



## ***Recomendaciones***

“Tratamiento informativo  
para la igualdad de género en Extremadura”

*elaboradas a partir de las aportaciones  
de asociaciones de prensa y medios de comunicación regionales*

diciembre de 2013-marzo de 2014

**Marzo 2014**

## Cuestiones generales

### sobre el tratamiento informativo para la igualdad de género

*Las presentes recomendaciones de tratamiento informativo para la igualdad de género comparten los objetivos definidos en la Ley de Igualdad entre hombres y mujeres y contra la violencia de género en Extremadura.*

*Los medios de comunicación son testigos de lo que acontece, pero también provocadores de cambios sociales, y las personas que ejercen el periodismo no son narradoras neutras en el uso de la palabra y las imágenes. Por ello, para provocar el cambio hacia el exterior es importante que, dentro de las propias redacciones, la igualdad sea asumida en el concepto y en la práctica.*

*Las siguientes cuestiones, de carácter general introducen los objetivos y las buenas prácticas que se proponen para su desarrollo en recomendaciones más concretas, en el Decálogo 2011, contra la violencia hacia las mujeres, acuerdo marco de compromiso con los medios de comunicación y periodistas de Extremadura y el Código de Buenas Prácticas para el impulso de una sociedad igualitaria desde los medios de comunicación extremeños 2013-2014, elaborados con el respaldo de las asociaciones de prensa y medios de comunicación regionales y el Instituto de la Mujer de Extremadura.*

El tratamiento informativo para la igualdad de género debe partir de consideraciones generales como la objetividad, la contrastación de los datos, la rectificación de las informaciones erróneas, la diferenciación clara entre información y opinión, el respeto a la presunción de inocencia, la profundización en el análisis..., para aportar visiones veraces, rigurosas, completas, plurales y equilibradas sobre la igualdad.

Así, cuidar el uso de fuentes informativas que sean representativas y fiables y seleccionar lo más posible la difusión de aquellas opiniones que nieguen la existencia de desigualdad o la utilicen de manera sectaria o tendenciosa.

Buscar fuentes autorizadas y conocedoras de los hechos a la hora de elaborar las noticias de igualdad y violencia machista. Priorizar las fuentes policiales y de la investigación. Incluir opiniones de personas expertas y sentencias judiciales.

En el ámbito de la violencia de género, excluir las declaraciones de la vecindad del tipo “era una pareja normal” o “tenían discusiones normales”, ya que responden a rumores y no a información fiable. Además, estos comenta-

rios son contraproducentes para luchar contra este tipo de violencia y la igualdad: “Los antecedentes sobre disensiones o buenas relaciones en el seno de la pareja, por ejemplo, inducen a explicar la violencia como la consecuencia lógica de una situación de deterioro o como un *arrebato ocasional*”.

En relación con la violencia de género es importantísimo aportar testimonios de mujeres que la han sufrido y han logrado superarla. Ellas suponen un ejemplo a seguir para aquellas que aún no se deciden a denunciar.

Equilibrar las bases de datos de los medios de comunicación con la misma presencia de expertas que de expertos. Para ello habrá que incrementar el número de mujeres en las agendas de las redacciones.

Impulsar el uso de guías informativas precisas que fomenten la igualdad.

Aportar en las noticias que se elaboren información útil para orientar a las mujeres sobre servicios y recursos a su alcance, para avanzar en la igualdad de oportunidades en todos los ámbitos y en la erradicación de la violencia de género.

Hacer visible a la mujer, incluyendo la perspectiva de género en las informaciones: teniendo en cuenta las causas que hacen que una cuestión se considere propiamente femenina o masculina, identificando la construcción como cultural o social y desvinculando los estereotipos de lo objetivo de la noticia. Esto requiere cierto cambio en la mentalidad de las redacciones, porque no siempre se es consciente de esta carencia. Otra cuestión importante es no confundir la incorporación de las aristas que incluye la perspectiva de género (siempre que la información lo permita) con presentar una realidad falseada.

Tener muy claro que el valor objetivo y absoluto de la igualdad de género debe prevalecer sistemáticamente sobre el valor subjetivo y coyuntural (e incluso muy cuestionable) de la identidad colectiva, grupal, étnica o cultural. Los derechos reales de “la persona” son superiores a los abstractos y falsos (por inexistentes) derechos de los colectivos.

No sólo hay que definir esas normas (creando un código ético) e implantar mecanismos para supervisarlas. Habría que definir unas normas en la redacción para el tratamiento de la igualdad e implantar mecanismos para supervisar las noticias y corregir los comportamientos erróneos.

Se recomienda, asimismo, realizar un estudio sobre la “práctica real” que realizamos los medios de comunicación en Extremadura.

*Partiendo de estas premisas, la transmisión de una imagen y un tratamiento informativo igualitarios, el fomento de la conciliación, la lucha contra la violencia de género, la formación de profesionales y el reconocimiento del papel de los medios, son los objetivos y las buenas prácticas que estructuran el presente documento de recomendaciones para la igualdad de género.*

### **Objetivos y buenas prácticas para el tratamiento informativo de la igualdad de género en Extremadura**

#### **Objetivos:**

1. *Transmisión de una imagen igualitaria, plural, justa y no estereotipada de las mujeres y de los hombres y tratamiento no sexista del lenguaje.*
2. *Fomento de la corresponsabilidad en las tareas del hogar y el cuidado de personas dependientes y de la conciliación de la vida laboral, familiar y personal, organización igualitaria del trabajo en los medios de comunicación e incremento de mujeres en los órganos de decisión.*
3. *Lucha contra la violencia de género.*
4. *Reconocimiento del papel educador y de transformador social de los medios de comunicación.*
5. *Formación de los medios –incluido el compromiso público y notorio con la igualdad– y de los y las profesionales en la igualdad de género y el tratamiento igualitario de la información.*

## **1. Transmisión de una imagen igualitaria, plural, justa y no estereotipada de las mujeres y de los hombres y tratamiento no sexista del lenguaje.**

Transmisión de una imagen igualitaria, plural y no estereotipada de los hombres y de las mujeres en todos los medios de información y comunicación.

Incidir en un tratamiento igualitario de la imagen de la mujer implica no utilizar esta imagen como reclamo sexista, no idolatrar la imagen de las mujeres por su físico...

Aumento cualitativo y cuantitativo de la visibilidad y audibilidad de las mujeres con una imagen justa.

Tratamiento igualitario del lenguaje, evitando el uso del lenguaje sexista que provoca informaciones machistas, puesto que las palabras son la fuente de nuestras informaciones.

*Se recomienda que los medios de comunicación de la Comunidad Autónoma Extremeña promuevan la transmisión de una imagen igualitaria, plural y no estereotipada de los hombres y de las mujeres. En todo caso, que velen para que la imagen de las mujeres que se transmita a través de estos medios y de la publicidad sea igualitaria, plural, libre de los anacronismos y estereotipos sexistas tradicionales de su subordinación a los hombres y pongan de manifiesto, por el contrario, la pluralidad de funciones y papeles que las mujeres y los hombres ejercen en los diversos ámbitos de la sociedad actual (a estos efectos, se considerará publicidad ilícita aquella que atente contra la dignidad de la persona o vulnere los valores y derechos reconocidos en la Constitución, especialmente, los previstos en sus artículos 18 y 20.4.).*

*Para el logro de la igualdad entre mujeres y hombres es necesario que la representación de hombres y las mujeres sea igualitaria y para ello hay que ampliar la visibilidad de las mujeres, ayudando a conseguir un mayor respeto y su reconocimiento en la sociedad. Los medios de comunicación promoverán la igualdad a través de la difusión de informaciones e imágenes fuera de los roles tradicionalmente asignados en la sociedad, tanto a los hombres como a las mujeres. Se trata de hacer visibles otras realidades de tareas comunes y trabajos compartidos, con el objetivo de que esa otra cotidianidad sea más igualitaria, que se asiente en nuestros pueblos y ciudades y cambie nuestras miradas.*

*Los medios de comunicación tienen una gran responsabilidad en la imagen pública que se ofrece de las mujeres y esto también se observa en el uso adecuado o no del lenguaje, ya que puede ocultarlas, discriminarlas e incluso denigrarlas. Un tratamiento igualitario en el discurso mediático contribuye, no sólo a visibilizarlas, sino a acelerar el avance hacia la igualdad en muchos otros ámbitos. También habría que actuar desde el interior de los propios medios de comunicación. La visión de quien informa es fundamental, por lo que transmite y cómo lo transmite, por lo que sería interesante propiciar un cambio en la cobertura informativa, con el fin de destronar el género según la temática y/o acontecimiento noticiable a cubrir.*

Se trata de que la mujer ocupe en los medios de comunicación el espacio y protagonismo que le corresponden, con el respeto y la dignidad que le otorga el representar más del cincuenta por ciento de la población, asegurando una mayor presencia de las mujeres en los contenidos, como protagonistas y como fuente.

### **Usos y buenas prácticas informativas para la igualdad:**

Evitar en las informaciones los comentarios sobre la apariencia física y adjetivos de género, que sitúan en distintos planos profesionales a los hombres y a las mujeres.

Intensificar noticias sobre mujeres que triunfan y destacar su profesionalización, especialmente en los ámbitos tradicionalmente masculinos: económico, empresarial y financiero.

Intercambiar los hábitos cuando se trate de buscar la opinión de personas expertas. Propiciar que sean voces femeninas las que hablen de las parcelas asignadas a los hombres y que habitualmente están ligadas a temáticas que se consideran fundamentales, por ejemplo la economía. Al mismo tiempo, que sean ellos los que hablen desde el rol de padres o las temáticas socialmente asignadas a las mujeres.

Evitar que el género por sí mismo sea el protagonista de la información y en ocasiones el único. Así, titulares como: “Una mujer preside por primera vez...”, “Una mujer será...”, “La primera mujer en...” deberían ser eliminados para permitir un tratamiento desde la igualdad y la profesionalidad.

Dignificar las profesiones que tradicionalmente han sido desempeñadas por mujeres y aquellas en las que la tasa femenina es muy elevada. Al aludir a ellas en las informaciones, evitar adjetivos y valoraciones despectivas, además de asignar su representación desligada del sexo (¿por qué en tantas ocasiones el doctor es varón y la enfermera mujer?).

No presentar a las mujeres de forma vejatoria o discriminatoria, bien utilizando particular y directamente su cuerpo o partes del mismo, como mero objeto sexual o reclamo publicitario, desvinculado del producto anunciado; o bien, utilizando su imagen asociada a comportamientos que justifiquen o inciten a la violencia contra ellas. Utilizar la fuerza de las imágenes para dar una mayor visibilidad a los hombres en la realización de tareas asignadas y desarrolladas por las mujeres.

Mantener un equilibrio informativo, impulsando noticias de carácter constructivo o positivo, con mensajes que fomenten la igualdad hombre-mujer, que desmitifiquen tópicos y estereotipos.

Poner de relieve las desigualdades y el perjuicio que causan a la sociedad en su conjunto.

Intentar dar más voz a mujeres en situaciones en las que lo importante sea su opinión y no el hecho de ser mujer.

Evitar la identificación de los temas de hombres como asuntos serios y los de mujeres como frívolos. A las mujeres también les interesan los asuntos de peso, no sólo la moda o la información rosa.

Denunciar las declaraciones u opiniones realizadas por cualquier persona que denigren a las mujeres

## **1.8. Normas en el tratamiento informativo. Redacción y lenguaje, imagen, rótulos.**

### **1.8.1. Redacción y lenguaje.**

Evitar el uso sexista del lenguaje o discriminatorio en la redacción de noticias o contenidos que reflejen estereotipos entre mujeres y hombres. Es importante reflexionar sobre qué idea está detrás de las palabras que utilizamos en situaciones que, siendo correctas, en su uso contribuyen a re-

forzar la carga negativa o de infravaloración de las mujeres. Nuestra lengua es lo suficientemente rica y nos ofrece multitud de posibilidades para no discriminar a las mujeres.

Destacar en las informaciones el perjuicio que la desigualdad de género causa a la sociedad. Justificación con datos y a través de ejemplos claros y precisos.

Intentar evitar la utilización por sistema del masculino genérico. Es una fórmula que oculta en muchas ocasiones a la mujer y crea ambigüedad y confusión en los mensajes.

Utilizar fórmulas que sumen a ambos sexos sin exclusión de ninguno de ellos. Por ejemplo, en vez de los padres: las madres y los padres. En vez de los alumnos: el alumnado. En vez de profesores: el profesorado. En vez de las enfermeras y los médicos: el personal sanitario. También sería recomendable alternar el orden de aparición cuando se nombre a los dos sexos: mujeres y hombres, las madres y los padres, las niñas y los niños (no siempre al revés). No obstante, evitar el uso sexista del lenguaje no implica exagerar o forzar esas fórmulas, hasta el punto de producir el efecto contrario al deseado.

Nombrar a las mujeres con su nombre y apellido.

Eliminar los términos mujer(es) o fémina(s) cuando resulten innecesarios.

Utilizar el femenino en cargos y profesiones. Incorporar términos recomendados o no por la RAE en su versión femenina, como puede ser jueza, médica, bombera..., sin incurrir, ridículamente, en errores extremos como decir, por ejemplo, “periodistas y *periodistas*”.

No olvidar que la economía no está reñida con la utilización de un lenguaje igualitario y, sobre todo, que debe prevalecer la claridad informativa.

### **1.8.2. Imagen.**

Los medios de comunicación social transmitirán una imagen igualitaria de mujeres y hombres, utilizando un lenguaje no sexista e imágenes no estereotipadas que potencien la igualdad y una visión positiva de los dos sexos.

Visibilizar a las mujeres a través del lenguaje y de las imágenes en la misma medida que se encuentra representado el hombre, para ello es posible que se haya de incrementar su protagonismo en los medios de comunicación, ampliando, por ejemplo, sus citas textuales o el tamaño de las fotos en las que aparecen como protagonistas de la noticia.

La imagen de hombres y mujeres que transmitan los medios de comunicación debe ser equilibrada en cuanto a trabajos y profesiones, entre ellas las tareas domésticas o el cuidado de menores o dependientes. Deben evitarse los estereotipos sobre el papel de mujeres y hombres e intentar que los medios rompan tópicos: sacar a hombres con delantal en la cocina, o bañando a un niño y a mujeres que trabajan fuera de casa o arreglando un grifo.

### **1.8.3. Rótulos.**

Aplicar a rótulos recomendaciones anteriores sobre redacción e imagen.

Rotular siempre y en todos los casos a los profesionales con el título profesional en femenino, incluso en aquellos casos en que esté más extendido el masculino.

Presentar en las mismas condiciones a mujeres y hombres. Evitar presentar de modo subordinado o dependiente a mujeres u hombres.

Cuando se haga referencia expresa a los dos sexos, alternar el orden de presentación y hacer un uso no sexista del lenguaje con corrección.

En las entrevistas abstenerse de dirigirse a las mujeres por su nombre de pila, tuteándolas independientemente de su cargo o responsabilidad o usar descripciones que incluyan: estado físico, civil y/o situación conyugal y/o familiar, a menos que sea esencial para la noticia. Una buena comprobación es preguntarse si incluirías el mismo tratamiento y la misma información en caso de que fuera hombre.

**2. Fomento de la corresponsabilidad en las tareas del hogar y el cuidado de personas dependientes y de la conciliación de la vida laboral, familiar y personal, organización igualitaria del trabajo en los medios de comunicación e incremento de mujeres en los órganos de decisión.**

*Las mujeres y los hombres en Extremadura tienen el derecho y el deber de compartir las responsabilidades familiares, las tareas domésticas y el cuidado y la atención de las personas en situación de dependencia, y de respetar los derechos derivados del principio de igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres que garantiza la Ley de Igualdad estatal, propiciando la conciliación de la vida laboral, personal y familiar.*

*La organización del trabajo en los medios de comunicación también debe incorporar criterios que propicie la igualdad de oportunidades efectiva en la presencia en ellos de hombres y de mujeres, así como en su acceso a funciones de responsabilidad.*

Fomentar la conciliación de horarios con la vida laboral, familiar y personal de hombres y mujeres, con medidas concretas que favorezcan la corresponsabilidad y el desarrollo pleno de las mujeres.

La imagen de hombres y mujeres que trasmitan los medios de comunicación debe ser equilibrada en cuanto a trabajos, profesiones entre ellas las tareas domésticas o el cuidado de menores o dependientes.

Independientemente de la información que queramos transmitir, la presencia de hombres y mujeres debe ser igualitaria, a pesar de que en el momento de realizar la noticia sea más costoso para el profesional de los medios conseguir el testimonio de uno de los dos sexos por verse representado en ese sector o circunstancia en menor medida. Por ejemplo, hombres opinando sobre la subida de la cesta de la compra o llevando a los niños al médico.

De esta manera estaremos construyendo una imagen igualitaria de la sociedad y normalizando situaciones que hasta ahora resultan anómalas, si miramos a los roles preestablecidos previamente que enmarcan a la mujer en el ámbito privado y sus funciones y al hombre en la parte pública.

Facilitar el acceso a los puestos de responsabilidad de forma igualitaria, fomentando las oportunidades entre hombres y mujeres. De la misma forma

que se pide igualdad en el tratamiento de la información, se pide en la organización igualitaria de la redacción.

Mayor presencia de las mujeres en los espacios informativos, con una puesta en valor de su profesionalidad.

Para evitar la discriminación de las mujeres en el sector de la información y la comunicación y, en especial, en relación con la organización y actividad propia de los medios, éstos deben fomentar que en sus órganos de administración, representación y consulta y en los puestos técnicos, se respete el principio de composición y/o participación equilibrada entre mujeres y hombres.

### **3. Lucha contra la violencia de género.**

*Trabajar por la igualdad es luchar contra la violencia hacia las mujeres. En este sentido, en 2011 ya suscribimos un preciso compromiso contra la violencia de género, plenamente vigente, que ahora renovamos y se volverá a difundir.*

*Como define la ONU y recoge la Ley estatal de medidas integrales contra la violencia de género: “La violencia contra la mujer constituye una manifestación de relaciones de poder históricamente desiguales entre el hombre y la mujer, que han conducido a la dominación de la mujer y a la discriminación en su contra por parte del hombre e impedido el avance pleno de la mujer (...) la violencia contra la mujer es uno de los mecanismos sociales fundamentales por los que se fuerza a la mujer a una situación de subordinación respecto del hombre”.*

*Los medios de comunicación son conscientes de su importante papel para concienciar a la ciudadanía y proporcionar unos valores que acaben con este problema social.*

**Decálogo elaborado en 2011, contra la violencia hacia las mujeres—, acuerdo marco de compromiso con los medios de comunicación y periodistas de Extremadura, con el respaldo de las asociaciones de prensa y el Instituto de la Mujer de Extremadura (<http://www.periodistasmerida.es/proymuj.htm>).**

## *Recomendaciones*

1. Identificar la violencia contra las mujeres como un atentado contra los Derechos Humanos, que viola la libertad, integridad y dignidad de las personas.
2. No presentar las noticias de malos tratos, cualquiera que sea el resultado, como una agresión aislada, sino encuadradas en el fenómeno repudiable de la violencia machista. No vincularlas en ningún caso a cualquier otra información de sucesos.
3. No caer en estereotipos, tópicos y explicaciones que desvirtúen la raíz social del problema: no hay un “perfil típico”, ni del agresor ni de la víctima, y los celos, la separación o los problemas psicológicos-económicos-laborales no pueden presentarse como origen-causa de la agresión contra la mujer.
4. Debe respetarse siempre el derecho a la imagen y la intimidad de la víctima, no facilitando su identificación si no lo desea y no presionando, ni a ella ni a las personas de su entorno, para obtener declaraciones que puedan añadir mayor escarnio a los hechos.
5. Evitar los titulares sensacionalistas y las descripciones morbosas de los hechos, obviando los tópicos, frases hechas, comentarios frívolos y lenguaje habitual en las noticias de sucesos. No recrearse en las imágenes que hacen más patentes el dolor y el sufrimiento de las víctimas y no repetir de forma innecesaria el momento de la agresión.
6. Respetar la presunción de inocencia del agresor y no aventurar conclusiones hasta que no exista sentencia firme. Los antecedentes de malos tratos del presunto agresor, los incumplimientos de medidas o la asistencia recibida por la víctima deben analizarse para contextualizar los hechos y aplicarlos con veracidad.
7. No conformarse sólo con las fuentes informativas policiales, hay que intentar completar estas noticias con fuentes judiciales, responsables gubernamentales, profesionales de apoyo contra los malos tratos, asociaciones de mujeres, etc. y observar sumo rigor y prudencia respecto a los datos y opiniones vertidos por parientes, vecinos o personas anónimas.
8. Facilitar en todas las informaciones el teléfono de ayuda contra los malos tratos (016) y el de urgencias y emergencias (112) y, siempre que el tiempo y el espacio lo permitan, incluir datos complementarios que ayuden a generar conciencia social sobre el problema (incremento de denuncias y órdenes de alejamiento,

casas de acogida disponibles, sentencias favorables...) o que sirvan para denunciar las carencias aún existentes.

9. Los medios de comunicación, como vehículos de transmisión de valores sociales, velarán para ofrecer una imagen equilibrada y no estereotipada de las mujeres y usarán un lenguaje no discriminatorio.
10. Los medios promoverán una mayor presencia de la mujer en sus espacios informativos, bien como fuente o como sujeto de noticias, reportajes, documentales o artículos, acorde a su presencia real en la sociedad extremeña.

#### ***4. Reconocimiento del papel educador y de transformador social de los medios de comunicación.***

*La alfabetización mediática, así como la educación en valores a través de la comunicación, son retos indispensables de las sociedades actuales. Los medios de comunicación son educadores permanentes de la opinión pública y asumen una labor educativa intrínseca en todas sus propuestas de comunicación.*

Promover la adopción de buenas prácticas tendentes a que los medios de comunicación transmitan en sus programaciones el contenido de los valores constitucionales sobre la posición social de las mujeres y los hombres y, en especial, los valores de: igualdad, tolerancia, respeto, rechazo a la violencia y dignidad de las personas, al margen de cánones de belleza y de estereotipos sexistas sobre las funciones que ambos sexos desempeñan en los diferentes ámbitos de la vida y con especial incidencia en los contenidos dirigidos a la población infantil y juvenil.

Acercar a la infancia y a la juventud a la percepción de la igualdad de género a través de los medios de comunicación.

Estar muy alerta y advertir cuando sea preciso sobre las nuevas formas de machismo, que están vinculadas a movimientos juveniles o nuevos estilos de vida joven que abarcan un considerable espectro poblacional. De no frenarse esa tendencia a tiempo se pueden perder muchos de los avances logrados en las últimas cuatro décadas.

Atender a las y los jóvenes, hacerles llegar a través de los medios un mensaje que tienen claro, porque se han educado en esa percepción: no hay diferencias entre hombres y mujeres en la vida real o, por lo menos, no debe haberlas..., en

consecuencia, que tampoco las haya en el tratamiento de las informaciones y que ambos sean protagonistas por igual.

**5. Formación de los medios –compromiso público y notorio con la igualdad– y de los y las profesionales en la igualdad de género y el tratamiento igualitario de la información.**

*La formación en los medios de comunicación en igualdad de género y contra la violencia de género es una necesidad. La sensibilización de periodistas con respecto a la igualdad de género contribuye a realizar contenidos más favorables en el tratamiento de la información. Cada vez son más los/as profesionales que entienden la importancia de este hecho y lo reflejan en sus informaciones. Pero también es conveniente mantener de forma permanente el rotundo compromiso de los medios con la igualdad (por ejemplo, con un slogan o un banner en su web).*

Buscar el compromiso de los directores y las directoras de los medios de comunicación extremeños para realizar acciones de formación en las redacciones. Hacer entender a los directivos de los medios de comunicación la importancia de este contenido para sus medios y lo que se proyecta en la sociedad, para que cedan tiempo de trabajo de sus trabajadoras y trabajadores para esto.

Teniendo en cuenta que no podemos confiar solo en la sensibilidad de quienes trabajan en los medios de comunicación, para que las informaciones tengan implícita la perspectiva de género o sean tratadas de una forma correcta en el caso de las informaciones de casos de maltrato, las charlas y talleres deberían ser obligatorios y en el horario de trabajo en la medida de lo posible.

Llevar a las redacciones la formación. Hacer llegar a las redacciones las herramientas necesarias para producir una información basada en igualdad, con perspectiva de género y cuidada en los casos de violencia de género.

Hacer llegar la concienciación a las redacciones de los medios de comunicación. El objetivo último sería hacer pensar al profesional de la información que se cuestione la necesidad de utilizar la perspectiva de género en todas sus informaciones, de una forma transversal.

Denunciar el tratamiento discriminatorio, las declaraciones u opiniones realizadas por cualquier medio o persona que denigren a las mujeres. Evitar difundirlo si no tiene relevancia informativa.

Hacer llegar la necesidad de generar nuevas agendas de contactos con expertas en distintos campos. Es natural que si nos movemos en una sociedad machista en la que las mujeres solamente están representadas en un 13% en los consejos de administración y no ascienden a las cuotas de poder por el mero hecho de ser mujeres, las agendas de los medios de comunicación estén compuesta por expertos en su mayoría, por tanto, los hombres ocupan la mayor parte de la información porque se acude a ellos para obtener la información. Hacer ver a los y las profesionales la necesidad de generar nuevas agendas de contactos con expertas en distintos campos para hacer los contenidos más igualitarios.