

MANUAL DE VIDEOCREACIÓN

COMO PROPUESTA EDUCATIVA TRANSFORMADORA



**FARMA
MUNDI**
FARMACÉUTICOS
MUNDI

FARMAMUNDI
**LA SALUD
ESTA EN
TU MANO**



AEXCID
cooperación **extremeña**
JUNTA DE EXTREMADURA

INTRODUCCIÓN

¿Qué es un producto audiovisual educativo?

Es un elemento para presentar una información o trasladar un mensaje con valor pedagógico utilizando instrumentos tecnológicos que despierten los sentidos del oído y la vista.

Normalmente se estructura en tres actos (Presentación, Nudo y Desenlace) pero existe una gran variedad de formatos válidos según la técnica y herramientas empleadas en función del efecto esperado, a quién va dirigido y la capacidad creativa de las personas participantes.

METODOLOGÍAS DE CREACIÓN AUDIOVISUAL PARTICIPATIVA

Desde Farmamundi recomendamos desarrollar un proceso creativo grupal en varias fases; para facilitar la investigación y profundización en una temática o problema de interés para las y los participantes. Para ello, se puede iniciar con un brainstorming o lluvia de ideas como herramienta de trabajo para la generación de propuestas; continuando con etapas de investigación sobre la temática elegida, reflexión y análisis crítico colectivo que generen un aprendizaje en base a metodologías colaborativas, inclusivas y experienciales.

Todo el trabajo en equipo refuerza los vínculos y co-responsabilidad entre las personas que participen en el diseño del audiovisual, facilitando la toma de conciencia individual y colectiva sobre una realidad concreta.

*“El transcurso educativo siempre será más importante que el propio resultado”
-HACER para APRENDER-*

Es muy útil contar con una **Ficha de Planificación** tanto para el diseño del producto como para su divulgación, registrando paso a paso todos los detalles del audiovisual y los acuerdos más relevantes como mensaje clave, público objetivo, canales de difusión, etc.

El producto audiovisual generado podrá tener diferentes usos (informativo, motivador, transformador,...) pero lo más importante es construirlo para que genere un efecto positivo en la sociedad en base a criterios de justicia social, diversidad y equidad. Los Derechos Humanos, la equidad de género y la sostenibilidad medioambiental no

podemos perderlos de vista.

RECOMENDACIONES

Evaluar colectivamente la idea, historia y detalles de la pieza audiovisual

Reflexión transversal sobre el problema a analizar

- ¿Afecta a todas las personas por igual? diferencias según criterios culturales, sociales, económicos, geográficos... (sexo, raza/etnia, diversidad sexual, diversidad funcional, edad, religión, ...)
- ¿Se vulnera algún derecho?
- ¿Qué desigualdad principal se detecta? motivo o causa que la provoca
- ¿Cómo se podría evitar o revertir esas desigualdades?

Asegurar la **participación inclusiva** en cada etapa, es un proceso creativo colaborativo y se deben garantizar espacios de escucha respetuosos y toma de decisiones equitativas entre todas las personas involucradas.

Seguir los **principios fundamentales** de la comunicación divulgativa y educativa:

- Concisión, claridad y cohesión.
- Adecuación, accesibilidad, comprensión y aceptabilidad.
- Relevancia, exactitud y calidad de la información.

Revisión de **elementos clave** para garantizar la incorporación de los **enfoques transversales** (se detallan algunas recomendaciones al final de la guía):

- Lenguaje
- Contenidos
- Imágenes
- Fuentes y referentes
- Protagonistas de las piezas de comunicación generadas

Trabajar especialmente el inicio y final de la obra, primeros segundos para enganchar y finales para potenciar el impacto del mensaje.

Realizar pruebas de posibles interpretaciones (juego de rol entre participantes-perfiles diversos) por si se ve necesario hacer ajustes que eviten efectos no deseados o perjudiciales para la causa

Validar el logro de resultado esperado contando con la opinión de personas externas y a ser posible beneficiarias o involucradas en la temática

Compartir conclusiones y evaluación. Finalizar el proceso de creación y divulgación debatiendo sobre las experiencias grupales. Evaluar para descubrir buenas prácticas y aprender de los errores.

HERRAMIENTAS DIGITALES

CANVA herramienta de diseño digital para diferentes formatos. Dispone de imágenes gratuitas y plantillas.

FREEPIK da acceso gratuito a fotografías, ilustraciones y diseños.

* Puedes crear storyboards para practicar y planificar tu propio proyecto audiovisual
https://www.canva.com/es_es/crear/storyboards/

CINEMA FV-5 aplicación de grabación para móvil gratuita disponible en Google Play Store. Funciona como otras cámaras del teléfono pero que permite conectar un micrófono a través de la salida del audio, lo que dará más calidad de sonido.

Descarga, sigue las instrucciones y presta atención a la configuración.

QUIK aplicación para móvil que permite la edición y es de utilidad para producir vídeos de diferentes formatos. Disponible tanto en Apple Store como en la Google Play.

Visita el Tutorial Quik: <https://www.youtube.com/watch?v=CejdumBMecA>

Descarga y sigue el paso a paso para la edición.

*Te recomendamos visitar dos páginas web de **FARMAMUNDI** donde podrás descargar tutoriales para la creación audiovisual y profundizar en temas de interés:

(1) La web del programa **La salud está en tu mano** donde encontrarás vídeos tutoriales de **Ciberactivismo** siguiendo la metodología **DESING THINKING** y herramientas digitales gratuitas. Lo encontrarás junto a las unidades temáticas sobre género, derecho a la salud y ODS en

<https://lasaludestaentumano.es/materiales/extremadura/>

(2) la web del **programa Crea Salud** donde dispones de acceso a un maletín pedagógico con diversos recursos descargables de utilidad para desarrollar procesos transformadores de videocreación, fichas y tutoriales para la grabación y edición de vídeos con teléfono móvil. <https://www.creasalud.org/maletin-creasalud/>



ORDENA LAS IDEAS

De forma general, una ficha de planificación para el diseño y divulgación de un audiovisual puede registrar los siguientes ítems. Recomendamos crear una tabla específica con todo lo necesario para planificar y recoger los datos y decisiones tomadas por el grupo durante el desarrollo del proyecto.

FICHA DE PLANIFICACIÓN	
Personas participantes Colaboradoras REPARTO DE TAREAS	
Tema a tratar ¿por qué se ha elegido?	
Colectivo involucrado - ¿A quiénes les afecta? ¿De qué manera? - ¿A quiénes se dirige el mensaje?	
Ideas fuerza: lo más relevante para potenciar el mensaje	
Enfoque y tipo de mensaje que se pretende lanzar (revisar coherencia y orden lógico)	
Mensaje principal Frases cortas sencillas y concretas que transmitan la información con lenguaje claro, inclusivo y sin sesgo de género	
Esquema del guión: - Presentación: introduce la historia - Nudo: desarrolla la trama - Desenlace: cierra la historia	
Título	

Duración del vídeo	
Formato y técnica a emplear	
Herramientas digitales	
PLAN DE DIVULGACIÓN ¿A quién? ¿Para qué? ¿Cómo? ¿Cuándo? Público objetivo, foros, canales y fechas Mensaje, red, usuarios y etiquetas	

“Sin una buena planificación no hay ejecución efectiva”

TÉCNICAS Y FORMATOS

1- KINOGRAMA

¿Qué es?

El Kinograma es una herramienta audiovisual que consiste en realizar vídeos cortos (desde 1 min) con un texto superpuesto en imágenes fijas o en movimiento, y que incluso permite incluir pequeños fragmentos de entrevistas.

Es un formato práctico que permite trasladar un mensaje a través de las redes sociales de una manera atractiva y su realización es sencilla.

¿Cómo lo podemos crear? PASO A PASO

Consensuar la temática y trabajar en grupo como se indica en el apartado de metodología, registrando cada detalle en la FICHA DE DISEÑO Y PLANIFICACIÓN

Seleccionar las imágenes (fotografías o ilustraciones)

Se pueden escoger de un banco de recursos gratuitos o realizar dibujos o fotografías.

***Para un montaje de un minuto se recomienda utilizar de 5 a 10 imágenes**

Construir un esquema emparejando por orden cada imagen con su frase, haz un prototipo para visualizarlo. Puedes utilizar cartulina para pegar cada imagen junto a su frase o realizarlo digitalmente.

Para imaginarlo hay que verlo

Estamos a tiempo de retocar todo lo necesario y una vez consensuado lo cerramos.

IMAGEN 1	FRASE 1
IMAGEN 2	FRASE 2
...(no más de 10 para un minuto de vídeo)	...

¡¡ YA TENEMOS EL GUIÓN DEKINOGRAMA !!

*Siguiendo el guión se puede digitalizar de forma sencilla utilizando el teléfono móvil y cualquier aplicación de edición de vídeos gratuita como Quik.

2- CORTOMETRAJE DE FICCIÓN

¿Qué es?

Un cortometraje es una producción cinematográfica de corta duración (desde menos de 1 minuto hasta 30 minutos), se construye normalmente como un relato audiovisual a partir de grabaciones con actrices o actores o bien de imágenes que, una vez editadas fotograma a fotograma, logran movimiento y narran una historia que suele abordar temas innovadores en un lenguaje diferente de mayor impacto.

¿Cómo lo podemos crear? PASO A PASO

Un guión cinematográfico es un documento que describe lo que se verá en pantalla, sin indicaciones técnicas, pero con todos los detalles y diálogos entre personajes para que quien lo lea pueda comprender la historia que queremos contar y todas las personas participantes en su realización puedan ejercer su labor dentro del equipo creativo. Antes de llegar a construir nuestro guión colaborativo recomendamos irle dando forma a nuestra historia definiendo los siguientes elementos, mediante diferentes etapas de participación creativa:

Idea: una línea que expresa la esencia de la pieza.

Personajes y escena: definir sus características principales y detalles ambientales.

Sinopsis: unos párrafos que resumen brevemente la historia.

Argumento: páginas que desarrollan la historia, un relato sin diálogos.

Escala o Step Online: es el esqueleto del guión que ayuda a ver rápidamente la estructura del vídeo, listado de secuencias con breve descripción de cada una.

Storyboard: es un guión gráfico que mediante una serie de ilustraciones marca cada secuencia y sirve de guía para facilitar la grabación y previsualizar la animación de la historia. Se puede realizar a mano o con herramientas digitales como Canva.

Y ya sí, es momento de completar nuestro **guión** con toda la narrativa y detalles (planos, diálogos, voz en off...) para pasar a la fase de preparación, **reparto de papeles, ensayo y grabación.**

* Al final de este manual incluimos información sobre planos, iluminación y funciones que pueden ayudar a la hora de definir la imagen y realizar las grabaciones.

¡¡ Rodando, ACCIÓN !!

3- MICROENTREVISTA

¿Qué es?

La microentrevista es una herramienta de investigación que permite conseguir información subjetiva de la persona consultada respecto a sus conocimientos, la forma de vivir, sentir o expresar emociones sobre un tema o situación dada.

¿Cómo lo podemos hacer? PASO A PASO

Consensuar objetivo

Para qué queremos realizar las entrevistas y qué información esperamos obtener de ellas.

Definir los perfiles de las personas a entrevistar.

Seleccionar en función de la temática y del enfoque elegido desde el que se quiera analizar.

La idea es acercarse a diversas realidades existentes, analizando diferentes aspectos. Para ello, ofrecemos dos aproximaciones:

- *Experiencias de expertos/as*: Profesionales de diversos ámbitos.
- *Historias de vida*: Personas cotidianas, pero con una visión personal que puede enriquecer el tema.

Dichos perfiles y las personas elegidas condicionarán la manera de abordar el tema, así como las cuestiones a plantear.

Crear el cuestionario

Una vez elegida la persona a la que se va a entrevistar y tras haber recabado información suficiente sobre el tema (y sobre ella, si fuese necesario) se construyen las preguntas más adecuadas en función del objetivo marcado para obtener la información deseada.

Es recomendable que las preguntas sean:

- ABIERTAS, que permitan múltiples o amplias respuestas.
Ejp. "Cuéntame cómo vives aquí" - Bien formulada.
"¿Vives bien aquí?" - Mal formulado. Nos responderá sí o no.
- CLARAS, CONCISAS Y CONCRETAS. Usa un lenguaje coloquial que facilite el entendimiento.
Ejp. "¿Me puedes contar cómo vives aquí?" - Bien formulado.
"Cuéntame, desde que llegaste aquí, si vives bien o es diferente a como vivías en otro país antes de este..." - Mal formulado. Demasiados conceptos.
- EN BATERÍA: Realiza preguntas secuenciales en función de la respuesta dada a la pregunta anterior (escucha y adapta si es necesario). Poco a poco iremos profundizando en la información.
Ejp. "Cuéntame desde cuándo vives aquí... Y, desde ese momento en qué trabajas... Y en ese trabajo cuál es tu función..." - Bien formulado.

*Preparar 3 o 4 preguntas. **¡¡ MEJOR POCAS PERO BIEN REALIZADAS !!**

Planificación la entrevista

Previa

- Selecciona el escenario de grabaciones, siempre que sea posible en exteriores, con plan B (por si la climatología no lo permite)
- Consigue la información suficiente de la persona a entrevistar y del tema.
- Estudia cuidadosamente el cuestionario, para poder reaccionar si no se obtiene la información adecuada con otra pregunta. *Se trata de integrarlas, no lanzarlas.

- Concreta la fecha y la hora de cada grabación y sé puntual.
- Comenta las preguntas con las personas a entrevistar, deben estar de acuerdo con lo que les vas a preguntar y contar con tiempo para preparar su respuesta.

Durante

- Facilita un ambiente relajado, en el que las personas entrevistadas estén cómodas.
- Explica la estructura de la sesión y aclara todas sus dudas.
- Pide que repitan tu pregunta delante de su respuesta (facilitará la edición)
- Deja unos segundos de silencio entre la respuesta y la siguiente pregunta (facilitará la edición).
- No hables al mismo tiempo que la persona entrevistada, escucha atentamente y muestra interés.

Al terminar

- Agradece y relaja el ambiente
- Toma nota de referencias para el vídeo (nombre, puesto, organización, etc.) si fuera necesario y cualquier comentario de interés.
- Confirma vía de contacto para hacerle llegar la entrevista y vídeo si fuera de su interés.

¡¡ Ahora toca ordenar y sintetizar !!

Analizar bien toda la información recogida y seleccionar lo principal siguiendo un orden lógico, será la clave para editar un vídeo con calidad.

***Recuerda que con el móvil es sencillo, puedes grabar con Cinema FV-5 y editar con Quik o bien, si tienes medios, un equipo y conocimientos avanzados puedes utilizar focos, micros y cámaras más profesionales y editar con un programa de producción audiovisual para ordenador.**

LA TECNOLOGÍA NOS ABRE UNA PUERTA A LA COMUNICACIÓN SOCIAL

- nuestra responsabilidad es utilizarla conscientemente -
PODEMOS PROMOVER CAMBIOS POSITIVOS

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

***Por si te interesa el formato cinematográfico aquí tienes algo más de información técnica y consejos para la revisión final.**

DETALLES SOBRE LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

Estructura de un guión

Existen diferentes formatos, pero nos basaremos en el guión de ficción para cortometrajes.

Se dividen en tres actos:

- Presentación (20-30% de la duración total).
- Nudo (50-60%).
- Desenlace (20%).

Elementos que se suelen tener en cuenta:

- Puntos de giro: sucesos que crean y enredan la trama, al menos dos.
- Detonante: en el primer acto (presentación)
- Confrontación: en el segundo acto (nudo).
- Anticlímax: enredo breve previo al clímax.
- Clímax: momento de mayor tensión durante el desenlace.

El formato del guión: es un documento sin indicaciones técnicas, que permite que cualquier persona involucrada pueda interpretarlo: dirección, intérpretes o demás intervinientes en la producción. Describe la historia tal y como se plasmará en la pantalla.

Abreviaturas de encabezamiento como INT/ EXT. o DÍA /NOCHE.

La idea: expresa en apenas una línea el objeto de la pieza.

La sinopsis: historia resumida de carácter general sin definir personajes o situaciones.

El argumento: desarrollo, en forma de relato sin diálogos, que puede extenderse varias páginas.

El tratamiento: una estructura de las secuencias en las que se cuenta lo que sucede, pero todavía sin diálogos.

La escaleta: ya contiene el esqueleto del guión; la sucesión de secuencias, con una breve descripción de cada una, sin especificar en exceso ni incluir diálogos.

La definición de la imagen

El fotograma: Es la unidad mínima del formato cinematográfico, una fotografía que se integra junto con otras para crear una toma o plano.

La toma: tiempo filmado que transcurre desde el momento que empezamos a grabar hasta el momento que paramos. Se numeran y dicen antes de cada grabación.

El plano: parte total o parcial de la toma que usaremos en el montaje final y que representa un tamaño de la imagen a captar, por lo que una toma puede contener varios planos si hay movimientos de cámara.

La imagen en movimiento: gracias a la persistencia retiniana del ojo humano, estas fotografías o fotogramas proyectados de forma consecutiva producen la sensación de movimiento, pero en realidad hay pequeños saltos en la imagen.

La fotografía en el cine: Es el control de la cámara y el uso de la luz para crear atmósferas, colores y estéticas como saturación, tonos, filtros, calidad de la imagen...

La iluminación: toda escena necesita ser iluminada con luz natural o artificial para poder ser captada por las cámaras correctamente y para transmitir en el ambiente narrativo que se busca. Para ello, es imprescindible tener en cuenta la saturación, tonos, luces y sombras. Puede haber una mezcla de luz natural y artificial.

Tipos de plano

- Primerísimo primer plano (P.P.P.) / plano detalle (P.D.): muestra un objeto o parte de él.
- Primer Plano (P.P.): imagen que capta el rostro de un personaje hasta el busto.
- Plano Medio (P.M.): corte de imagen por encima de la cintura.
- Plano General (P.G.): imagen panorámica general que muestra un espacio amplio.
- Plano Nadir y plano Cenital: angulación de noventa grados picado y contrapicado respecto al personaje o escena a retratar.
- Plano Americano (P.A.): el corte de la imagen se hace por debajo de las rodillas.

La regla de los 30 grados: No cortar de un plano largo a uno más corto teniendo el mismo "ángulo de tiro" (posición de la cámara respecto a la escena). Dejar al menos 30° de separación del tiro del plano general al tiro del plano corto.

El plano secuencia: estilo de realización con el que grabamos una secuencia completa en un solo plano, sin cortes, pudiendo tener movimientos de cámara que aporten ritmo a la acción.

El movimiento

- ✚ Travelling: movimiento lateral de la cámara siguiendo la escena.
- ✚ Grúas: la cámara y la operadora realizan el tiro de imagen desde el extremo de una grúa que a la vez se mueve según el plano planteado.
- ✚ Cabeza caliente: grúa donde se coloca la cámara sin operadora, controlada desde abajo mecánicamente. Más utilizada en televisión.
- ✚ Steadycam: soporte de cámara para la operadora (especialista) cuando se pretenden realizar movimientos de cámara de seguimiento de la escena.
- ✚ Dolly: soporte de cámara con ruedas y amortiguadores para seguimientos de imagen en superficies muy accidentadas donde un travelling o una steadycam no servirían al moverse en exceso la cámara.
- ✚ Panorámica: movimiento de la cámara de izquierda a derecha, de arriba a abajo o viceversa sobre el trípode sin variar la ubicación de la cámara.

Equipos y funciones

Dirección Se encarga de diseñar lo siguiente:

- **El Guión técnico:** Documento que da una aproximación visual y sonora respecto al guión literario. Se indican los tipos de plano, posiciones de cámara sobre el decorado, decisiones de iluminación, sonido, etc.
- **El Storyboard:** Planificación gráfica del guión técnico donde aparecen dibujadas las imágenes que luego serán los planos de la película.
- **El Plan de trabajo:** Planificación previa del rodaje de una película donde se especifica cada escena, personajes, horario y recursos del rodaje.
- **La Orden de rodaje:** Plantilla diaria que entrega la ayuda de dirección, el día antes de cada jornada de rodaje, donde se especifican necesidades, horarios y demás información de interés para desarrollar las funciones todo el equipo de trabajo.

Interpretes Actrices y actores que hacen la puesta en escena, deben leer guión, aprenderse papel, conocer el espacio y ensayar en el lugar de rodaje para familiarizarse.

Equipos de dirección de arte, de fotografía y efectos especiales, de maquillaje y

vestuario Se ocupan de lograr el ambiente con decorados o localizaciones naturales incluye todo lo necesarios para personajes y diferentes escenas, incluido vestuario y atrezzo.

Equipo de sonido controlan todo durante la grabación hasta el acabado final.

Sonido directo: es el sonido que se capta en escena mientras se rueda. Normalmente se graba por un lado el sonido ambiente y por otro los diálogos.

Diálogos: son los textos que dicen los personajes durante la escena y que se graban en rodaje a través del sonido directo, normalmente con un micrófono que se acerca a los actores por encima o por debajo sin entrar en imagen.

*Las "jirafas", "cañas" o "pértigas" permiten introducir un micrófono en escena

Doblaje: es un proceso de postproducción en el que las intérpretes dicen los diálogos de los personajes en un estudio de grabación. Se realiza también para la traducción a otros idiomas.

Efectos sala: grabación de sonidos sincrónicos en un estudio, posteriormente al rodaje, en el que una especialista de los efectos sala (*Foley Artist*) interpreta con diferentes utensilios u objetos los sonidos requeridos.

El sonido enlatado: utilización de sonidos ya grabados y disponibles en un "banco de sonidos" libre o privado, para la ambientación de una escena.

Los "wildtracks": durante el rodaje, grabación de pistas de sonido de gran duración, no sincrónicas con la imagen, en las que se captan ambientes de la escena que necesitaremos incluir en la mezcla de sonido para ambientarla: tráfico, viento, lluvia...

La banda sonora: aunque normalmente nos referimos a ella como a la música de la película, son todas las pistas de sonido y música mezcladas, incluyendo diálogos.

El colchón: se trata de un sonido de fondo que se utiliza en determinadas escenas para ambientarlas.

La música como elemento clave de la película: la música subraya emociones, identifica personajes, crea ambientes y es fundamental para lograr llegar al espectador.

El montaje y producción

El montaje de la imagen supone el proceso tras el rodaje en el que se colocan los planos y escenas según el orden establecido en el guión, para así contar la historia.

El proceso de postproducción es complejo y un trabajo muy importante para que el relato final tenga sentido y calidad.

Cinco ideas básicas sobre el montaje: <https://youtu.be/ZAAf-7tS7cA>

RECOMENDACIONES PARA LA REVISIÓN DE PIEZAS DE COMUNICACIÓN

Enfoque de género y buenas prácticas para una comunicación inclusiva

Las piezas audiovisuales son una de las herramientas de transformación social más útiles que podemos incorporar a los procesos de comunicación, pero, como decíamos al inicio de este documento, además de seguir los principios fundamentales de la comunicación educativa es necesario desarrollar todas las etapas del proceso creativo siguiendo unas pautas con enfoque de género, revisando especialmente los siguientes elementos:

LENGUAJE

Como propuestas principales, incluir en alternancia y de manera equilibrada:

- La sustitución del masculino genérico por fórmulas inclusivas; como genéricos colectivos, abstractos, perífrasis o metonimias.
- El uso de expresiones neutras, despersonalizadas y/o vocablos no marcados.
- El uso de fórmulas dobles alternando las propuestas a y b.
- El uso de formas femeninas para nombrar la participación y protagonismo de las mujeres (cargos, profesiones, titulaciones, etc.).
- El uso de la barra quedará limitada a casos excepcionales. Otras fórmulas (@, X, =) se evitarán, pues obstaculizan la lectura y comprensión del texto. No son accesibles y, por tanto, no son correctas para una comunicación inclusiva.
Se puede optar por incluir la palabra "personas" o "ciudadanía" como sujeto de un texto y, desde ahí, apostar por el uso del femenino para referirse a ellas.

CONTENIDOS

- **Evitar el androcentrismo** en la propuesta de contenidos y lenguaje.

Por ejemplo:

- Incluyendo referentes de mujeres y feministas en los contenidos, piezas y acciones de comunicación.
- Utilizando fuentes y experiencias de mujeres y feministas para validar los contenidos.
- Evitando asimetrías en el trato y la representación (paridad).

- **Acciones anti-sexistas y deconstrucción de estereotipos:**

- Adjetivando sin sexismo.
- Destacando cualidades sin sexismo.
- Nombrando, destacando y proponiendo roles de género no tradicionales.
- Apostando por la agencia, protagonismo y voz de las mujeres y otras identidades de género diversas frente a la habitual victimización, pasividad y rol secundario con las que se las representa.

- **Transversalidad de género:** garantizando que este enfoque esté presente en todos los contenidos, acciones y piezas, en algunos casos de manera específica y en otros de manera transversal. Para ello, contar con información que sustente y argumente, que explique las causas y problemáticas asociadas, que contextualice y/o involucre propuestas de transformación concretas.

- **Reconocer la desigualdad y proponer soluciones:** es importante que nuestros contenidos visibilicen las desigualdades por razón de género; pero además, que analicen las causas y problemáticas de esta desigualdad y, si es posible, referencias a buenas prácticas para contrarrestarlas.

- **Diversidad en equidad:** aplicar estos valores y principios para incluir en los contenidos la presencia y protagonismos de personas de la diversidad sexual, cultural, racial, económica, funcional, entre otras.

IMÁGENES

Incorporar todo lo anterior en el uso y selección de imágenes, ilustraciones o

fotografías, prestando especial atención a la representación de las mujeres y otras diversidades en cuanto a:

- Representar la diversidad como riqueza (edades, cuerpos, capacidades, razas, culturas...).
- Procurar la paridad en la aparición de las imágenes.
- Deconstruir roles tradicionales (víctimas, pasivas, secundarias...) e incluir propuestas equitativas y feministas (liderazgo, protagonistas, expertas...).
- En caso de representar situaciones de vulneración o problemáticas concretas; contar con el acuerdo de la fotografiada, evitar el morbo y la victimización, apostar por un rol activo y de lucha, etc.

FUENTES, REFERENTES Y PROTAGONISTAS

- La validación de nuestros contenidos, las personas que consideramos expertas o los referentes a los que acudir para profundizar conocimientos deben ser diversos y paritarios.
- Si es necesario y no conocemos, dedicar más tiempo a buscar fuentes documentales, testimoniales o digitales cuya autoría sea la de mujeres o personas de diversidad sexual o incluyan contenidos específicos.
- Proporcionar una visibilidad e importancia equitativa a las informaciones protagonizadas por mujeres y personas de diversidad o sus testimonios en lo que respecta a la distribución de contenidos e imágenes.
- Mostrar a las mujeres y personas de diversidad en las mismas profesiones, trabajos y posiciones, equiparando su grado de autoridad, relevancia social y poder.
- Promover el reconocimiento e importancia de los cuidados, labores y trabajos asignados tradicionalmente a las mujeres, para hacer énfasis en la

corresponsabilidad que tienen o deberían de tener los hombres, instituciones y sociedad en estas cuestiones.

- Todas estas pautas deben seguir, además, criterios de equidad en relación a la diversidad de procedencias, edades, niveles educativos, culturas, capacidades, condiciones económicas, etc.

incorporar cambios en nuestra manera de comunicar supone un esfuerzo -nadie lo duda- pero merece la pena si con ello logramos generar una sociedad más justa y equilibrada

