

Nombrando el mundo que queremos

**Manual para un uso inclusivo
del lenguaje y las imágenes
en InteRed**



Nombrando el mundo que queremos
es una publicación de
InteRed © InteRed 2016.

Diseño y maquetación:
www.garridor.es



Licencia Creative Commons:
Reconocimiento - NoComercial - Compartir
Igual (by-nc-sa): No se permite un uso
comercial de la obra original ni de las
posibles obras derivadas, la distribución de
las cuales se debe hacer con una licencia
igual a la que regula la obra original.

Nombrando el mundo que queremos.

Manual para un uso inclusivo del lenguaje y las imágenes en InteRed

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	4
2. RAZONES QUE FUNDAMENTAN EL USO DE UN LENGUAJE INCLUSIVO	6
2.1. El Lenguaje es androcéntrico.	7
2.2. El lenguaje es sexista	9
3. ¿CÓMO QUEREMOS HABLAR EN INTERED?	11
4. ¿QUÉ IMÁGENES QUEREMOS MOSTRAR?	13
5. UN GLOSARIO PROPIO	17

1 . INTRODUCCIÓN

La palabra es la forma que los seres humanos dan a lo real. De esta manera lo real asume una forma. Por eso la cuestión del lenguaje es una cuestión de responsabilidad.

Delfina Lusiardi: Lejos de los caminos trillados.

Somos una ONG de Desarrollo promovida por la Institución Teresiana que apuesta por una educación transformadora, que genere la participación activa y comprometida de todas las personas a favor de la justicia, la equidad de género y la sostenibilidad social y ambiental. Trabajamos con personas y organizaciones de diversos países y culturas, especialmente con quienes tienen sus derechos más vulnerados.

A la hora de entender nuestra misión, hay una serie de principios y enfoques que están en la base de todas nuestras actuaciones y ámbitos de intervención (definidos en nuestro III Plan Estratégico). Uno de ellos es el Enfoque de equidad de género y ética del cuidado. Desde él, apostamos por contribuir al pleno disfrute de los derechos humanos de las mujeres y los hombres cuestionando, desde la voz y la experiencia de las mujeres, el modelo de desarrollo dominante. Trabajamos para promover la equidad, el empoderamiento de las mujeres y la corresponsabilidad en los trabajos de los cuidados. Además, queremos que nuestro trabajo se impregne de la ética de los cuidados, es decir, que ponga énfasis en las responsabilidades que se dan a partir de las relaciones y los vínculos interpersonales y en la atención a las necesidades concretas.

En este marco de trabajo por los DDHH desde la perspectiva de género, que hemos definido en nuestra Política de Género, cada vez somos más conscientes del valor de la comunicación. La comunicación nos define, nos coloca en el mundo desde una mirada y una posición determinada. Cuando comunicamos expresamos, defendemos, argumentamos, exponemos, informamos, intercambiamos y, sobre todo, creamos el mundo y lo transformamos con las palabras, las imágenes, los gestos, con las intuiciones y la simbología que de todo ello se desprende. En la comunicación nos jugamos la coherencia entre nuestro ser y nuestro hacer.

La manera en que vemos el mundo se refleja en nuestro discurso y, a la vez, éste tiene el poder de transformar y crear la realidad. El poder educativo de la comunicación (y específicamente del lenguaje, que es el tema de este documento) nos interpela como organización y nos compromete en la búsqueda de nuevas y mejores formas de relacionarnos con el mundo, participando de él, cambiando lo que no nos gusta por injusto y discriminatorio.

¿Qué tipo de comunicación queremos para InteRed? Responder esa pregunta nos da la clave para seguir planteándonos qué tipo de desarrollo promovemos y con qué ciudadanía soñamos. En el fondo se trata de reconocernos y reconocer, escucharnos y escuchar, empoderarnos. Así, y partiendo del compromiso firme y real de InteRed con la equidad de género, nos planteamos el objetivo prioritario de mejorar nuestra comunicación y nuestro lenguaje inclusivo; objetivo recogido en todos nuestros documentos de posición y estrategia y, especialmente, en la señalada Política de Género. En definitiva, buscamos, desde el respeto y la diversidad, darle alas a nuestro espíritu creativo e innovador para generar nuevas formas más equitativas, políticas y estratégicas de comunicarnos.

La elaboración de este documento, orientado específicamente al uso no sexista del lenguaje y las imágenes, ha sido liderada por Ola Dziebowska, voluntaria de la línea estratégica de género de InteRed, y acompañada y enriquecida por muchas de las personas que conformamos la organización. Con él, pretendemos contribuir al impulso en InteRed de una comunicación para el desarrollo (también llamada comunicación para el cambio social) que conecte con la visión y el compromiso de la organización y, desde ahí, impregne toda la información difundida y compartida a través de nuestros distintos soportes comunicativos.

En todo ello, el uso de un lenguaje e imágenes inclusivas, que visibilicen, reconozcan y acojan la experiencia de mujeres y hombres en el mundo, es una clave fundamental. De ahí el sentido de esta iniciativa metodológica orientada a compartir las reflexiones que nos llevan a optar políticamente por un uso no sexista tanto de la lengua como de la imagen y en el que planteamos algunas de nuestras propuestas al respecto.

2 . RAZONES QUE FUNDAMENTAN EL USO DE UN LENGUAJE INCLUSIVO

El lenguaje como medio de comunicación verbal entre los seres humanos y como aspecto cultural y social tiene dos propiedades: es constituido y constitutivo a la vez. Lo primero significa que el lenguaje se construye a base de las reglas sociales o culturales de una sociedad, mientras lo segundo implica el papel que tiene el lenguaje en dar forma final a los conceptos y normas de dicha sociedad. La interdependencia del lenguaje y los actos sociales contribuye a la construcción de la identidad individual y colectiva lo cual, en el conjunto, constituye las nociones mentales y las relaciones de poder en la sociedad en la que vivimos.

Analizar y modificar este lenguaje es, por tanto, clave para cambiar el pensamiento y la representación simbólica de lo que queremos y creamos en el mundo. Si el lenguaje es una convención social, podemos convenir modificarlo. Porque ¿quién decide qué significa cada cosa y cuál es el uso correcto del lenguaje?, ¿estamos ante una cuestión de poder?

Cuando yo uso una palabra – insistió Humpty Dumpty con un tono de voz más bien desdenoso – quiere decir lo que yo quiero que diga..., ni más ni menos.

- **La cuestión – insistió Alicia – es si se puede hacer que las palabras signifiquen tantas cosas diferentes.**
- **La cuestión – zanjó Humpty Dumpty – es saber quién es el que manda..., eso es todo.**

Lewis Carroll, Alicia a través del espejo

En una sociedad androcéntrica y patriarcal como la nuestra, en la que la medida del conocimiento y de la forma de comunicarlo es el hombre y el poder para decidir qué y cómo comunicar lo dan los varones, las mujeres y su experiencia quedan relegadas a la periferia, convirtiéndose en “las otras”, pasando a un segundo plano que concibe la mirada y las vivencias, ideas, capacidades y aportes femeninos como “diferentes e inferiores” a la norma. La forma en que interpretamos la realidad en un modelo como éste invisibiliza a más de la mitad de la población, considerando “neutro” o “genérico” al género masculino (además de generar también discriminación por origen étnico, discapacidad, orientación sexual, etc.). En definitiva, el lenguaje nombra e interpreta para pasar a crear y materializar lo que nombra. El uso de un lenguaje inclusivo posibilita la creación real de un mundo inclusivo y más justo.

Un ejemplo de la representación del patriarcado en nuestros días es la Real Academia de la Lengua (R.A.E). La institución que, desde 1713 y con el lema “limpia, fija y da esplendor”, se encarga de normativizar y unificar el idioma castellano. Si bien, académicas como Inés Fernández-Ordoñez han hecho declaraciones como éstas: *Es un hecho consustancial a la existencia histórica de las lenguas que los hablantes promuevan innovaciones lingüísticas, con independencia de que esas innovaciones cundan, prosperen y se adopten o no por parte de toda la comunidad lingüística.* Lo cierto es que el uso sexista de la lengua y la promoción de un lenguaje inclusivo para subvertir ese uso no es un planteamiento que la academia comparta ni defienda, al menos con la contundencia que desde instancias especializadas en igualdad se ha planteado. Cabe señalar que hasta el año 2014 sólo 9 mujeres, frente a más de 1.000 hombres, han ocupado uno de los 46 sillones de los que consta la RAE.

El lenguaje, como cada aspecto cultural y social, es modificable tanto en función de cada comunidad particular como de la historia en general y, por lo tanto, es capaz de articular y reconstruir los papeles que la sociedad, a través de la educación y la socialización, atribuye a mujeres y hombres. Los roles de género, tan inherentes en nuestra comunicación, influyen en las formas de pensar y actuar y, como tal, deberían y pueden ser ajustados a los valores de aprecio y respeto entre los dos性. Sin embargo, el lenguaje sexista es un esfuerzo en el camino hacia la plena igualdad entre hombres y mujeres, mientras el lenguaje inclusivo nombra la diversidad y, sobre todo, hace emerger a las mujeres en el discurso.

Sabemos que el uso no sexista o inclusivo de la lengua provoca muchas resistencias. Es comprensible que sea duro cuestionarse la forma de hablar porque forma parte muy inherente de nuestra identidad. Pero eso, quizás, nos está hablando de la importancia radical que tiene, por lo que tenemos que seguir buscando estrategias para que este lenguaje inclusivo no constituya una dificultad en la comunicación, pues la finalidad es justo la contraria.

Desde el convencimiento del valor político y simbólico del uso de un lenguaje no sexista, desde la constatación de que el mundo que queremos lo tenemos que nombrar y del reconocimiento de que lo que no se nombra no existe, es éste un ámbito a trabajar, negociar y replantearse cada día. Hacer política, también, con nuestra forma de hablar.

2.1 . EL LENGUAJE ES ANDROCÉNTRICO

El androcentrismo es aquel sistema de pensamiento que sitúa al hombre y su experiencia en el centro de universo como referencia y medida de todas las cosas. Observando el lenguaje como un código simbólico que reproduce y asigna el poder a las personas que nombra y les priva a aquellas que invisibiliza, no tenemos dudas de que el lenguaje es androcéntrico. Es el sistema que sobrepone lo masculino ante lo femenino, aceptándolo como la norma universal frente a lo excepcional, como refleja bien este ejemplo contundente de Victoria Sau¹:

¹ Sau, Victoria: ‘El vacío de la maternidad. Madre no hay más que una.’ 1995.



Algunos ejemplos de un uso androcéntrico del lenguaje son:

- Voz masculina en sentido genérico, que se considera inclusiva frente a voz femenina que es exclusiva: "Todos los alumnos salieron de la clase" frente a "todas las alumnas salieron de la clase".
- El uso del término *hombres* para designar a toda la humanidad, la identificación de lo masculino con la humanidad: "*El origen del hombre*".
- Mujeres como excepción o anomalía entre las personas académicas en los campos de estudio: "*Las mujeres científicas*" frente a "*los científicos*".

Las ideas que transmite el lenguaje androcéntrico son la invisibilidad, la exclusión del género femenino, el asumir que el género femenino está implícito en el género masculino, etc. Dentro de esa visión del mundo las imágenes que se crean en nuestra mente son predominantemente masculinas. La centralidad de lo masculino como neutro hace que las mujeres sean invisibilizadas en el discurso. Por lo tanto, un argumento muy importante es el explícitamente político: tener presentes a las mujeres en el mundo, no sólo porque es una realidad que son y están en él, sino porque nuestro objetivo como organización que trabaja por los DDHH es que esa presencia quede clara y nunca más sea invisibilizada. Por

reconocimiento y por intención política. Y como puesta en práctica del derecho a nombrarnos y ser nombradas. A empoderarnos.

Además de exclusión, la invisibilidad de las mujeres en el discurso produce también confusión. Una alumna de la universidad ve un cartel que convoca a un examen a los alumnos y no duda de que ella también tenga que presentarse a él. La misma alumna, en la misma universidad, ve un cartel en la cafetería que dice que se buscan compañeros de piso. Ahí no lo tendrá tan claro. Esa confusión que generan, a veces, los supuestamente neutros, la viven/vivimos constantemente las mujeres.

2.2 . EL LENGUAJE ES SEXISTA

Aparte de tan manifiesta exclusión de mujeres en el lenguaje, la evidencia lingüística demuestra que existe también una desigualdad social que se expresa en términos de poder, valoración y dominación, atribuyendo funciones particulares y determinadas a cada sexo y jerarquizando la importancia de las personas según su representación lingüística. Esta forma de expresión lingüística posee rasgos relacionados con prejuicios culturales hacia la identidad sexual y por tanto se la denomina como lenguaje sexista.

Los ejemplos a continuación demuestran cómo los mecanismos verbales recrean las estructuras que sostienen el poder de un sexo sobre el otro:

- Asociaciones verbales que superponen la idea de mujer como pasiva, infantil, débil.
La rubia y dulce atleta rumana consigue la medalla de oro en la carrera de 1.000 metros
- Distinción entre señora y señorita, que indica dependencia del hombre y priva a las mujeres de su personalidad, atribuyéndoles un destino de mera relación respecto a los demás, en vez de como fines en sí mismas. Lo mismo sucede con expresiones como *Carlos y su mujer*, *Detrás de un gran hombre hay una gran mujer*.
- Orden jerárquico al nombrar a mujeres y hombres: *Padre y madre*.
- Homogenización de mujeres con niñas/niños y personas ancianas, englobando a esta población como “vulnerable”: *Los ancianos, las mujeres y los niños*.
- Connotaciones semánticas y léxicas despectivas: *zorro vs. zorra, gallo vs. gallina, sargento vs. sargenta*.
- Definiciones desiguales entre la misma función/palabra, ofensivas para el sexo femenino en el diccionario de la Real Academia Española².

Algunos ejemplos son:

Mujer pública: prostituta. *Hombre público*: hombre que tiene presencia e influjo en la vida social.

Alcaldesa: 1. Autoridad municipal que preside un ayuntamiento. 2. Mujer del alcalde.

Dicho todo esto, hay que añadir también otra faceta importante, que es la diferencia del lenguaje escrito y hablado. Los dos son igual de importantes en cuanto a la implementación de lo femenino en el discurso. Sin embargo, escribir nos permite ordenar pensamientos, pensar más en lo que queremos decir y transmitir. InteRed elabora sus materiales y utiliza la palabra escrita con cuidado a lo femenino para facilitar su distinción y uso al hablar.

3 . ¿CÓMO QUEREMOS HABLAR EN INTERED?

La importancia práctica, simbólica y política del uso de un lenguaje inclusivo es, con todas las resistencias que produce y el descrédito al que ha sometido a algunos sectores de la sociedad, una evidencia para las personas que nos dedicamos a la equidad de género. Superar los rasgos de sexismo y androcentrismo forma parte de la política de género de InteRed.

Con el fin de utilizar un lenguaje equitativo en términos de género, no excluyente y respetuoso con la diversidad, apostamos por usar determinadas palabras y estrategias verbales:

- Nombres colectivos (*profesorado*, en lugar de *profesores*; *voluntariado*, en vez de *voluntarios*; *alumnado*, en vez de *alumnos*, *población colombiana*, en vez de *los colombianos*...).

“En la elaboración del nuevo documento ha estado implicada toda la organización (*voluntariado, personal contratado y patronato*) para obtener como resultado un plan”.

- Perífrasis (*la persona interesada*, en vez del *interesado*).

- Construcciones metonímicas (*la juventud*, en vez de *los jóvenes*; *la ciudadanía*, en vez de *ciudadanos* o *la infancia* en vez de *los niños*).

“Acompañar procesos de transformación personal y social para una ciudadanía concienciada y comprometida con la promoción y respeto de los Derechos Humanos”.

- Desdoblamientos (*Mujeres y hombres, niñas y niños*).

“Por otro lado el sabernos en red y tejiendo entre todas y todos una educación alternativa que sirva para transformar el mundo”.

- Omisión de determinantes o empleo de determinantes sin marca de género (cada contribuyente en lugar de *los contribuyentes*).

- Uso de formas personales genéricas o formas no personales de los verbos (“*es preciso atender más*” sustituyendo a “*es preciso que el alumno atienda más*”).

- Mujeres presentadas y nombradas como expertas en los temas tratados.

“Nuestra referencia a Artemisia Gentileschi (1593-1653), pintora del barroco italiano, es un homenaje a una de las mujeres del pasado que han sido referencia e inspiración en nuestro trabajo”.

Uso de citas: “Yo no quiero que las mujeres tengan poder sobre los hombres sino sobre sí mismas” (Maty Wollestonecraft).

- Intercambio del orden (*Los hombres y mujeres, y en otra ocasión, las profesoras y profesores*).

"Tenemos la suerte de estar con otras y otros en esta apasionante aventura de hacer de la educación algo verdaderamente transformador y no una simple repetición y reproducción de esquemas generadores de desigualdad e injusticia".

- Cambio del pronombre **UNO** por: *alguien, cualquiera, la persona, una persona, ser humano*.

"Y, a su vez, una serie de resultados e indicadores que están disponibles para todas las personas e instituciones que deseen conocerlos en la página web de InteRed".

- **LOS DEMÁS** por: *el resto, las demás personas, las y los restantes*: "...siendo capaces de relacionarnos desde la empatía y la cooperación, haciendo nuestras las realidades de *las demás personas*, tanto cercanas como lejanas".

- **AMBOS** por: *uno y otro, una y otro, tanto*.

- **QUIENES** por *los que, ellos, aquellos*.

"Trabajamos con personas y organizaciones de diversos países y culturas, especialmente con quienes tienen sus derechos más vulnerados".

- Utilizamos en ocasiones un femenino 'genérico' siempre que el grupo esté compuesto en su mayoría por mujeres y nos encontramos en un marco de confianza, *Queridas compañeras*. En el mismo caso, si sólo hubiera un solo hombre como receptor de nuestro mensaje, evitaremos usar un nombre colectivo para las mujeres y el nombre propio para él, es decir, *Hola a todas y a Pedro*. Optaremos por un uso del femenino o por un genérico *Hola equipo, Querida gente, Compañeras...*

- Usamos barras, arrobas y "x" pero... sólo como último recurso.

Como ya hemos visto, la importancia de utilizar y apostar por un lenguaje inclusivo va más allá de las normas gramaticales y léxicas. Una mirada crítica al lenguaje que utilizamos y la conciencia de poder modificar las estructuras anticuadas pueden abrir puertas a ver el mundo de otra manera, más equitativa y más justa. Así, el problema radica también en cómo nos expresamos, qué decimos, de qué manera opinamos, qué ideas utilizamos para denominar cada sexo y en qué contexto les situamos. ¿Qué es lo que nombramos como valioso? ¿Cómo podemos, por ejemplo, equilibrar los mensajes y recobrar el valor de las cosas, espacios y personas que se perciben ocupando un lugar secundario?

En frases como "*Ellas van perdiendo ese segundo plano donde estaban*" ¿Qué imagen estamos trasmitiendo del valor del espacio donde se sostiene principalmente la vida? ¿Y de la actitud activa o pasiva de las mujeres?

4 . ¿QUÉ IMÁGENES QUEREMOS MOSTRAR?

El lenguaje fotográfico no es inocente ya que exige un punto de vista, una toma de partido, aún en los pequeños detalles

Juana Ghersa (fotógrafa)

La imagen, al igual que el lenguaje, es una potente herramienta para difundir mensajes y crear percepciones más inmediatas. De hecho, la imagen es lo primero que salta a la vista, lo que muchas veces capta la atención incluso antes de la palabra y entra al subconsciente. En este momento histórico en el que predomina la representación gráfica y la inmediatez, las imágenes que vemos son una fuente de conocimiento directo sobre la realidad en la que vivimos, sobre todo en el área de las relaciones entre mujeres y hombres, en el concepto de belleza, la percepción de la vejez o los modelos familiares. Muchas veces, la imagen que se nos vende puede ser fruto de una gran distorsión y, a la vez, actuar como una gran fuerza convincente y promotora de actitudes e ideas socialmente impuestas.

Desde el punto de vista de una ONG, los mensajes que diseñamos deben superar las ideologías prominentes y opresoras como aquellas que la publicidad sistemáticamente reproduce: las relaciones desiguales Norte-Sur, el racismo, las inequidades de género, los roles sexistas, los estereotipos culturales, etc.

Al igual que en el caso del lenguaje, a través de las imágenes InteRed quiere impulsar cambios en los roles tradicionales de género y en la percepción de las mujeres, enviando mensajes que no sean estereotipados, sexistas o paternalistas, que visibilicen a todas las personas de manera digna y adecuada, en varios contextos y con toda su diversidad en cuanto a etnia, edad u opción sexual, entre otros.

La diversidad y singularidad de las personas, así como una visión no victimizada sino digna y empoderadora de las mujeres, son dos de las claves fundamentales cuando nos enfrentamos a una selección de imágenes para cualquier soporte.

Así, en las imágenes que utiliza InteRed:

- Mostramos diversidad. Las personas tienen distinta edad, sexo, origen étnico o cultural, clase social, apariencia física. Por tener un trabajo predominantemente con mujeres y que busca, además, su protagonismo, en los materiales de InteRed son más abundantes las imágenes de mujeres que de hombres. De cualquier manera, entendemos que es un reto tender a cierto equilibrio en la presencia de ambos sexos, siempre en función del mensaje que queramos dar y sin olvidar que hay una intención política cuando, en ocasiones, priorizamos imágenes de mujeres.



- Las personas desempeñan roles diversos y no siempre estereotipados por sexo.



- Se reflejan trabajos remunerados y no remunerados. Y personas haciéndolos dentro y fuera de las casas.



- No se abusa de imágenes de mujeres-madres con niñas y niños. Tampoco se hacen desaparecer.



- Los hombres aparecen realizando tareas domésticas o de cuidados.



- Las imágenes más positivas de las mujeres no aparecen identificadas exclusivamente con las mujeres occidentales, aunque no se dejan fuera.



- Las mujeres aparecen en actitud activa y emprendedora y reivindicativa.



- Las mujeres aparecen junto a otras y no siempre solas. Creemos que las imágenes de mujeres en grupo son muy potentes. Las mujeres divirtiéndose y descansando también son subversivas.



Además.

- Evitamos primeros planos de hombres y segundos de mujeres, con especial atención cuando se trata de personas de distinta procedencia, etnia y/o cultura, para no incurrir en doble discriminación.
- Cuando aparecen mujeres y hombres juntos, tratamos de no abusar de la pareja heterosexual/familia nuclear.
- No utilizamos el cuerpo de la mujer como un componente sexual.
- No utilizamos de forma continuada imágenes de mujeres como receptoras del conocimiento, como pacientes alumnas escuchando a los hombres que aparecen en posesión del conocimiento y como capacitadores, cuando la realidad es que la docencia es una profesión feminizada en muchos países, incluido España.

5 . UN GLOSARIO PROPIO

En InteRed, ONGD con un planteamiento educativo en género, derechos humanos e interculturalidad, elegimos y utilizamos (gracias a muchas fuentes de inspiración como el feminismo) determinadas teorías, metodologías y palabras con las que pensar, interpretar y trabajar para transformar la realidad. Por lo tanto, en todos los materiales que publicamos se puede ver el uso de ciertos términos que plasman la visión de nuestra organización. Éstos son los principales ejemplos:

Coeducación – Un modelo equitativo que, partiendo de la necesidad de convivir, poner en relación y promover el respeto, la colaboración y la solidaridad, entre mujeres y hombres, propone que todas las personas sean formadas en un sistema de valores, comportamientos, normas y expectativas, que no esté jerarquizado en función del sexo y, a la vez, promueve una educación que valore las diferencias individuales y las cualidades personales, así como la experiencia por encima del conocimiento teórico y abstracto.

Corresponsabilidad – La responsabilidad sobre los cuidados asumida en conjunto, entre mujeres y hombres al interior de los hogares y atendiendo al papel que también tienen el Estado, las empresas y las comunidades como responsables y beneficiarias de estos trabajos.

“Cuidadanía” – Reivindicar a la gente como sujetos en una sociedad que sitúe la sostenibilidad de la vida en el centro y que se organice en torno a las necesidades de las personas. Implica poner el cuidado de la vida en el centro, el cuidado de todas las vidas sin que sea posible excluir a nadie.

Cuidados - Los trabajos de cuidados son todas aquellas actividades orientadas a la reproducción social, entre otras: gestar, parir, criar, alimentar, cocinar, lavar, coser, sanar, conseguir agua, enseñar a caminar, atender, escuchar, gestionar el presupuesto del hogar, consolar, enseñar a hablar la lengua materna, asistir a personas enfermas, ancianas o con discapacidad, mejorar la autoestima o acompañar en la muerte.

Ecofeminismo – Movimiento que surge de las sinergias entre el feminismo y el ecologismo y, desde ahí, propone un modelo de desarrollo que cuestiona la centralidad del mercado en nuestras sociedades, impulsando alternativas que prioricen la vida y su cuidado (tanto de las personas como del planeta del que formamos parte), haciendo girar en torno a ellas el resto de las cosas.

Empoderamiento – Concebido por el movimiento feminista en los años 80, en palabras de Marcela Lagarde empoderarse sería facultarse, habilitarse, autorizarse, desarrollar la conciencia de tener el derecho a tener derechos, reconocer la propia autoridad y confiar en la capacidad de lograr propósitos. Así, el empoderamiento es la expansión en la libertad de escoger y de actuar y la toma de control de la persona sobre las decisiones que afectan a su vida. Es proceso y es fin, individual y colectivo, y ha sido fundamental para poner el poder en el centro del debate y plantear una estrategia clara de transformación de las relaciones de género.

Equidad – Parte de la aceptación de las necesidades e intereses diferenciados de todas las personas para llegar a la igualdad de derechos.

Ética reaccionaria del cuidado – Un modelo de desarrollo moral que se basa en la entrega, sacrificio y trabajo de cuidado a otras personas, impuesto sobre todo a las mujeres. Según esta ética son las mujeres quienes prioritariamente ejercen estos trabajos de cuidados, cumpliendo su rol socialmente reconocido y su realización más completa.

Ética revolucionaria del cuidado- Una ética que sitúe el cuidado, entendido como un valor, en equivalencia con la Justicia, las responsabilidades con los derechos, sin renunciar ni priorizar a ninguno de ellos, sino, al contrario, entendiéndolos como complementos imprescindibles. El desarrollo de la Ética del Cuidado no estaría biológicamente determinado ni sería en consecuencia exclusivo de las mujeres, sino que sería el resultado de la división sexual del trabajo y de la división entre lo público y lo privado que existe en el mundo social en el que vivimos. En otras palabras, sería la experiencia de cuidar, de hacerse responsable de las necesidades de otras personas, la que favorecería un juicio moral más contextualizado y vinculado, con mayor propensión a adoptar el punto de vista del otro, a empatizar, enfatizando las responsabilidades que se dan a partir de las relaciones y la importancia de atender las necesidades concretas de los seres humanos.

Feminismo - Corriente de pensamiento y acción en defensa de la igualdad de derechos y oportunidades entre ambos sexos. Desde la perspectiva de las mujeres, cuestiona el androcentrismo y constituye una forma diferente de entender el mundo, las relaciones de poder, las estructuras sociales y las relaciones entre los sexos.

Lideresa – El término utilizado para nombrar a una mujer directora, jefa o conductora de un partido político, de un grupo social o de otra colectividad.

Masculinidades – Movimiento de hombres que plantean una reflexión crítica sobre cómo se construye la identidad masculina y cuál es la responsabilidad de los hombres en el mantenimiento de las estructuras patriarcales, las prácticas, significados e imaginarios sociales en los que se construye y se legitima la violencia de género, las inequidades y las desigualdades en las relaciones entre hombres y mujeres. El enfoque de masculinidades es profeminista, reconoce y rechaza los privilegios que el patriarcado les otorga y suscita estrategias y posibilidades de cambio a partir del concepto de la identidad masculina alternativa a la hegemónica.

Micromachismos – Prácticas de dominación, control y violencia machista ejercidas por hombres en los entornos más cotidianos e inmediatos como la familia. Son sutiles y solapadas expresiones de dominación masculina que no son percibidas como tales al permanecer aún naturalizadas y ubicarse por debajo del umbral de lo socialmente aceptable o tolerable y, por tanto, perpetúan las estructuras patriarcales. La no participación en lo doméstico, la imposición de la intimidad, el paternalismo o el victimismo son buenos ejemplos de micromachismos cuya identificación es fundamental para poder transformar esas conductas.

Sororidad – Este término hace alusión específica a la solidaridad entre mujeres en el contexto patriarcal. La palabra sororidad se deriva de la palabra “sor” o “hermana”, al percibirse las mujeres como iguales para crear alianzas, compartir y, sobre todo, cambiar su realidad, entendiendo que todas, de diversas maneras, hemos experimentado la opresión

por el hecho de ser mujeres. Es una alianza entre mujeres de compromiso con la justicia y la construcción de modelos más equitativos desde la puesta en marcha de acciones específicas.

Visibilización – El mecanismo de hacer visibles todos los aspectos que no se ven a simple vista y de los que no se habla por suponer que pertenecen a la esfera privada. Esto lleva a no mostrarlos ni mencionarlos en la esfera pública, dando por sentado que son inferiores y que nunca van a faltar. Un ejemplo de este proceso es la necesaria visibilización del trabajo de los cuidados que, aun siendo indispensable para el desarrollo diario de la vida, ha sido relegado a uno de los últimos niveles de valoración y reconocimiento en nuestras sociedades.

En un mundo donde el lenguaje y el nombrar las cosas son poder, el silencio es opresión y violencia.

Adrienne Rich, *Sobre mentiras, secretos y silencios*

SEDE SOCIAL

C/ Vizconde de Matamala, 3, 1º y 2º
28028 Madrid
Tel: 915416458
Email: intered@intered.org

INTERED ANDALUCÍA/EXTREMADURA

C/ Jesús del Gran Poder 5, 1º J
41002 Sevilla
Tel: 954-562812
Email: andalucia@intered.org

INTERED ARAGÓN

Duquesa Villahermosa, 28
50010 Zaragoza - Tel. 976348452
Email: aragon@intered.org

INTERED CANTABRIA

Menéndez Pelayo, 66
39006 Santander
Tel: 699301625
Email : cantabria@intered.org

INTERED CASTILLA-LA-MANCHA

C/ Fernandez de Izparraguirre, 45
19003 Guadalajara
Tel: 645957663
Email: castillalamama@intered.org

INTERED CASTILLA Y LEÓN

Galera, 4, 1º
47002 Valladolid
Tel: 983212664
Email: castillaleon@intered.org

INTERED CATALUNYA

Cardenal Tedeschini, 72-1º
08027 Barcelona
Tel-Fax: 934672667
Email: catalunya@intered.org

INTERED COMUNIDAD VALENCIANA

Mauro Guillen 5,1º-2º
46009 Valencia
Tel. 963470264
Email: comunidad.valenciana@intered.org

INTERED EUSKALHERRIA/PAIS VASCO

Bengoetxea, 4, bajo
20004 Donostia – San Sebastián
Tel: 943279044
Email: euskalherria@intered.org

INTERED GALICIA

Pza do Matadoiro, 7
15703 Santiago de Compostela
Tel: 981587966
Email: galicia@intered.org

INTERED MADRID

Avda. del Valle, 23
28003 Madrid
Tel : 645957663
Email: madrid@intered.org

INTERED MURCIA

Los Torres, 11 - Edificio Las Palmeras
Esc. 1-3º-D - 30005 Murcia
Tel: 968282576
Email: murcia@intered.org

INTERED BOLIVIA

Calle 12 nº 41 Villa Armonía
La Paz, Bolivia
Tel: 5912244404
Email: bolivia@intered.org

INTERED FILIPINAS

3rd Floor. Escala Building. 1309 J.
Rosales St. Butuan City 8600
Land Line: 085-3427217
Email: filipinas@intered.org

INTERED GUATEMALA

6a. Calle 2 - 42 . Zona 1.
Ciudad de Guatemala
Tel: 50222500959
Email: guatemala@intered.org

INTERED REPÚBLICA DOMINICANA

Danae, N° 9
Gazcue Santo Domingo, D.N.
Tel : 8098488899
Email: rep.dominicana@intered.org

