** las y los periodistas que participan en estos talleres no llegan como "tablas rasas". Traen consigo años de oficio, dilemas éticos enfrentados, errores cometidos y aciertos logrados. La pedagogía feminista valora esos saberes y los pone en el centro del diálogo.
3. **Conexión entre lo personal y lo profesional:** el sexismo no es un problema abstracto que ocurre "allá afuera". También ocurre en las redacciones, en nuestras preguntas, en los textos. El aprendizaje experiencial nos invita a mirar hacia adentro, a reconocer nuestros propios sesgos y a trabajar sobre ellos desde la honestidad y la autocrítica.
4. **Aprendizaje orientado a la acción:** no se trata solo de "tomar conciencia". Se trata de salir del proceso de formación con herramientas concretas, con compromisos asumidos y con la capacidad de incidir en las propias prácticas y en los entornos laborales.

4.2. Intervenir encuadres y prácticas de entrevista

Laboratorio de titulares: detectando y reformulando sesgos

Analicemos algunos ejemplos de cómo operan estos sesgos en los titulares y cómo podemos reformularlos.

- **Titular con sesgo de domesticación:**
 - **Original:** "Claudia López: la alcaldesa que gobierna al ritmo de su bicicleta y su familia" (El foco se dispersa entre su gestión y su vida personal, "humanizándola" pero también restándole peso político).
 - **Reformulación:** "Claudia López: balance de su gestión en movilidad sostenible y política social". (El foco está en su labor pública y sus áreas de gobierno).
- **Titular con sesgo de adjetivación diferenciada:**
 - **Original:** "La dura y ambiciosa estrategia de la candidata para ganar votos" (Los adjetivos tienen connotaciones negativas de agresividad y deseo de poder ilegítimo).
 - **Reformulación:** "La estrategia de campaña de la candidata: propuestas y movilización territorial" (Neutral y se centra en las acciones políticas). O incluso, aplicando un enfoque más justo: "El ambicioso plan de infraestructura del candidato" si la noticia fuera sobre un hombre.

- **Titular que infantiliza o usa diminutivos:**

- **Original:** "La lidercita del Cauca lucha por su tierra" (El diminutivo "lidercita" le resta autoridad y poder, la empequeñece).
- **Reformulación:** "La lideresa del Cauca encabeza la lucha por la tierra en su territorio".

El Role Play de entrevistas: la práctica de la escucha activa y el enfoque

La entrevista es uno de los géneros periodísticos donde más fácilmente se cuele el sesgo. La emoción del directo, la presión por la noticia o simplemente la inercia pueden llevar a hacer preguntas que no se le harían a un hombre

- **Ejemplo de pregunta con sesgo (a una alcaldesa):** "Señora alcaldesa, ¿cómo hace para compatibilizar su arduo trabajo con el cuidado de sus hijos?". La pregunta presupone que el cuidado de los hijos es su responsabilidad principal y que es una dificultad a superar, no una realidad compartida en la parentalidad.
- **Ejemplo de pregunta sin sesgo (a cualquier alcalde o alcaldesa):** "Señor(a) alcalde(sa), en su gestión, ¿qué políticas públicas ha implementado para apoyar a las familias trabajadoras y garantizar los derechos de la infancia?" La pregunta sitúa el tema en el ámbito de lo público y las políticas, independientemente del género del entrevistado.

El juego de roles te permitirá practicar y tomar conciencia de estos automatismos. Al ponerte en la piel de la periodista y de la política, podrás identificar qué preguntas abren el diálogo político y cuáles lo cierran o lo desvían hacia lo anecdótico.

Reescritura Multimodal: adaptando la noticia con conciencia de género

La perspectiva de género no solo aplica al texto escrito. Un periodista integral debe ser capaz de trasladar este enfoque a todos los formatos. La reescritura multimodal implica tomar una noticia y adaptarla a otro medio, asegurándose que el enfoque de género se mantenga o incluso se potencie.

- **Si llevamos una noticia de prensa escrita a la radio:** ¿Cómo usamos la entonación para no cargar de emotividad las palabras de una política? ¿Seleccionamos los mismos fragmentos de voz que para un político? ¿Cómo presentamos a la fuente?
- **Si llevamos una noticia a televisión:** ¿Qué imágenes de archivo elegimos? ¿Evitamos encuadres que la sexualicen? ¿Qué gestos hacemos mientras el periodista habla de ella?

- **Si llevamos la noticia a redes sociales:** ¿Usamos el mismo tono? ¿Evitamos los memes o comentarios que se burlen de su apariencia? ¿Cómo etiquetamos y a quién etiquetamos?

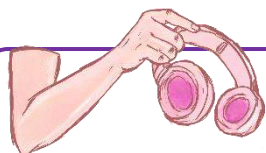
Este ejercicio te ayudará a pensar el enfoque de género no como una lista de verificación, sino como una forma de pensar la comunicación en todas sus dimensiones.



Ejemplo 1 El ejercicio del "Role Play Inverso"

En un taller con periodistas de región, se propone el siguiente ejercicio: cada participante debe entrevistar a un compañero o compañera que interpretará a una figura política, pero con una consigna particular. Quien entrevista debe hacer exactamente las mismas preguntas que haría en una situación real, pero quien responde debe hacerlo desde el género opuesto al suyo. Una periodista mujer entrevista a un compañero hombre que interpreta a una alcaldesa; un periodista hombre entrevista a una compañera que interpreta a un gobernador.

Lo que ocurre en este ejercicio es revelador. Quien entrevista, al tener que dirigirse a una figura política del "otro género", empieza a notar la incomodidad de ciertas preguntas que antes le parecían naturales. "Doctora, ¿cómo hace para compatibilizar su vida familiar con el cargo?", le pregunta un periodista a su compañero. Y en ese instante, tanto él como el grupo entero escuchan el sesgo con una claridad que antes no tenían. La experiencia encarnada genera una comprensión que ninguna teoría podría transmitir.



Ejemplo 2: La clínica de noticias con el propio medio

Una facilitadora lleva al taller una noticia publicada por el medio local donde trabajan los participantes. En lugar de analizarla fríamente, propone un ejercicio de reescritura colectiva: "Vamos a reescribir esta nota como si la hubiera escrito el mejor equipo periodístico con enfoque de género del país. ¿Cómo quedaría?".

Los participantes, organizados en grupos, trabajan sobre el texto. Discuten, proponen, borran, añaden. Al final, comparan la versión original con la versión transformada. La diferencia no solo es textual: es política. Y lo más importante, el ejercicio no lo hizo un "experto externo" señalando errores; lo hicieron ellos mismos, apropiándose del conocimiento y sintiéndose capaces de producir un periodismo de mejor calidad.

4.3. Transferencia a la rutina profesional

Ética del reconocimiento y diálogo democrático: el periodismo como encuentro con el otro

La **ética del reconocimiento** tiene sus raíces en la filosofía de Axel Honneth, quien plantea que las personas construimos nuestra identidad a través del reconocimiento que recibimos de los demás. Honneth distingue tres formas de reconocimiento: el amor (en las relaciones íntimas), el derecho (el reconocimiento jurídico como sujetos de iguales derechos) y la solidaridad (el reconocimiento social de nuestras capacidades y contribuciones). Cuando alguna de estas formas es negada, sobreviene el menosprecio, que puede manifestarse como maltrato, desposesión de derechos o desvalorización social.

La investigadora Rousiley Maia ha aplicado esta teoría al estudio de los medios de comunicación, mostrando cómo el espacio mediático puede ser un escenario de lucha por el reconocimiento o, por el contrario, un lugar de profundización de la injusticia. Para Maia, los medios no solo informan: son arenas donde los grupos socialmente subordinados (mujeres, comunidades negras, pueblos indígenas, población LGBTIQ+) disputan la legitimidad de sus voces, la validez de sus demandas y el respeto por sus identidades.

En el contexto del periodismo político con enfoque de género, la ética del reconocimiento implica varias dimensiones:

1. **Reconocimiento de las mujeres como sujetas políticas:** esto significa superar la tendencia a presentarlas como "víctimas", "excepciones" o "acompañantes" de los procesos políticos. Significa reconocer su agencia, su capacidad de decisión y su liderazgo como algo legítimo y valioso.
2. **Reconocimiento de la diversidad dentro de la categoría "mujeres":** no todas las mujeres son iguales. Una lideresa indígena del Cauca, una concejala afrodescendiente del Chocó, una diputada joven de Bogotá y una campesina mayor de Santander enfrentan barreras distintas y tienen perspectivas políticas diversas. El periodismo con enfoque interseccional reconoce y visibiliza esa diversidad.
3. **Reconocimiento de las audiencias como interlocutoras válidas:** el diálogo democrático no es un monólogo del medio hacia un público pasivo. Implica abrir canales de escucha, responder a las críticas, corregir errores y entender que las comunidades también tienen algo que enseñar a los periodistas.

El **diálogo democrático**, en este marco, no es solo una técnica de entrevista o un formato de debate. Es una disposición ética que reconoce al otro —especialmente al otro que ha sido históricamente silenciado— como un interlocutor legítimo, con derecho a ser escuchado y a participar en la construcción del relato público.

Ejemplo 1: La cobertura de una lideresa social amenazada

Imaginemos la cobertura de una lideresa social en un territorio de conflicto. Un enfoque basado en el reconocimiento:

- **No la presenta solo como "víctima"** de amenazas, sino como una defensora de derechos con una trayectoria, unas propuestas y una comunidad que la respalda.
- **Contextualiza su lucha** en el marco más amplio de la defensa del territorio, los derechos de las mujeres o la construcción de paz.
- **Incluye su voz y su análisis** sobre la situación, no solo el testimonio de autoridades o "expertos externos".
- **Evita el sensacionalismo** y el morbo, protegiendo su seguridad y su dignidad.
- **Reconoce su saber:** la lideresa conoce el territorio, las dinámicas del conflicto y las necesidades de su comunidad mejor que cualquier funcionario que llegue de afuera.

Ejemplo 2: El "Manels" y la exclusión simbólica

Un fenómeno recurrente en los medios son los "Manels" (paneles compuestos exclusivamente por hombres). Un periodista que asume la ética del reconocimiento:

- **Cuestiona activamente esta práctica**, tanto en su propio medio como en los espacios que cubre.
- **Construye directorios de expertas** en diversas áreas, para tener fuentes diversas a la mano.
- **Propone activamente la inclusión de mujeres** en los debates, no como "cuota", sino porque sus perspectivas enriquecen el análisis y porque tienen derecho a participar en la conversación pública.
- **Cuando entrevista a una mujer**, evita preguntas que la reduzcan a su género ("¿cómo se siente siendo mujer en un mundo de hombres?") y se centra en sus ideas y propuestas, tal como haría con un entrevistado hombre.

Ejemplo 3: El tratamiento de la diversidad

Un medio que practica la ética del reconocimiento:

- **Nombra y visible** a las mujeres diversas: afrodescendientes, indígenas, campesinas, LGBTIQ+, con discapacidad, reconociendo sus luchas específicas sin exotizarlas.
- **Evita el "tokenismo"**: no incluye a una mujer diversa solo para "cumplir la cuota", sino que valora genuinamente su perspectiva.
- **Consulta a organizaciones y lideresas** de estos colectivos como fuentes habituales, no solo cuando se habla de "temas de diversidad".
- **Revisa su lenguaje** para evitar expresiones que puedan resultar ofensivas o excluyentes.

▶ ACTIVIDADES PRÁCTICAS

Actividad 1	
"Clínica del titular: detectando y reformulando sesgos"	
Objetivo	Analizar titulares reales sobre mujeres y hombres en política para identificar adjetivaciones diferenciadas, menciones a la vida personal, uso de diminutivos y énfasis problemáticos, y reformularlos eliminando sesgos.
Subtema teórico que alimenta	Laboratorio de titulares, Análisis Crítico del Discurso.
Duración estimada	35 minutos.
Materiales	Proyección o fotocopias de cinco titulares reales (3 sobre mujeres, 2 sobre hombres). Marcadores de colores y papelógrafos.
Desarrollo	<p>1. Análisis guiado (15 min): se proyectan los titulares. En grupos pequeños, los participantes subrayan con colores diferentes:</p> <ul style="list-style-type: none">• Rojo: adjetivos que califican a la persona.• Azul: menciones a la vida personal o familiar.• Verde: uso de diminutivos o lenguaje infantilizante.• Amarillo: cualquier énfasis que parezca diferenciado por sexo. <p>2. Preguntas de reflexión (10 min): cada grupo responde:</p> <ul style="list-style-type: none">• ¿Qué imagen de la mujer/hombre político construye este titular?• ¿Habría sido redactado igual si el sujeto fuera del otro sexo?• ¿Qué sesgo evidencia?

3. Reformulación colectiva (10 min): cada grupo elige un titular problemático y lo reformula eliminando los sesgos identificados. Justifican sus cambios ante el grupo.

Para reflexionar: *¿Por qué un titular que parece "normal" puede estar cargado de ideología? ¿Cómo un cambio en el titular puede transformar la percepción de toda la noticia?*

Actividad 2

"El noticiero del cuerpo" (Estaciones de encuadre)

Objetivo	Experimentar cómo el encuadre (framing) cambia radicalmente la percepción de una misma historia, a través de la representación corporal y escénica en estaciones simultáneas.
Subtema teórico que alimenta	Teoría del Framing, Análisis Crítico del Discurso.
Duración estimada	60 minutos.
Espacio	Cuatro estaciones diferenciadas en el espacio (esquinas del salón).
Materiales	Una misma "noticia base" escrita en una hoja grande para todos. Por ejemplo: "Una concejal del municipio denuncia que recibió amenazas de muerte tras impulsar una investigación por corrupción". Carteles que identifiquen cada estación: Estación 1: Encuadre de Víctima, Estación 2: Encuadre de Heroína/Luchadora, Estación 3: Encuadre de Escándalo Político, Estación 4: Encuadre de Problema de Orden Público.
Desarrollo	<p>1. La noticia madre (5 min): se lee la noticia base en plenaria.</p> <p>2. Trabajo por estaciones (30 min): los participantes se dividen en 4 grupos y cada uno va a una estación. En cada estación, deben preparar una representación escénica de 2 minutos de la misma noticia, pero aplicando el encuadre que indica su estación. No vale usar palabras, solo gestos, posturas, tonos (onomatopeyas) y disposición espacial.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Ejemplo:</i> En la estación de "Víctima", la representación será de alguien encogido, acorralado, con gestos de miedo. En la de "Heroína", la representación será de alguien de pie, desafiante, con el puño en alto. <p>3. Festival de encuadres y análisis (25 min): cada grupo presenta su escena. El resto debe adivinar qué encuadre estaban viendo. Se abre el debate: ¿Qué sintieron al representar a la concejal de una u otra forma? ¿Qué encuadre creen que es más habitual en los medios? ¿Cuál es más útil para desactivar la violencia y cuál para generar morbo o lástima? ¿Qué consecuencias políticas tiene cada encuadre?</p>

Para reflexionar: *¿Cómo elegimos el encuadre de una noticia? ¿Somos conscientes de que esa elección es un acto político que construye una realidad y no solo la refleja?*

Actividad 3

"Cirugía de texto: Análisis Crítico del Discurso aplicado"

Objetivo	Realizar una "cirugía de texto" breve sobre un párrafo noticioso, aplicando análisis crítico del discurso para identificar sujeto tácito, voz pasiva o encuadres que diluyen responsabilidad.
Subtema teórico que alimenta	Análisis Crítico del Discurso (aplicado).
Duración estimada	30 minutos
Materiales	Un párrafo noticioso problemático (puede ser de una cobertura de violencia política). Fotocopias para cada participante y lapiceros rojos.
Desarrollo	<p>1. Identificación de problemas (10 min): cada participante recibe el texto y, con un lapicero rojo, debe identificar y marcar:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sujeto tácito: ¿Quién realiza la acción? Si está omitido, ¿por qué? ▪ Voz pasiva: ¿Se usa para ocultar al responsable? ("fue agredida" en lugar de "X agredió a"). ▪ Encuadres que diluyen: ¿El texto minimiza, justifica o desvía la responsabilidad? <p>2. "Cirugía" correctiva (10 min): los participantes reescriben el párrafo corrigiendo los problemas identificados. Deben asegurarse de usar voz activa, nombrar a los responsables y encuadrar el hecho como una violación de derechos.</p> <p>3. Comparación (10 min): en parejas, comparan sus versiones corregidas y discuten las diferencias. Luego, en plenaria, se leen algunas versiones y se comparan con el original.</p>

Para reflexionar: *¿Cómo una simple elección gramatical (voz pasiva vs. activa) puede cambiar la percepción de responsabilidad en un hecho de violencia?*

Actividad 4

"El titular viviente" (Performance de la reversibilidad)

Objetivo	Encarnar la regla de reversibilidad para sentir en el cuerpo y la voz el absurdo y la injusticia de los titulares sexistas.
Subtema teórico que alimenta	Regla de reversibilidad (aplicación avanzada), Laboratorio de titulares.
Espacio	Un espacio abierto.
Duración estimada	45 minutos.
Materiales	Tarjetas con titulares reales muy sesgados sobre mujeres políticas. Por ejemplo: "La bella y soltera candidata al Senado deslumbra con su vestido en el debate", "La gobernadora, una mujer que lo deja todo por su familia, enfrenta crisis", "La dura y conflictiva lideresa que pone en jaque al gobierno".
Desarrollo	<p>Paso 1: La estatua (15 min): en parejas, A le entrega a B una tarjeta con un titular. B debe convertirse en una "estatua viviente" que represente ese titular con su cuerpo y expresión facial. A debe leer el titular en voz alta mientras B sostiene la pose. Luego, se invierten los roles.</p> <p>Paso 2: La reversión (20 min): ahora, con el mismo compañero, deben modificar el titular aplicando la regla de reversibilidad, es decir, cambiando el género de la protagonista (si es "La bella candidata", pasa a ser "El bello candidato"). La persona que antes era la estatua, ahora debe representar el NUEVO titular. Leerán: "El bello y soltero candidato al Senado deslumbra con su vestido en el debate". La pareja y el público observan la nueva estatua.</p> <p>Congelación y reflexión (10 min): se pide a todos que, al mismo tiempo, representen la versión "revertida" de sus titulares y se congelen. El facilitador les pide que observen a los demás. Pregunta: ¿Qué ven en esas estatuas? ¿Generan risa, incomodidad, extrañeza?. Esa extrañeza colectiva es la prueba del sesgo. Se abre una ronda de comentarios sobre lo que sintieron al pasar de una estatua a otra.</p>
Para reflexionar: <i>¿Por qué el titular original nos parecía "normal" y el revertido nos genera extrañeza o risa? ¿Qué nos dice eso sobre lo naturalizados que tenemos ciertos sesgos?</i>	

Actividad 5

"Role Play de entrevistas con enfoque"

Objetivo	Practicar, a través del juego de roles, la formulación de preguntas en una entrevista política que estén estrictamente relacionadas con la agenda pública, evitando estereotipos o referencias irrelevantes a la vida privada.
Subtema teórico que alimenta	Role Play de entrevistas, Aprendizaje experiencial.
Duración estimada	45 minutos.
Materiales	Cronómetro, tarjetas con roles para las "figuras políticas" (Ejemplo: "Ministra de Salud", "Concejal del partido de oposición", "Lideresa campesina", "Alcaldesa recién elegida").
Desarrollo	<p>1. Preparación (5 min): se forman parejas. Se asigna un rol a quien hará de "figura política" (no se revela a la "periodista" para mantener cierta improvisación).</p> <p>2. Ronda de entrevistas (20 min): cada pareja pasa al frente. La "periodista" tiene 4 minutos para entrevistar a la "figura política". La consigna es clara: las preguntas deben ser estrictamente sobre su gestión, propuestas y agenda pública. Quien entrevista debe evitar cualquier referencia a la vida personal, familiar, apariencia o "conciliación", a menos que la propia figura política lo introduzca en el contexto de sus políticas. El resto del grupo observa y toma notas.</p> <p>3. Retroalimentación (15 min): terminada la entrevista, el grupo ofrece retroalimentación:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ¿Las preguntas se mantuvieron en lo público? ▪ ¿Hubo alguna pregunta o tono que pudiera tener un sesgo implícito? ▪ ¿Cómo fue la escucha? ¿Se interrumpió a la entrevistada? ▪ ¿Cómo se sintió la "figura política"? ¿Se sintió respetada y escuchada? <p>4. Cierre (5 min): se invierten los roles en nuevas parejas para repetir la experiencia brevemente, o se abre una reflexión final sobre los aprendizajes.</p>
<p>Para reflexionar: <i>¿Qué se siente al ser entrevistada con un enfoque respetuoso y centrado en lo público? ¿Cómo podemos preparar mejor nuestros cuestionarios para garantizar este tipo de diálogo en la vida real?</i></p>	

Actividad 6

"Reescritura Multimodal y compromiso de implementación"

Objetivo	Aplicar el enfoque de género a diferentes formatos mediante la reescritura de una noticia para otro medio (radio, TV o redes), y formular un compromiso concreto de implementación en la práctica profesional.
Subtema teórico que alimenta	Reescritura multimodal, Aprendizaje experiencial.
Duración estimada	40 minutos.
Materiales	Una noticia sobre un político hombre (puede ser de las que trajeron). Papelógrafos y tarjetas de cartulina para los compromisos.
Desarrollo	<p>1. Reescritura multimodal (20 min): se entrega a cada participante una noticia sobre un político hombre. La consigna es: "Reescriban esta noticia como si la protagonista fuera una mujer, manteniendo los mismos criterios de relevancia y tono, y adaptándola a otro formato (radio, TV o redes sociales)". Deben pensar en cómo cambiaría el lenguaje, las imágenes, la entonación o el formato.</p> <p>2. Presentación y comparación (10 min): en grupos pequeños, comparten sus versiones reescritas y discuten: ¿Qué tan "natural" o "extraño" suena el resultado? ¿Por qué? ¿Qué nos dice esa extrañeza sobre nuestros automatismos?</p> <p>3. Compromiso de implementación (10 min): para cerrar el módulo, cada participante redacta en una tarjeta un compromiso específico y concreto que implementará en su próxima cobertura periodística. Por ejemplo: "En mi próximo perfil, aplicaré el Test de Finkbeiner antes de publicar", "En la siguiente entrevista que realice, revisaré que todas las preguntas sean sobre la agenda pública". Los compromisos se comparten en voz alta para fortalecer la apropiación y la aplicabilidad inmediata.</p>
Para reflexionar: <i>¿Cómo podemos asegurarnos de que estos compromisos no queden solo en el taller, sino que se conviertan en parte de nuestra rutina profesional? ¿Qué apoyo necesitamos de nuestros colegas y editores?</i>	

Actividad 7

"La silla caliente del reconocimiento" (Cierre performático)

Objetivo	Integrar el aprendizaje desde la ética del reconocimiento, a través de una dinámica de realimentación profunda y respetuosa que conecta lo personal con lo profesional.
-----------------	---

Subtema teórico que alimenta	Ética del reconocimiento, Pedagogía feminista crítica, Aprendizaje experiencial.
Duración estimada	40 minutos.
Espacio	Una silla en el centro del círculo.
Materiales	Una vela o un objeto simbólico que represente la palabra y la escucha.
Desarrollo	<p>1. Preparación del espacio (5 min): todo el grupo se sienta en un círculo grande. En el centro, una silla vacía ("la silla caliente") y un objeto para hablar (puede ser una vela encendida, una flor, una piedra).</p> <p>2. Ronda de reconocimiento (30 min): el facilitador invita a quien se sienta preparado a pasar al centro y sentarse en la silla. La consigna para el grupo es: "Vamos a reconocer a esta persona. No se trata de halagar, sino de reconocer algo genuino que hemos visto en ella durante el taller: una fortaleza, una pregunta valiente, una escucha atenta, una perspectiva única, un momento de vulnerabilidad compartida. Al que habla, se le pide que mire a la persona y le hable directamente. La persona en la silla solo escucha, sin responder, sin justificarse, solo recibe." El facilitador puede modelar la primera intervención. La dinámica continúa mientras haya personas que quieran recibir reconocimiento. Es importante que haya un clima de respeto y confidencialidad.</p> <p>3. Cierre colectivo (5 min): para finalizar, todo el grupo se pone de pie, forma un círculo muy unido, cierra los ojos y, en silencio, dedica un pensamiento de reconocimiento a sí mismo y al grupo. El facilitador cierra con una frase sobre la importancia de llevar esta mirada de reconocimiento al trabajo con las fuentes, con las colegas y con las comunidades.</p> <p>Para reflexionar: <i>¿Qué se siente al ser "reconocido" por pares? ¿Cómo podemos trasladar esta práctica de escucha y valoración profunda a la forma en que entrevistamos y representamos a las líderes en nuestros medios?</i></p>



CAJA DE HERRAMIENTAS

Lecturas y manuales de referencia

- Libro: "El escándalo del siglo" - Gabriel García Márquez.**
Una recopilación de las mejores crónicas y reportajes de Gabo. Leerlo es una clase magistral de observación, estilo y compromiso con la verdad. Permite entender cómo el lenguaje y el encuadre pueden construir narrativas poderosas y justas.
Cómo encontrarlo: Disponible en todas las librerías.
Referencia: García Márquez, G. (2019). *El escándalo del siglo*. Penguin Random House.
- Libro: "Colombia Amarga" - Germán Castro Caycedo.**
Un clásico del periodismo narrativo colombiano que retrata con crudeza las desigualdades del país. Útil

para estudiar cómo el encuadre (framing) de una historia puede revelar verdades profundas sin caer en el sensacionalismo.

Cómo encontrarlo: Buscarlo en librerías de segunda mano o en bibliotecas públicas.

Referencia: Castro Caycedo, G. (1975). *Colombia Amarga*. Editorial Planeta.

- **Artículo/Ensayo: "Placer visual y cine narrativo" - Laura Mulvey (1975).**

La fuente original del concepto de "male gaze". Es un texto académico denso, pero leerlo (o buscar análisis del mismo) es fundamental para entender de dónde viene la crítica a la mirada dominante en los medios audiovisuales y cómo se traslada a la prensa.

Cómo encontrarlo: Búsqueda en Google Académico o en bibliotecas universitarias.

Referencia: Mulvey, L. (1975). Visual pleasure and narrative cinema. *Screen*, 16(3), 6-18.

- **Guía: "El enfoque de género como valor ético: Una guía para salas de redacción" - Fundación Gabo (2020).**

Una guía práctica, clara y pensada para el día a día en las redacciones. Contiene ejemplos y recomendaciones para aplicar la regla de reversibilidad, revisar el lenguaje y construir perfiles no sexistas.

Acceso en línea: Buscar en el sitio web de la Fundación Gabo: <https://fundaciongabo.org/>

Referencia: Fundación Gabo. (2020). *El enfoque de género como valor ético: Una guía para salas de redacción*. FNPI.

Herramientas digitales y sitios web

- **Sitio web: Fundación para el Periodismo (Bolivia) - Recursos sobre periodismo digital.**

Ofrece materiales muy útiles sobre cómo elegir los recursos multimedia adecuados, incluyendo la visualización de datos y el uso ético de las imágenes. Esto es clave para el "Laboratorio de titulares" y la "Reescritura multimodal".

Acceso en línea: <https://fundacionperiodismo.org/>

- **Recurso académico: Universidad de Klagenfurt (Austria) - Tema 3: Géneros periodísticos.**

Un recurso académico en línea que explica de manera clara la diferencia entre géneros informativos, interpretativos y opinativos. Útil para entender por qué la elección del género es en sí misma un encuadre y cómo aplicarlo con conciencia de género.

Acceso en línea: <https://www.ku.de/periodismo-online/tema-3-generos-periodisticos>

- **Ley 2453 de 2025 (Colombia).**

El marco normativo que establece medidas para prevenir, atender y sancionar la violencia contra las mujeres en la política. Conocerlo a fondo es esencial para cualquier periodista que cubra temas políticos, ya que define qué constituye violencia y cuáles son las responsabilidades.

Cómo encontrarlo: Buscar en el Sistema Único de Información Normativa (SUIN) o en la página de la Función Pública.

Audiovisuales

- **Charla: "Análisis Crítico del Discurso y su aplicación en el periodismo".**

Un video que explica de forma pedagógica los postulados de Teun van Dijk y cómo aplicarlos al análisis de noticias. Fundamental para el "Laboratorio de titulares".

Acceso en línea: https://www.youtube.com/watch?v=Vw_-mZQgDfE

- **Conversatorio: "El papel del lenguaje en la reproducción de desigualdades".**

Un espacio de diálogo sobre cómo el lenguaje no es neutral y cómo puede ser una herramienta para perpetuar o deconstruir estereotipos.

Acceso en línea: <https://www.youtube.com/watch?v=e-IUIMrwJM>

- **Película: "Satanás" (2007) - Dir. Andi Baiz (Basada en el libro de Mario Mendoza).**
Aunque es ficción, la película (y el libro) están basados en hechos reales y muestran cómo la investigación periodística y la narrativa pueden entrecruzarse para revelar verdades sociales complejas. Un buen ejemplo para discutir sobre los límites y las responsabilidades del encuadre.



BIBLIOGRAFIA

Fuentes académicas (Libros y artículos científicos)

- Cassany, D. (2006). *Tras las líneas: Sobre la lectura contemporánea*. Barcelona: Anagrama.
- Fairclough, N. (2003). *Analysing discourse: Textual analysis for social research* [Analizando el discurso: Análisis textual para la investigación social]. Londres: Routledge.
- Fairclough, N. (2008). El análisis crítico del discurso y la mercantilización del discurso público. En R. Wodak & M. Meyer (Comps.), *Métodos de análisis crítico del discurso* (pp. 179-202). Barcelona: Gedisa.
- Fraser, N. (1997). *Justice interruptus: Critical reflections on the "postsocialist" condition* [Justicia interrumpida: Reflexiones críticas sobre la condición "postsocialista"]. Nueva York: Routledge.
- Lakoff, G. (2007). *No pienses en un elefante: Lenguaje y debate político*. Madrid: Editorial Complutense. (Obra original publicada en inglés, 2004).
- Lippmann, W. (2007). *Opinión pública*. Madrid: Centro de Estudios Políticos y Constitucionales. (Obra original publicada en 1922).
- López Ferrero, C., Carranza, I. E., & Van Dijk, T. A. (Eds.). (2023). *Estudios del discurso / The Routledge Handbook of Spanish Language Discourse Studies*. Londres: Routledge.
- Maia, R. (2012). *Deliberation, the media and political talk* [Deliberación, los medios y la conversación política]. Nueva York: Hampton Press.
- Mills, S. (2011). *Lenguaje y sexismo*. Madrid: Cátedra. (Obra original publicada en inglés, 2008).
- Richardson, J. (2007). *Analysing newspapers: An approach from critical discourse analysis* [Analizando periódicos: Una aproximación desde el análisis crítico del discurso]. Londres: Palgrave Macmillan.
- Van Dijk, T. A. (2003). La multidisciplinariedad del análisis crítico del discurso: Un alegato en favor de la diversidad. En R. Wodak & M. Meyer (Comps.), *Métodos de análisis crítico del discurso* (pp. 143-177). Barcelona: Gedisa.
- Van Dijk, T. A. (2015). Critical discourse analysis. En D. Tannen, H. Hamilton & D. Schiffrin (Eds.), *The handbook of discourse analysis* (2ª ed., pp. 466-485). Oxford: Wiley.
- Van Dijk, T. A. (2016). Análisis crítico del discurso. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, (30), 203-222.
- Wodak, R., & Meyer, M. (Eds.). (2016). *Methods of critical discourse studies* [Métodos de estudios críticos del discurso] (3ª ed.). Londres: Sage.

Fuentes complementarias (Recursos didácticos y ética)

- Honneth, A. (2010). *Reconocimiento y menosprecio: Sobre la fundamentación normativa de una teoría social*. Buenos Aires: Katz Editores.
- Pérez Soler, S. (2020). *Periodismo y redes sociales: Claves para la gestión de contenidos digitales*. Barcelona: Editorial UOC.
- Restrepo, J. D. (2018). *Pensamientos: Discursos de ética y periodismo*. Bogotá: Penguin Random House.

UNIDAD 5.

TRAINING OF TRAINERS



Unidad 5. TRAINING OF TRAINERS

Propósito de la unidad

Esta unidad final está diseñada para preparar a las personas participantes como multiplicadoras del enfoque de género en sus territorios. El objetivo es que puedas replicar de manera rigurosa, contextualizada y efectiva los aprendizajes del proceso formativo en tu propia región. A lo largo de la unidad, se trabajará en la claridad pedagógica y el dominio conceptual necesarios para la réplica, aprenderás a utilizar estratégicamente los materiales del proyecto (especialmente el manual "Rompiendo prejuicios en las narrativas periodísticas") y desarrollarás habilidades para dinamizar espacios sincrónicos, gestionar preguntas difíciles y enfrentar resistencias.

El énfasis central de esta unidad es que replicar no es repetir contenidos de memoria, sino traducirlos pedagógicamente al contexto y a las rutinas reales de las salas de redacción de tus colegas. Se trata de garantizar coherencia conceptual, solvencia técnica y capacidad de facilitación entre pares regionales, para que el periodismo con perspectiva de género no sea un saber aislado, sino una práctica que se extienda y se fortalezca colectivamente.

Objetivos de aprendizaje

- 1 Sintetizar los objetivos formativos del programa y los conceptos críticos que deben dominarse antes de replicar el proceso en las regiones.
- 2 Aplicar orientaciones pedagógicas para explicar conceptos complejos en lenguaje sencillo y accesible para audiencias periodísticas diversas.
- 3 Utilizar estratégicamente el banco de recursos y materiales del proyecto para planificar, adaptar y facilitar procesos de réplica.
- 4 Estructurar sesiones de formación (tanto sincrónicas como asincrónicas) que favorezcan la participación, la reflexión crítica y la apropiación de los contenidos.
- 5 Implementar estrategias para enfrentar resistencias y posturas negacionistas en los espacios formativos.

5.1. Claridad pedagógica y dominio conceptual para la réplica

Antes de multiplicar, es fundamental que tengas absoluta claridad sobre **qué** vas a enseñar y **para qué**. La formación de formadores implica una doble responsabilidad: dominar los contenidos y, al mismo tiempo, ser capaz de transmitirlos de manera efectiva.

Síntesis de los objetivos formativos del programa

El programa “Rompiendo prejuicios en las narrativas periodísticas” busca, en esencia, que las y los periodistas:

- **Comprendan** el marco normativo (Ley 2453 de 2025) y los fundamentos teóricos (punto de vista, interseccionalidad, análisis crítico del discurso) que sustentan un periodismo con enfoque de género.
- **Identifiquen** y analicen los sesgos, estereotipos y violencias simbólicas presentes en la cobertura política, tanto en el lenguaje como en las imágenes y la selección informativa.
- **Apliquen** herramientas prácticas (Test de Finkbeiner, regla de reversibilidad, matrices de análisis) para transformar sus rutinas de producción periodística.
- **Repliquen** estos conocimientos en sus territorios, convirtiéndose en agentes de cambio dentro de sus propias comunidades y redacciones.

Como formador o formadora, la tarea es mantener estos objetivos siempre presentes y asegurarte de que cada actividad que se proponga en la réplica esté alineada con ellos.

Repaso guiado de conceptos críticos para la réplica

Antes de facilitar, es indispensable que se tenga una comprensión sólida de los conceptos clave que atraviesan todo el manual. No se trata de memorizarlos, sino de haberlos interiorizado para poder explicarlos con seguridad y adaptarlos a diferentes contextos. Estos son los conceptos críticos que debes dominar antes de replicar:

- **Enfoque de género y conocimiento situado:** ¿Por qué el conocimiento no es neutral? ¿Cómo se relaciona con la práctica periodística?
- **Interseccionalidad:** ¿Cómo se cruzan el género con la raza, la clase, la etnia y otras categorías en la experiencia de las lideresas?
- **Análisis Crítico del Discurso:** ¿Cómo opera el lenguaje para reproducir o desafiar relaciones de poder?
- **Agenda-setting y gatekeeping:** ¿Quién decide qué es noticia y qué criterios se usan (o se omiten) para visibilizar a las mujeres en política?

- **Mirada masculina y violencia simbólica:** ¿Cómo se manifiestan en los encuadres periodísticos y en las imágenes?
- **Test de Finkbeiner y regla de reversibilidad:** ¿Cómo usar estas herramientas para detectar micromachismos narrativos?
- **Tokenismo y "noticias relleno":** ¿Cómo identificar la inclusión superficial y pasarla a una inclusión sustantiva?

Orientaciones para explicar conceptos complejos en lenguaje sencillo

Uno de los mayores desafíos de la réplica es "traducir" conceptos académicos o técnicos a un lenguaje que cualquier periodista, sin importar su formación previa, pueda comprender y sentir como propio. Aquí algunas orientaciones clave:

- **Usa ejemplos concretos y locales:** en lugar de empezar con la definición de "interseccionalidad", muestra la foto de una lideresa afrocolombiana de su región y pregúntales: "¿creen que esta lideresa enfrenta los mismos obstáculos en su carrera política que una mujer blanca y de clase alta de la capital?".
- **Conecta con la experiencia del periodista:** para explicar el *gatekeeping*, pregunta: "¿Alguna vez han propuesto una nota sobre un tema de mujeres y les han dicho que 'eso no es noticia' o que lo dejen para otra sección?". A partir de esa experiencia compartida, construyes el concepto.
- **Utiliza metáforas sencillas:** la "mirada masculina" puede explicarse como "el lente invisible a través del cual hemos aprendido a mirar el mundo, que hace que ciertas cosas nos parezcan normales sin serlo".
- **Simplifica sin perder rigor:** puedes decir "el poder de decidir qué temas son importantes para la agenda pública" en lugar de "teoría del agenda-setting". Lo importante es que la idea central se entienda.
- **Comprueba la comprensión:** después de explicar, no preguntes "¿entendieron?", que suele llevar a un sí vacío. Pregunta: "¿Alguien podría poner un ejemplo de lo que acabamos de ver?" o "¿Cómo aplicarían esta idea a una noticia que hayan cubierto recientemente?".

Recomendaciones para enfrentar resistencias o posturas negacionistas

En cualquier taller sobre género, es probable que surjan resistencias. Estas no deben verse como un fracaso, sino como parte del proceso de aprendizaje. Aquí algunas recomendaciones para gestionarlas:

- **No lo tomes como algo personal.** La resistencia suele estar dirigida al tema, no a ti como persona. Mantén la calma y una actitud profesional y abierta.
- **Escucha activa y valida la emoción.** Antes de responder, escucha con atención. Puedes decir: "Agradezco tu pregunta/comentario. Es un tema que efectivamente genera debate. Cuéntame un poco más, ¿a qué te refieres exactamente?". Esto desactiva la confrontación y abre un diálogo genuino.
- **Use preguntas para profundizar.** En lugar de responder directamente, devuelve la pregunta: "¿Qué te hace pensar que esto es una exageración?" o "¿Qué ejemplos concretos has visto que te llevan a esa conclusión?". Esto te ayuda a entender el origen de la resistencia.
- **Lleva la discusión a lo concreto.** Si alguien dice "eso es ideología de género", puedes responder: "Hablemos de un caso concreto que vimos en el taller, como el titular que analizamos. ¿Crees que describir el vestido de una candidata aporta algo a la comprensión de sus propuestas políticas?". Esto ancla la discusión en la práctica periodística y evita divagaciones ideológicas.
- **Reconoce cuando no tienes la respuesta.** Es válido decir: "Esa es una muy buena pregunta. No tengo una respuesta única, pero podemos abrir el debate y ver qué piensa el grupo". O: "No lo sé con certeza, pero puedo investigarlo y lo retomamos en la próxima sesión".
- **Conecta con el marco legal y ético.** Cuando la resistencia se basa en opiniones personales, puedes recordar el marco de derechos: "Más allá de las opiniones personales, la Ley 2453 de 2025 establece un piso ético y jurídico para el tratamiento de la violencia contra las mujeres en política. Nuestro rol como periodistas es conocerlo y aplicarlo".
- **Si la resistencia bloquea la dinámica, retoma el control.** Puedes decir: "Veo que este es un tema que genera posturas encontradas. Agradezco el debate, pero debemos continuar con la agenda del taller para cumplir los objetivos. Podemos retomar esta conversación al final, si lo desean". Establecer límites también es parte de la facilitación.

Claridad Pedagógica y Dominio Conceptual para la Réplica (3.4) tomado de:

Lorena Pajares Sánchez (2023). "Las resistencias al género en el desarrollo: brechas entre discursos y prácticas de las ONG de desarrollo". *Revista Española de Desarrollo y Cooperación*, 39, pp. 67-79.

Oxfam Intermón (2019). *Facilitación de procesos de aprendizaje: Guía metodológica para equipos de formación*. Barcelona: Oxfam Intermón.

Arnobio, G. (2010). *La facilitación del aprendizaje: Estrategias y herramientas*. Madrid: Narcea Ediciones.

5.2. Uso pedagógico de materiales del proyecto

El manual "Rompiendo prejuicios en las narrativas periodísticas" y sus materiales complementarios son tu principal recurso. Sin embargo, no deben usarse de manera rígida. Tu labor es **adaptarlos** a tu contexto, a tu audiencia y a tus objetivos específicos.

Revisión del banco de recursos y materiales disponibles

Antes de planificar tu réplica, has un inventario de todos los recursos con los que cuentas:

- **El manual completo:** con sus cuatro unidades, cada una con propósito, objetivos, desarrollo teórico, actividades prácticas, caja de herramientas y bibliografía.
- **Las actividades prácticas:** hay decenas de ejercicios diseñados para diferentes objetivos y duraciones. Selecciona los que mejor se adapten a tu grupo.
- **Las cajas de herramientas:** contienen lecturas, videos y plataformas que puedes recomendar o usar como material de apoyo.
- **Las matrices y listas de chequeo:** herramientas como la matriz de identificación de estereotipos o la lista de chequeo de la UNESCO son ideales para el trabajo práctico.

Cómo estructurar las dos sesiones en vivo (apertura conceptual y práctica)

Una estructura efectiva para una réplica, por ejemplo:

Sesión 1	
Objetivo	Nivelar conocimientos y crear un lenguaje común sobre el enfoque de género.
Bienvenida y presentación	rompe el hielo con una dinámica corta. Presenta los objetivos de la formación.
Activación de saberes previos	Parte de la experiencia. Pregunta: "¿Qué retos han enfrentado al cubrir a lideresas en sus regiones?" o utiliza una herramienta como Mentimeter para sondear sus percepciones iniciales.
Introducción conceptual guiada	Presenta de manera clara y con ejemplos los conceptos clave (enfoque de género, Ley 2453 de 2025, tipos de violencia, etc.). No te extiendas demasiado; prioriza la claridad.
Análisis de un primer caso colectivo	Toma una noticia real y aplica juntos una herramienta sencilla (por ejemplo, la lista de chequeo de estereotipos). Esto sirve para conectar la teoría con la práctica de inmediato.

Sesión 2

Objetivo	Aplicar las herramientas a casos reales y diseñar compromisos de cambio.
Retomar la tarea	Espacio breve para compartir impresiones sobre las noticias que trajeron.
Trabajo en estaciones o grupos	Dedica el núcleo del taller al trabajo práctico. Puedes organizar "estaciones" con diferentes herramientas (Test de Finkbeiner, matriz de análisis de imágenes, regla de reversibilidad) y que los grupos roten, o bien, que cada grupo analice su propia noticia con una herramienta específica.
Plenaria de hallazgos	Cada grupo comparte un hallazgo clave. El facilitador sistematiza en un papelógrafo los aprendizajes colectivos.
Compromisos y cierre	Cada participante escribe un compromiso concreto para implementar en su próxima cobertura. Se comparten en voz alta para fortalecer la apropiación.

Uso de foros para discusión y acompañamiento

Si tu réplica tiene un componente virtual asincrónico (por ejemplo, entre una sesión y otra), los foros son una herramienta valiosa. Para que funcionen, deben ser dinamizados:

- **Plantea preguntas abiertas y provocadoras:** no preguntes "¿qué les pareció la sesión?", sino "¿identificaron algún titular en su medio esta semana que podría mejorarse con la regla de reversibilidad? Compártanlo y analicémoslo".
- **Comenta y retroalimenta:** no basta con abrir el foro. Como formador, debes entrar, comentar las participaciones, hacer preguntas de seguimiento y conectar unas intervenciones con otras.
- **Establece reglas claras:** indica el propósito del foro, la periodicidad con la que revisarás y el tipo de interacción que se espera.
- **Usa el foro para resolver dudas:** puede ser un espacio para que los participantes pregunten sobre las tareas o sobre conceptos que no hayan quedado claros.

**Actividad 1****"Síntesis y mapa de conceptos críticos"**

Objetivo	Realizar una síntesis colectiva de los objetivos del programa y construir un mapa visual de los conceptos críticos que deben dominarse para la réplica.
Duración estimada	40 minutos.
Materiales	Papelógrafos, marcadores de colores, post-its (papelitos autoadhesivos de colores que se pegan y despegan fácilmente)
Desarrollo	<p>1. Trabajo en grupos (20 min): en grupos de 3 o 4, los participantes discuten y escriben en post-its:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ ¿Cuáles consideran que son los 3 objetivos más importantes del programa "Rompiendo prejuicios en las narrativas periodísticas"?▪ ¿Cuáles son los 5 conceptos críticos que cualquier persona que quiera replicar este manual debe dominar absolutamente? <p>2. Construcción del mapa colectivo (15 min): en un papelógrafo grande, el facilitador dibuje un círculo central con el título "Conceptos Críticos para la Réplica". Los grupos pasan y pegan sus post-its alrededor. Luego, entre todos, se organizan y se dibujan conexiones entre los conceptos que se relacionan.</p> <p>3. Plenaria de cierre (5 min): se revisa el mapa colectivo y se identifican los consensos y los debates. El facilitador refuerza los conceptos que no puedan faltar.</p>
Para reflexionar: <i>¿Hubo algún concepto que para unos grupos fuera crítico y para otros no? ¿Qué dice eso sobre la importancia del contexto en la réplica?</i>	

Actividad 2

"Traduciendo al Territorio" (Simplificación Conceptual)

Objetivo	Practicar la habilidad de "traducir" conceptos complejos a un lenguaje sencillo y con ejemplos del contexto regional de cada participante.
Duración estimada	45 minutos.
Materiales	Tarjetas con los conceptos críticos identificados en la actividad anterior.
Desarrollo	<p>1. Selección y preparación (15 min): cada participante elige (o se le asigna) un concepto de los que están en las tarjetas. De forma individual, prepara una explicación del concepto que cumpla con: a) una definición en lenguaje muy sencillo, b) una respuesta a la pregunta "¿y esto para qué le sirve a un periodista?", y c) un ejemplo concreto de su región o de la política colombiana reciente.</p> <p>2. Ronda de micro-explicaciones (20 min): En plenaria, cada persona tiene 2 minutos para exponer su "traducción". El resto del grupo y el facilitador toman nota de la claridad y la efectividad.</p> <p>3. Retroalimentación (10 min): Al final, se abren un espacio para compartir: ¿Qué estrategias de las que escucharon funcionaron mejor? ¿Cuál fue el ejemplo más poderoso y por qué?</p>
Para reflexionar: <i>¿Qué fue más difícil, simplificar el lenguaje o encontrar el ejemplo adecuado? ¿Por qué el ejemplo es tan importante como la explicación?</i>	

Actividad 3

"Role Play de formadores" (Actividad central de la unidad)

Objetivo	Poner en práctica, en un entorno simulado, las habilidades de facilitación, incluyendo la conducción de un segmento de capacitación, el manejo conceptual y la capacidad de respuesta.
Materiales	Tarjetas con micro-segmentos de capacitación (Ejemplo: "Explica el Test de Finkbeiner inverso", "Conduce la actividad de reversibilidad con un titular". Guía de observación impresa para cada participante (Ver recuadro).
Desarrollo	<p>1. Organización: se forman grupos de 4 a 5 personas. En cada grupo, una persona asume el rol de "formador/a" y elige o recibe una tarjeta con un micro-segmento para facilitar. Las demás personas serán "participantes" y "observadores" (pueden rotar si el tiempo lo permite). Los observadores reciben la guía impresa.</p> <p>2. Simultánea de micro-sesiones: todos los grupos trabajan al mismo tiempo. El "formador" facilita su segmento. Los "participantes" intervienen</p>

	<p>haciendo preguntas, mostrando dudas o simulando resistencias leves (pueden coordinarlo entre ellos). Los "observadores" toman notas en su guía sobre:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Claridad pedagógica: ¿Las instrucciones fueron claras? ¿Conectó con el grupo? ▪ Manejo conceptual: ¿Demostró dominio del tema? ¿Respondió las dudas con solvencia? ▪ Capacidad de respuesta: ¿Cómo manejó las preguntas o resistencias simuladas? ▪ Estrategias de facilitación: ¿Fomentó la participación? ¿Manejó bien el tiempo? <p>3. Retroalimentación en subgrupos: al terminar cada micro-sesión, el subgrupo tiene 5 minutos para dar retroalimentación. Primero habla el "formador" (autoevaluación) y luego los observadores y participantes comparten sus apuntes, siempre desde una perspectiva constructiva.</p> <p>4. Plenaria de cierre: se reúne el grupo grande. El facilitador guía una reflexión final: ¿Qué fue lo más desafiante de estar al frente? ¿Qué aprendieron sobre su propio estilo de facilitación? ¿Qué estrategias de las observadas les gustaría incorporar?</p>
--	--

Guía de observación para Role Play de formadores

Criterio	¿Qué observar?	Notas
Claridad pedagógica	¿Explica el objetivo de la actividad? ¿Da instrucciones claras y paso a paso? ¿Conecta con la experiencia del grupo?	
Manejo conceptual	¿Domina el concepto que está enseñando? ¿Responde preguntas con seguridad y precisión? ¿Corrige errores sin ser confrontacional?	
Capacidad de respuesta	¿Cómo maneja una pregunta difícil, una objeción o una resistencia simulada? ¿Escucha activamente? ¿Se pone a la defensiva o responde con apertura?	
Estrategias de facilitación	¿Fomenta la participación? ¿Mira a todos? ¿Maneja bien el tiempo? ¿Usa un tono de voz adecuado? ¿Muestra seguridad o nerviosismo?	



CAJA DE HERRAMIENTAS

Lecturas y guías de referencia

- **Guía: "Facilitación de procesos de aprendizaje: Guía metodológica para equipos de formación" - Oxfam Intermón.**
 - **Acceso en línea:** https://cng-cdn.oxfam.org/peru.oxfam.org/s3fs-public/file_attachments/metodologia-participacion-ciudadana-jovenes_3.pdf
 - https://generoymetodologias.org/media/publicaciones/archivos/Guia_facilitaci%C3%B3n_-_M%C3%B3dulo_1_Formaci%C3%B3n_b%C3%A1sica_en_g%C3%A9nero.pdf
- **Artículo/Recurso: "Cómo explicar conceptos complejos de forma sencilla" - Diversas fuentes académicas y de divulgación.**
 - **Acceso en línea:** Buscar en plataformas como Medium, o en blogs especializados en comunicación y pedagogía.
- **Manual: "Caja de herramientas para la facilitación de talleres" - PNUD u otras agencias de cooperación.**
 - **Acceso en línea:** Explorar los sitios web de PNUD, ONU Mujeres o UNESCO, que suelen tener secciones de recursos y publicaciones con guías.

Herramientas digitales y sitios web

- **Plataforma: "Aula Abierta" de la Fundación Gabo.**
 - **Acceso en línea:** <https://fundaciongabo.org/es/aula-abierta>
 - **Descripción:** Repositorio de recursos educativos abiertos con webinars, guías y talleres sobre diversos temas del periodismo. Ideal para inspirarse en el diseño de sesiones.

Audiovisuales

- **Video: "Técnicas de facilitación para talleres participativos" (disponible en YouTube).**
 - <https://www.youtube.com/watch?v=381oMhOfFLY>
 - https://www.youtube.com/watch?v=FniW2kgaG_Y
 - <https://www.youtube.com/watch?v=yaDIIi4bVK8>



BIBLIOGRAFIA

- Arnobio, G. (2010). *La facilitación del aprendizaje: Estrategias y herramientas*. Madrid: Narcea Ediciones.
- Kanter, R. M. (2012). *Confianza y cambio social: Cómo construir espacios de confianza en procesos de formación*. Barcelona: Paidós.
- Knowles, M. S., Holton, E. F., & Swanson, R. A. (2001). *Andragogía: El aprendizaje de los adultos*. Ciudad de México: Oxford University Press.
- Oxfam Intermón. (2019). *Facilitación de procesos de aprendizaje: Guía metodológica para equipos de formación*. Barcelona: Oxfam Intermón.

MATERIAL COMPLEMENTARIO



**Violencia contra las mujeres
en la política: claves de la Ley
2453 de 2025**



**Fundamentos de violencias
basadas en género para
periodistas**



CONCLUSIONES Y REFLEXIONES FINALES

A lo largo de este manual, se ha recorrido un camino que va desde los fundamentos teóricos del periodismo con perspectiva de género hasta las herramientas más prácticas para desmontar los sesgos en nuestro trabajo diario. Se ha visto que la cobertura política no es un acto neutral de "reflejar la realidad", sino un proceso activo de construcción de la misma. Cada titular que se escribe, cada fuente que se elige, cada imagen que se publica, contribuye a legitimar o a cuestionar las desigualdades de género en el espacio público.

Este manual no es un punto de llegada, sino un punto de partida. Las herramientas aquí presentadas desde la teoría del punto de vista de Sandra Harding hasta la regla de reversibilidad, pasando por el análisis de la mirada masculina y los pitches de género están diseñadas para ser utilizadas, adaptadas y mejoradas en tus contextos regionales. El verdadero cambio no ocurre en estas páginas, sino en las salas de redacción, en los consejos de redacción, en las aulas de clase, en las grabadoras y en los lápices de cada periodista que decide hacer de su profesión un ejercicio de responsabilidad democrática y justicia social.

Al adoptar un enfoque de género, no estamos "haciéndole el juego" a una ideología; estamos simplemente haciendo mejor periodismo. Un periodismo más completo, que no deja fuera la mitad de la historia. Un periodismo más riguroso, que analiza el poder en todas sus dimensiones. Un periodismo más ético, que contribuye a construir una sociedad donde la equidad política sea una realidad y no una promesa.

El reto está en tus manos. Te invitamos a romper los prejuicios, a cuestionar los automatismos y a escribir, desde tu región y con tu voz, una nueva historia del periodismo político en Colombia.



GLOSARIO Y REFERENCIAS

Acoso: Conducta persistente y no deseada que hostiga, intimida o molesta a una persona. En el ámbito político, puede incluir llamadas, mensajes, comentarios o presiones que buscan que una mujer abandone su cargo o su candidatura.

Adjetivo: Palabra que califica o describe a un sustantivo. En periodismo, los adjetivos no son inocentes: llamar "firme" a un hombre y "testaruda" a una mujer dice mucho sobre el sesgo del redactor.

Ángulo (periodístico): Enfoque o perspectiva particular desde la cual se aborda una noticia. Elegir un ángulo implica decidir qué aspectos del hecho se destacan y cuáles se dejan de lado.

Audiencia: Conjunto de personas que reciben un mensaje a través de un medio de comunicación. También se llama público o destinatarios.

Automatismo: Acción que se realiza de manera mecánica, sin reflexión consciente. En periodismo, caemos en automatismos cuando redactamos titulares o hacemos preguntas "como siempre se ha hecho", sin preguntarnos si reproducen estereotipos.

Acoso político: Forma de violencia contra las mujeres en política que consiste en presionar, hostigar, intimidar o amenazar a una mujer candidata, electa o en el ejercicio de sus funciones, con el objetivo de obstaculizar su participación, influir en sus decisiones o forzar su renuncia. Puede incluir actos como la negación de recursos, la obstaculización de su labor, la difusión de rumores o el trato discriminatorio en el ejercicio del cargo.

Agenda mediática: Conjunto de temas, problemas y actores que los medios de comunicación consideran importantes y, por tanto, visibilizan, jerarquizan y posicionan en el debate público. El enfoque de género cuestiona por qué ciertos temas que afectan a las mujeres (como la violencia económica o el acoso político) suelen estar ausentes o relegados en la agenda.

Automatismo narrativo: Práctica periodística que se repite de manera mecánica e irreflexiva, perpetuando formatos, estructuras y lenguajes que pueden contener sesgos de género. Por ejemplo, describir automáticamente la apariencia de una mujer política sin cuestionar su relevancia, o preguntarle siempre por su vida familiar.

Barreras: Obstáculos que dificultan o impiden algo. Las mujeres en política enfrentan barreras estructurales: techos de cristal, estereotipos, violencia, falta de financiación para sus campañas, entre otras.

Techo de cristal: Es una metáfora utilizada para describir la barrera invisible, pero real, que impide que las mujeres y otros grupos históricamente marginados accedan a posiciones de alto poder, liderazgo y toma de decisiones en ámbitos políticos, empresariales, académicos e institucionales.

Comunicado: Información oficial emitida por una persona, institución u organización. Los periodistas deben leerlos con ojo crítico, no reproducirlos sin cuestionamiento.

Conflicto de intereses: Situación en la que los intereses personales, familiares o económicos de un periodista o medio pueden afectar su imparcialidad al cubrir una noticia.

Contexto: Conjunto de circunstancias que rodean un hecho y ayudan a comprenderlo mejor. Un periodismo riguroso no aísla los hechos, sino que los explica en su contexto (histórico, social, político, económico).

Cubrimiento: Sinónimo de cobertura periodística. En las redacciones se dice "vamos a hacer el cubrimiento de las elecciones".

Cosificación (o reificación): Acto de tratar a una persona como un objeto. En el periodismo político, se cosifica a una mujer cuando se reduce su valor a su apariencia física, a su cuerpo o a su atractivo sexual, ignorando o minimizando sus ideas, propuestas y capacidades.

Desinformación: Difusión intencional de información falsa o engañosa para confundir o manipular a la opinión pública. Afecta especialmente a las mujeres políticas, sobre quienes circulan rumores sobre su vida sexual o personal.

Deslegitimar: Quitar o cuestionar la legitimidad, autoridad o credibilidad de alguien o algo. Ciertas coberturas periodísticas deslegitiman a las mujeres políticas al enfocarse en aspectos no relevantes para su gestión.

Difamación: Acción de acusar falsamente a alguien, causando daño a su reputación. Es una forma de violencia contra las mujeres en política.

Discriminación: Trato desigual e injusto hacia una persona o grupo por razones de género, raza, edad, orientación sexual, origen étnico, entre otras.

Diversidad: Reconocimiento y valoración de las diferencias entre las personas. Un periodismo diverso incluye voces de mujeres de distintas regiones, etnias, clases sociales y orientaciones sexuales.

Empoderamiento: Proceso mediante el cual las personas toman control sobre sus vidas, adquieren poder y se convierten en agentes de su propio destino. El periodismo puede contribuir al empoderamiento de las mujeres visibilizando sus logros y liderazgos.

Entrevista: Género periodístico que consiste en un diálogo entre un periodista y una fuente, con el fin de obtener información, opiniones o testimonios.

Equidad de género: Principio que busca garantizar un trato justo y equitativo para personas de todos los géneros, reconociendo las diferencias y desventajas históricas de las mujeres y tomando medidas para compensarlas. No es lo mismo que "igualdad" (dar lo mismo a todos), sino que implica dar más a quien históricamente ha tenido menos.

Estereotipo: Imagen o idea simplificada y generalizada que se tiene sobre un grupo de personas. Los estereotipos de género asignan características fijas a hombres y mujeres, limitando sus posibilidades.

Ética periodística: Conjunto de principios y valores que guían el ejercicio del periodismo: verdad, rigor, imparcialidad, responsabilidad, respeto por los derechos humanos, entre otros.

Enfoque de género: Herramienta analítica y metodológica que permite identificar, cuestionar y transformar las relaciones de poder desiguales entre hombres y mujeres, así como los roles, estereotipos y mandatos sociales asignados a cada género. En periodismo, implica hacer visible lo invisibilizado, preguntarse por el impacto diferenciado de las políticas y representar a las mujeres como sujetas políticas de pleno derecho.

Estereotipo de género: Idea preconcebida, simplificada y rígida sobre las características, roles y comportamientos que se consideran "propios" o "naturales" de hombres y mujeres. Ejemplos: "las mujeres son emocionales", "los hombres son racionales", "las mujeres deben cuidar del hogar", "los hombres deben proveer económicamente".

Ética del reconocimiento: Enfoque ético que implica reconocer a las otras personas como sujetos legítimos, con voz propia, experiencias válidas y derecho a participar en el debate público. Implica escucha activa, respeto por la diversidad de perspectivas y rechazo a las prácticas discursivas que deslegitiman o silencian a ciertos grupos.

Framing (Teoría del encuadre): Proceso por el cual los medios de comunicación seleccionan algunos aspectos de la realidad y les dan mayor relevancia en una noticia, definiendo el problema, diagnosticando sus causas, emitiendo juicios morales y sugiriendo soluciones. El "cómo" se cuenta una historia es tan importante como el "qué" se cuenta.

Feminismo: Movimiento social y político que lucha por la igualdad de derechos entre hombres y mujeres y por la eliminación de todas las formas de discriminación y violencia basadas en el género. No es "lo contrario al machismo", sino una corriente emancipadora.

Fuente: Persona, documento o entidad que proporciona información al periodista. Diversificar fuentes (no entrevistar siempre a los mismos hombres) es una práctica clave del periodismo con enfoque de género.

Género: Construcción sociocultural que asigna roles, comportamientos, actividades y atributos específicos a hombres y mujeres. No es lo mismo que "sexo" (que es biológico).

Gestora social: Figura institucional, generalmente la esposa o familiar del alcalde o gobernador, encargada de programas sociales. Los medios suelen tratarlas desde una óptica de "primeras damas" romantizadas, sin cuestionar su rol político real.

Gatekeeping (Teoría del guardabarreras): Proceso de selección y filtrado de la información por el cual se decide qué eventos y temas se convierten en noticia y cuáles son descartados. Los "gatekeepers" (porteros) son los periodistas, editores y dueños de medios que controlan el flujo informativo.

Hegemonía: Dominio o liderazgo de un grupo sobre otros, no solo por la fuerza, sino también por la capacidad de imponer sus ideas, valores y visión del mundo como "normales" o "naturales".

Ideología: Conjunto de ideas, creencias y valores que orientan el comportamiento de las personas y grupos sociales. Todo periodismo tiene una ideología, aunque pretenda ser neutral.

Imagen: Representación visual de una persona, objeto o situación. Las imágenes no son inocentes; construyen significado y pueden reforzar o desafiar estereotipos.

Inclusión: Acción de incluir, de integrar a todas las personas en la vida social, política y económica, reconociendo y valorando su diversidad.

Invisibilización: Acción de hacer invisible algo o a alguien, de no nombrarlo, no mostrarlo, no reconocerlo. El periodismo androcéntrico invisibiliza sistemáticamente a las mujeres y sus aportes.

Jerarquización informativa: Proceso de organización de la información en una noticia, que determina qué elementos se destacan (titular, lead) y cuáles se relegan al final. Una jerarquización inclusiva debe preguntarse: ¿el impacto de género está en el lugar que le corresponde por su relevancia, o se "escondió" al final?

Lead (o entrada): Primer párrafo de una noticia, que resume lo más importante. Debe responder a las preguntas básicas: qué, quién, cómo, cuándo, dónde, por qué.

Lenguaje inclusivo: Forma de expresión oral y escrita que evita invisibilizar o discriminar a las personas por razones de género. No se reduce a usar "todos y todas", sino que implica nombrar y visibilizar a las mujeres cuando es pertinente.

Lenguaje sexista: Uso del lenguaje que invisibiliza, subordina o denigra a las mujeres, o que refuerza estereotipos de género. Ejemplo: usar "el hombre" para referirse a la humanidad, o llamar "dama" a una profesional.

Liderazgo: Capacidad de influir, guiar u orientar a otras personas. Las mujeres ejercen liderazgo en todos los ámbitos, aunque los medios no siempre lo reconozcan.

Lideresa: Mujer que ejerce un liderazgo, especialmente en contextos comunitarios, sociales o políticos. El término es válido y necesario para visibilizar su rol.

Machismo: Conjunto de actitudes, creencias y comportamientos que consideran al hombre superior a la mujer y promueven la dominación masculina.

Manual de estilo: Documento que establece las normas y criterios editoriales de un medio de comunicación (cómo se escribe, qué términos usar, qué enfoques priorizar). Es clave que incluya lineamientos sobre enfoque de género.

Matriz de análisis: Herramienta estructurada que permite analizar información de manera sistemática, identificando categorías, patrones y relaciones. En este manual, se usa para identificar estereotipos en noticias.

Medios de comunicación: Canales e instituciones que difunden información a grandes audiencias: prensa escrita, radio, televisión, medios digitales.

Narrativa: Forma de contar una historia, incluyendo la estructura, el punto de vista, los personajes y el lenguaje. Las narrativas periodísticas pueden reproducir o desafiar estereotipos.

Neutralidad: Idea de que el periodismo puede ser objetivo y no tomar partido. El enfoque de género cuestiona esta idea, mostrando que la supuesta neutralidad suele encubrir un punto de vista androcéntrico.

Objetividad: Principio periodístico que busca presentar la realidad tal como es, sin opiniones ni sesgos. El feminismo cuestiona la objetividad tradicional y propone una "objetividad fuerte" basada en el reconocimiento del punto de vista de quien narra.

Omisión: Acción de dejar de decir o hacer algo. En periodismo, omitir ciertos hechos, voces o perspectivas es una decisión editorial con consecuencias políticas.

Opresión: Situación de injusticia, dominación y sometimiento prolongado que sufren ciertos grupos sociales.

Perfil periodístico: Género que retrata a una persona, describiendo su personalidad, trayectoria, logros y aspectos relevantes de su vida. Es especialmente sensible a los sesgos de género.

Perspectiva: Punto de vista desde el cual se observa y analiza una realidad. Tener perspectiva de género significa observar la realidad preguntándose por las relaciones de poder entre hombres y mujeres.

Prejuicio: Opinión previa, generalmente negativa, formada sin conocimiento suficiente. Los prejuicios de género afectan la manera en que los medios cubren a las mujeres políticas.

Retórica: Arte de expresarse con eficacia para persuadir o conmovir. El análisis de la retórica política ayuda a identificar cómo se construyen los discursos.

Revictimización: Acción de hacer que una víctima vuelva a experimentar el dolor o el trauma, por ejemplo, a través de preguntas inapropiadas, exposición pública innecesaria o culpabilización.

Rol: Papel o función que una persona desempeña en un contexto determinado. Los roles de género son las funciones que la sociedad asigna a hombres y mujeres (ej: hombre proveedor, mujer cuidadora).

Sesgo: Distorsión o desviación de la realidad por prejuicios o intereses particulares. El sesgo de género es una distorsión sistemática basada en el género.

Sexo: Características biológicas y fisiológicas que definen a las personas como machos, hembras o intersexuales. No es lo mismo que género.

Sexismo: Discriminación basada en el sexo o género, que presupone la superioridad de un sexo sobre el otro.

Simbólico: Que representa o evoca algo, especialmente algo inmaterial. La violencia simbólica actúa en el plano de los significados, los símbolos y las representaciones.

Testimonio: Relato de una persona que ha vivido o presenciado un hecho. Es una fuente valiosa, pero debe ser tratado con respeto y sin revictimización.

Títular: Título de una noticia, generalmente en letras grandes, que resume lo más importante y busca captar la atención del lector. Es una de las partes con mayor carga ideológica.

Víctima: Persona que sufre un daño por causa de un delito, un accidente o una acción violenta. En periodismo, debe evitarse fijar a las mujeres exclusivamente en el lugar de víctimas, visibilizando también su agencia y resistencia.

Violencia: Uso intencional de la fuerza o el poder para causar daño. Puede ser física, psicológica, sexual, económica, simbólica, política, etc.

Violencia de género: Violencia dirigida contra una persona por razón de su género. Afecta desproporcionadamente a las mujeres y niñas.

Violencia económica: Acciones que controlan, limitan o menoscaban la autonomía económica de una mujer (control de ingresos, negación de recursos, destrucción de bienes).

Violencia física: Acciones que causan daño corporal (golpes, empujones, quemaduras, asesinato).

Violencia psicológica: Acciones que causan daño emocional, disminuyen la autoestima, controlan, aíslan o humillan (amenazas, insultos, desprecio, celos extremos).

Violencia sexual: Cualquier acto sexual no consentido, o que obliga a una persona a participar en relaciones o actos sexuales en contra de su voluntad.

Voz activa: Construcción gramatical en la que el sujeto realiza la acción. "El agresor golpeó a la concejal" es más preciso y justo que "la concejal fue golpeada".

Voz pasiva: Construcción gramatical en la que el sujeto recibe la acción. Su uso puede ocultar responsabilidades. Ver *voz activa*.

Lexicometría política: Técnica de análisis que estudia cuantitativa y cualitativamente el vocabulario utilizado en los discursos y textos políticos para identificar campos semánticos, frecuencias de palabras, adjetivaciones recurrentes y patrones lingüísticos que revelan ideologías, sesgos y formas de representar la realidad.

Micromachismo: Término acuñado por el psicólogo Luis Bonino para describir comportamientos sutiles, casi imperceptibles, de dominación masculina que perpetúan la desigualdad de género en la vida cotidiana. En periodismo, se manifiestan en sesgos narrativos naturalizados: un diminutivo ("lidercita"), un adjetivo que parece inocente ("la dulce candidata"), una pregunta que desvía el foco ("¿y cómo hace con sus hijos?").

Noticiabilidad (o valores noticia): Conjunto de criterios y atributos que determinan si un evento es lo suficientemente relevante, interesante o significativo como para convertirse en noticia. Ejemplos: actualidad, proximidad, conflicto, rareza, prominencia de los protagonistas, impacto social. El enfoque de género cuestiona cómo estos criterios se aplican de manera androcéntrica.

Patriarcado: Sistema social, político y económico histórico en el cual los hombres (y lo masculino) ostentan una posición de poder y privilegio sobre las mujeres (y lo femenino). Se sostiene en instituciones (familia, Estado, iglesia, medios), normas, valores y creencias que naturalizan la dominación masculina y la subordinación femenina.

Pedagogía crítica: Corriente educativa inspirada en Paulo Freire que concibe la educación como un acto político y un proceso de liberación. Busca desarrollar la conciencia crítica de las personas para que puedan cuestionar las estructuras de poder, las injusticias y las desigualdades, y actuar para transformarlas. En la formación periodística, implica crear espacios de diálogo horizontal donde los profesionales reflexionan colectivamente sobre sus prácticas y los sesgos que reproducen.

Periodismo rosa: Término despectivo (y cuestionable) que se utiliza para referirse a la cobertura periodística de la vida personal, sentimental y familiar de figuras públicas, especialmente mujeres. En el contexto político, se usa para descalificar y relegar la información sobre las dimensiones personales de las políticas, como si no tuvieran relevancia pública, cuando en realidad a menudo revelan dinámicas de poder y desigualdad.

Pitch de género: Ejercicio de simulación en el que un periodista debe "vender" una nota con enfoque de género a un editor escéptico, argumentando en poco tiempo su relevancia política, social, numérica y territorial, para disputar su lugar en la agenda informativa.

Sesgo de género: Distorsión o prejuicio, consciente o inconsciente, que lleva a tratar de manera desigual o discriminatoria a las personas en función de su género. En periodismo, se manifiesta en la selección de temas, fuentes, lenguaje, imágenes y encuadres.

Sistema sexo-género: Concepto acuñado por la antropóloga Gayle Rubin para describir el conjunto de disposiciones, normas, prácticas y símbolos mediante los cuales una sociedad transforma la sexualidad biológica (el sexo) en productos de la actividad humana (el género), y organiza la vida social en torno a esa distinción.

Test de Finkbeiner inverso: Herramienta pedagógica que consiste en aplicar el Test de Finkbeiner a un perfil de un **hombre** político. Su rareza (el test casi nunca encuentra nada que marcar) evidencia la asimetría de trato entre géneros.

Tokenismo (o tokenismo mediático): Práctica superficial y simbólica de incluir a un pequeño número de personas de grupos marginados (como mujeres) en un espacio, una actividad o una agenda, para dar una apariencia de inclusión y diversidad, pero sin un compromiso real con la equidad ni cambios estructurales. Ejemplo: invitar a una sola mujer a un panel de discusión para decir que "se incluyó a las mujeres".

Violencia política contra las mujeres: Toda acción, conducta u omisión, realizada de forma individual o colectiva, que, basada en su género, cause daño o sufrimiento a una mujer política (candidata, electa, designada,

en ejercicio, o lideresa social) y que tenga por objeto o resultado menoscabar, anular, impedir, obstaculizar o restringir su participación política en condiciones de igualdad, en todos los ámbitos de la vida política y pública. La Ley 2453 de 2025 en Colombia establece medidas para prevenir, atender y sancionar estas violencias.

Violencia simbólica: Tipo de violencia que se ejerce a través de patrones estereotipados, mensajes, valores, íconos, signos, imágenes y discursos que transmiten y reproducen relaciones de dominación, desigualdad y discriminación, naturalizándolas y haciéndolas parecer normales o inevitables. En el periodismo político, se manifiesta cuando se ridiculiza, invisibiliza, menosprecia o encasilla a las mujeres en roles secundarios, deslegitimando su liderazgo.

REFERENCIAS

Acoso político	Ley 2453 de 2025 (Colombia)
Agenda mediática	McCombs (2014); Shoemaker & Vos (2009)
Androcentrismo	Beauvoir (2017); Bourdieu (2000)
Cosificación	Mulvey (1975); Tuchman (1978)
Enfoque de género	ONU Mujeres (2023); EIGE (2017)
Ética del reconocimiento	Honneth (1997); Maia (2019)
Framing	Entman (1993)
Gatekeeping	Shoemaker & Vos (2009); White (1950)
Interseccionalidad	Crenshaw (1989, 1991)
Lexicometría política	Van Dijk (2008, 2009)
Micromachismo	Bonino (2004)
Patriarcado	Beauvoir (2017); Lamas (2018)
Pedagogía crítica	Freire (2005); hooks (1994)
Sesgo de género	PNUD (2014); Van Dijk (2008)
Sistema sexo-género	Rubin (1975); Lamas (2018)
Test de Finkbeiner	Aschwanden (2013)

Tokenismo

Tuchman (1978)

Violencia política contra las mujeres

Ley 1257 de 2008; Ley 2453 de 2025

Violencia simbólica

Bourdieu (2000)

Fuentes académicas:

- Bonino, L. (2004). Los micromachismos. *Revista La Cibeles*, (2), 1-8.
- ONU (1993). *Declaración sobre la eliminación de la violencia contra la mujer*. Nueva York: Asamblea General de las Naciones Unidas.
- Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la lengua española* (23ª ed.). Madrid: RAE. (Para términos como "lideresa").

Fuentes institucionales:

- Organización de las Naciones Unidas (ONU). (1979). *Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer (CEDAW)*.

PROYECTO
**ROMPIENDO
PREJUICIOS**



Una iniciativa desarrollada con el apoyo de la Federación Internacional de Periodistas (FIP)
y la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO)