

LGBTQ+

Guía para una narración visual inclusiva

ORIENTACIÓN ÚTIL PARA MEJORAR LA REPRESENTACIÓN

En Getty Images creemos en el poder de las imágenes para cambiar las percepciones e inspirar; en su capacidad para elevar y llevar al frente narrativas diversas que pueden despertar la empatía y construir comunidad.

Getty Images y GLAAD han desarrollado una guía de narrativa visual LGTBQ+ para alentar a los medios y la publicidad a ser más inclusivos y reflexivos en sus selecciones visuales de la comunidad LGTBQ+. La guía incluye insights sobre la importancia de la interseccionalidad en las narrativas LGTBQ+, la relevancia del rol de la identidad de género y la representación transgénero, y también una serie de preguntas que te ayudarán a orientarte para ser más inclusivo en tus elecciones visuales.



GLAAD reescribe el guión para la aceptación LGBTQ. Como fuerza mediática dinámica, GLAAD aborda temas difíciles para dar forma a la narrativa y provocar un diálogo que impulse un cambio cultural. GLAAD protege todo lo que se ha logrado y crea un mundo en donde cada cual pueda vivir la vida que quiera.



Getty Images es una de las fuentes de contenido visual más fiables y estimadas en el mundo, con más de 435 millones archivos, entre los que se incluyen fotos, vídeos y música, disponibles a través de sus sitios líderes www.gettyimages.com y www.istock.com. El sitio web de Getty Images atiende a clientes creativos, de empresas y medios en prácticamente cada país del mundo y es el primer lugar de referencia al que acude la gente para descubrir, comprar y compartir el poderoso contenido visual de los mejores fotógrafos y videógrafos del mundo.

Índice

Esta práctica guía fue creada para ayudar a los especialistas en marketing a seleccionar y crear un contenido visual que promueva una representación auténtica, inclusiva y sin prejuicios de la comunidad LGBTQ+, que sirva para tu marca e impulse la causa de la igualdad LGBTQ+.

Introducción	
<i>Una mayor aceptación exige una mayor representación</i>	4
Sección uno	
<i>Entendiendo a la comunidad LGBTQ+</i>	6
<i>Cuestiones a considerar – Comunidad LGBTQ+</i>	7
Sección dos	
<i>Entendiendo el rol de género</i>	8
<i>Cuestiones a considerar – Más allá de lo binario</i>	9
<i>Cuestiones a considerar – Comunidad trans</i>	11
Sección tres	
<i>La narrativa interseccional en las comunidades LGBTQ+</i>	12
<i>Cuestiones a considerar – Interseccionalidad</i>	13
Glosario de términos	15

Introducción

Una mayor aceptación exige una mayor representación

En los últimos años, los grandes cambios en la aceptación y comprensión respecto a la comunidad LGBTQ+ han hecho que aumente la visibilidad de este colectivo en el marketing y los medios. De alguna manera, parece que las personas LGBTQ+ cuentan con más apoyo que nunca por parte de la opinión pública. Según el estudio sobre la Inclusión LGBTQ en Publicidad y Medios, Perspectivas de Anunciantes y Agencias:



El **75%**

de los encuestados que no pertenecen al colectivo LGBTQ se sienten “muy cómodos” cuando ven a personas LGBTQ en anuncios¹



El **68%**

de los consumidores que no pertenecen al colectivo LGBTQ se sienten mejor al comprar productos de compañías que muestran a personas LGBTQ en los anuncios²

Pero esta sensación optimista puede ser engañosa.

Mientras la comunidad LGBTQ + parece estar ganando más aceptación, las investigaciones muestran que **las personas LGBTQ + siguen estando muy subrepresentadas en los medios**. Un estudio de 2018 del Instituto Geena Davis sobre Género en los Medios destapó que



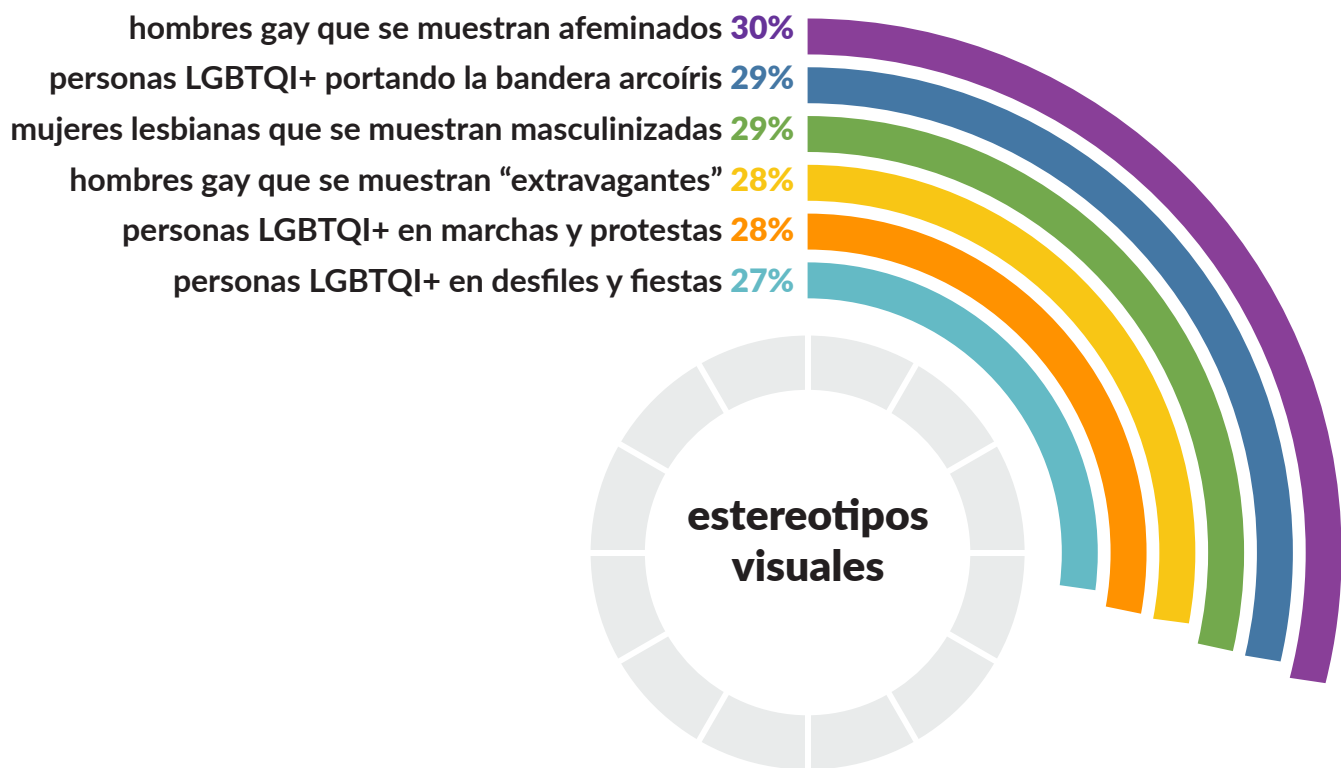
solo el **1,8%** de los personajes en los anuncios del festival anual Cannes Lions eran LGBTQ+.³



Los datos de Getty Images detectaron que, del contenido visual descargado en 2020, menos del **1%** incluyó personas con identidades LGBTQ+.⁴

No es lo bastante real.

A lo citado anteriormente se suma el problema de que las imágenes y los vídeos que se utilizan a menudo se limitan a estereotipos falsos u obsoletos y, con frecuencia, no representan el espectro completo de las personas que componen esta comunidad diversa y dinámica. La reciente investigación Visual GPS de Getty Images puso de relieve que la representación actual de las personas LGBTQ+ sigue siendo estrecha y estereotipada⁵:



Los hombres afeminados, las mujeres masculinas y las banderas arcoíris forman parte de la comunidad LGBTQ+, pero ese tipo de imágenes han sido sobreexplotadas y, por lo tanto, pueden parecer clichés. Es importante incluir un amplio abanico de imágenes junto a esas otras más usadas habitualmente.

Tu oportunidad para conectar.

Esta falta de representación adecuada y auténtica es un desafío, pero también una gran oportunidad para los creativos, los profesionales del marketing y las industrias de publicidad y medios en general. Aumentar la representación de las personas LGBTQ+ te ayuda a demostrar que pones el foco en la inclusión y te permite hacer una declaración pública de tu compromiso, apoyo e interés por esta comunidad durante todo el año.

Sección uno

Entendiendo a la comunidad LGBTQ+

¿Qué significan todas las letras y el +?

Es un largo acrónimo al que se han añadido algunas letras en los últimos años.

¿Quiénes componen la amplia y diversa comunidad LGBTQ+, y qué representan cada una de esas letras y el signo +?

Las siglas **LGBTQ** significan **Lesbiana, Gay, Bisexual, Transgénero y Queer**, mientras que el **+** se agrega para **indicar el reconocimiento de que hay muchos otros términos que las personas pueden usar para describir su orientación sexual e identidad de género**, por ejemplo, pansexual, asexual, no binario, genderqueer, en cuestionamiento y más.

Lesbiana, gay, bisexual y queer se refiere a la orientación sexual; a la atracción romántica que se tiene por alguien.

Más que orientación sexual.

Transgénero se refiere a la identidad de género (¿Eres un hombre, una mujer o una persona no binaria? ¿Se alinea esa identidad de género con el sexo que te asignaron en el nacimiento?). Es importante señalar que la orientación sexual es diferente de la identidad de género, y debe tratarse de esa manera.

QUESTIONS

a considerar

Comunidad LGBTQ+

Pregúntate

- *¿Estás utilizando personas LGBTQ+ frente a actores o modelos para representar a la comunidad LGBTQ+ en tu contenido visual?*
- *¿En qué escenarios aparecen más frecuentemente las personas LGBTQ+? ¿Estás mostrando a las personas LGBTQ+ en el trabajo? ¿En casa? ¿En la escuela? ¿Viajando? ¿En lugares de culto?*
- *¿Solo muestras a las personas LGBTQ+ en historias románticas o como padres? ¿Qué pasa con las personas LGBTQ+ sin pareja que viven sus vidas plenamente?*
- *¿Estás mostrando a personas LGBTQ+ viviendo vidas plenas, positivas y compartiendo experiencias tanto dentro de sus comunidades como fuera? ¿Con sus grupos de amigos de todas las identidades? ¿Con una variedad de estructuras familiares (por ejemplo, con o sin niños, en entornos multigeneracionales, etc.)? ¿Con colegas de trabajo?*

La representación importa. En los países en los que las personas LGBTQ+ son más representadas en el contenido visual, las personas LGBTQ+ señalan que tienen menos experiencias relacionadas con los prejuicios.⁶

Sección dos

Entendiendo el rol del género

Más allá de lo binario.

Mucha gente confunde y mezcla el sexo biológico, la identidad de género y la expresión de género. Para entender el concepto multicapa del género, ayuda ver los tres factores por separado.

Sexo biológico: *Es el cuerpo físico creado por cromosomas, genes y hormonas; básicamente, lo que el médico escribe en el certificado de nacimiento.*

Identidad de género: *Percepción y sentimiento interno por el que uno identifica su género; generalmente masculino, femenino o no binario*

Expresión de género: *Señales externas que utilizamos para comunicar el género (nombre, pronombres, longitud de cabello, ropa, etc.)*

Algunas personas tienen una expresión de género que se mueve de forma fluida entre las ideas tradicionales de masculinidad y feminidad. Los hombres pueden querer vestirse de maneras que son tradicionalmente más femeninas, mientras que las mujeres pueden querer vestirse de maneras más masculinas. Tener una expresión de género fluido es una opción para todos, no solo para las personas trans o no binarias.

No todas las personas trans tienen disforia sexual. Algunas mujeres trans son bastante femeninas, y algunos hombres trans son convencionalmente masculinos. Las personas con identidad de género no binario pueden tener una expresión de género andrógina. ¡O no! Se trata de algo único para cada persona.



El **84%** está de acuerdo en que 'la gente debería ser libre de expresar su género a través de la ropa, corte de pelo o gestualidad'⁷



El **78%** está de acuerdo en que la 'sociedad no debería tratar de imponer la conformidad con los roles tradicionales de género'⁸

QUESTIONS a considerar

Más allá de lo binario

- *¿Estás mostrando a personas que pueden no encajar nítidamente en una definición binaria de género? (por ejemplo, personas no binarias, agénero, de género fluido, genderqueer o con inconformidad de género)*
- *¿Has considerado si tus imágenes podrían estar reforzando los estereotipos de género? (por ejemplo, roles de género, ciertos tipos de ropa, ciertas elecciones de colores, etc.)*
- *¿Estás representando un rango diverso de expresiones de género en términos de ropa, peinados, estética, etc.?*
- *¿Has considerado los escenarios y situaciones en los que muestras a personas que no se ajustan a la conformidad de género? ¿Aparecen dentro de una comunidad o participando en actividades cotidianas (trabajo, escuela, etc.)?*
- *¿Estás incluyendo a personas con inconformidad de género que tengan diferentes orientaciones sexuales?*
- *¿Las personas con inconformidad de género de tus imágenes representan una diversidad de edades, razas y otras intersecciones de identidad?*

El género es algo muy personal de la identidad de cada uno. Puede diferir sustancialmente entre culturas y grupos socioeconómicos, y es un aspecto en evolución muy importante para la comunidad LGBTQ+ que merece una representación visual adecuada.

Entendiendo el rol del género

Representación de personas trans.

Para las personas transgénero, su identidad de género difiere del sexo que les fue asignado al nacer.

Representar visualmente a la comunidad transgénero es muy importante para hacer avanzar nuestra comprensión colectiva del género. Las personas transgénero han estado presentes en las culturas y sociedades a lo largo de la historia, aunque utilizaron diferentes palabras para describir sus experiencias.

Los hallazgos de la investigación Visual GPS de Getty Images señalan que las personas transgénero son las menos representadas en las imágenes que se ven en los medios; además, cuando son incluidas, mayoritariamente se las retrata como al margen de la comunidad.⁴ Los mismos hallazgos mostraron que las imágenes con personas transgénero son menos propensas a mostrarlas divirtiéndose o experimentando alegría, en escenarios cotidianos típicos, como parte de una familia, en un entorno laboral o en una posición de poder. Corregir esta exclusión con imágenes auténticas y dinámicas puede ayudar de manera notable a cambiar las percepciones.

Narrativa interseccional en las comunidades LGBTQ+

Durante el año pasado
las búsquedas en Getty Images
con el término 'trans' subieron un



A pesar del aumento del aumento
de la sensibilización, **las personas**
transgénero aparecen en



del contenido descargado
de Getty Images.¹⁰

QUESTIONS a considerar

Comunidad trans

- *¿Estás representando a miembros de la comunidad trans en tu contenido?*
- *¿Cómo se muestra a las personas trans en tu contenido? ¿Son presentados dentro de una comunidad con amigos, familia y/o parejas sentimentales? ¿Participan en actividades de la vida cotidiana, en el trabajo, la escuela, etc.?*
- *¿Pones el foco en aspectos de las personas transgénero que van más allá del hecho de que sean trans? ¿Estás destacando sus personalidades? ¿Muestras sus hobbies e intereses?*
- *¿Incluyes a personas transgénero con diferentes orientaciones sexuales? ¿Heterosexuales? ¿Gais? ¿Lesbianas? ¿Bisexuales? ¿Pansexuales? ¿Queers?*
- *¿Las personas transgénero que muestras representan una diversidad de edades, razas y otras intersecciones de identidad?*

Sección tres

La imagen dominante de las personas LGBTQ+ en el marketing y los medios sigue siendo la de gente joven, blanca, acomodada y de sexo masculino. Esto omite las experiencias de otras personas LGBTQ + y crea prejuicios dentro de la comunidad.

Definiendo la interseccionalidad

La profesora y abogada Kimberlé Crenshaw acuñó el término interseccionalidad hace más de 30 años para reconocer la forma en la que nuestras categorizaciones sociales crean sistemas superpuestos e interdependientes de discriminación o desventaja.

Echemos un vistazo a algunos ejemplos para ver cómo funciona:

Una mujer queer de color con una discapacidad puede ser marginada o discriminada por motivos de género, orientación sexual y capacidad, todo a la vez.

Un hombre transgénero con un cuerpo grande, puede experimentar algunos privilegios por ser hombre (aunque ese privilegio está condicionado a que no se sepa que es trans), pero al mismo tiempo puede ser marginado o discriminado por ser transgénero y por tener un tipo de cuerpo más grande.

Interseccionalidad y discriminación

Según una investigación realizada por NPR, las personas de color LGBTQ+ experimentan índices de discriminación aún más altos que sus homólogos blancos, particularmente cuando se trata de optar a puestos de trabajo o interactuar con la policía.¹¹

Además, las personas con discapacidad, y las personas más mayores en particular, se encuentran excluidas de la representación visual LGBTQ+ y, a su vez, se enfrentan a mayores prejuicios tanto fuera como dentro de la comunidad LGBTQ+.



1 de cada 3 personas que experimentan discriminación debido a su discapacidad también experimentan discriminación por motivos de raza u origen étnico.¹²



1 de cada 2 personas que experimentan discriminación debido a su discapacidad también experimentan discriminación por motivos de edad.¹³

QUESTIONS a considerar

Interseccionalidad

- *¿Estás mostrando a personas LGBTQ+ de varias razas y orígenes étnicos?*
- *Cuando presentas a parejas LGBTQ+ en tus imágenes, ¿tienes en cuenta la raza y origen étnico de la pareja (¿son predominantemente de la misma raza, son una pareja interracial, etc.?)*
- *¿Estás cayendo en el “tokenismo” y solo haciendo un esfuerzo simbólico para representar la raza/etnia o estás contando historias sólidas y auténticas de personas negras, indígenas o personas de color que también son LGBTQ+?*
- *¿Y qué pasa con las personas LGBTQ+ mayores de 40? ¿Y de 50? ¿Y con los que superan los 60? ¿Las personas LGBTQ+ más mayores se muestran de manera positiva?*
- *Las personas LGBTQ+ tienen todo tipo de tallas. ¿Estás seleccionando imágenes que las muestren con todo tipo de complexiones y viviendo vidas plenas y activas?*
- *Algunas personas LGBTQ+ tienen discapacidades. ¿Muestras a personas LGBTQ+ con discapacidades en el trabajo? ¿Divirtiéndose? ¿Viviendo todo tipo de experiencias?*

Las identidades LGBTQ+ se superponen o se cruzan con cualquier otro grupo posible en un número infinito de formas. Para representar a la comunidad LGBTQ+ de manera auténtica, esto se debe reflejar en las imágenes que escojas para incluir en anuncios y marketing.

Las personas LGBTQ+ merecen una representación auténtica.

El poder de las imágenes inclusivas reside, en gran medida, en su capacidad para retratar a la comunidad LGBTQ+ como un colectivo dinámico y diverso, y al mismo tiempo totalmente identificable. Cuanto más auténtica se perciba una imagen, mayor será su capacidad de resonar y promover concienciación, aceptación y comprensión. La autenticidad es clave para construir confianza y credibilidad, y es fundamental para representar a todas las personas LGBTQ+ con humanidad y dignidad.

Glosario de términos

Esta selección de términos clave está diseñada para ayudarte a entender mejor algunas de las palabras más comunes utilizadas cuando se habla de orientación sexual y género. Los términos se han dividido en dos secciones, Orientación sexual e Identidad de género, para ayudar a aclarar ideas en torno a estas dos áreas complejas y en evolución.

Entender el lenguaje de la comunidad es el primer paso para conectar de manera auténtica con las personas diversas que integran el colectivo.

LGBTQ+: Acrónimo de lesbianas, gais, bisexuales, transgénero y queer o en proceso de averiguarlo. La L, G, B y Q son utilizadas para describir la orientación sexual de una persona, mientras que la T se refiere a la identidad de género.

Orientación sexual

Orientación sexual: Una atracción emocional, romántica o sexual duradera inherente o inmutable hacia otras personas. La identidad de género y la orientación sexual no son lo mismo.

Gay: Una persona que se siente atraída por otras de su mismo género de manera emocional, romántica o sexual.

Lesbiana: Una mujer que se siente atraída por otras mujeres de manera emocional, romántica o sexual.

Bisexual: Una persona que tiene la capacidad de sentir atracción física, romántica y/o emocional duradera hacia individuos del mismo género o de otro género. Las personas pueden experimentar esta atracción de diferentes maneras y grados a lo largo de sus vidas.

Queer: Adjetivo usado por algunas personas, particularmente las más jóvenes, cuya orientación sexual no es exclusivamente heterosexual (por ejemplo, persona queer, mujer queer). Generalmente, para aquellos que se definen como queer, los términos lesbiana, gay y bisexual son percibidos como demasiado limitantes y/o cargados de connotaciones culturales que sienten ajenas a ellos. Algunas personas pueden utilizar queer, o más frecuentemente genderqueer, para describir su identidad de género y/o expresión de género (ver abajo género no binario y/o genderqueer). Considerado en su día como un término peyorativo, la palabra queer ha sido reivindicada por algunas personas LGBT para describirse a sí mismas; sin embargo, no es un término aceptado universalmente, incluso dentro de la comunidad LGBT. Cuando se ve una Q al final de LGBT, generalmente significa queer y, con menos frecuencia, questioning (en cuestionamiento o proceso de averiguar).

Pansexual: Describe a alguien que tiene el potencial de sentir una atracción emocional, romántica o sexual por gente de cualquier género, aunque no necesariamente de forma simultánea, de la misma manera o en el mismo grado.

Salir del armario: Un proceso de autoaceptación permanente. Las personas se forjan una identidad LGBTQ primero ante sí mismas y luego la pueden revelar a otras. Compartir públicamente la identidad de uno puede ser parte o no de salir del armario.

Out/Hacerlo público: Una persona que se identifica como LGBTQ en su vida personal, publica y/o profesional. Por ejemplo: *Ricky Martin es una estrella pop gay de Puerto Rico.* Preferido a *abiertamente gay*.

Identidad de género

Identidad de género: Sentimiento interno por el que uno se identifica como hombre o mujer. Para algunas personas, su identidad de género no encaja en una de esas dos opciones (ver no binario abajo). A diferencia de la expresión de género, la identidad de género no es visible para los demás. La identidad de género de una persona puede ser la misma o diferente al sexo asignado al nacer.

Expresión de género: Manifestaciones externas de género, expresadas a través del nombre, pronombres, ropa, corte de pelo, comportamiento, voz y/o características corporales de una persona. La sociedad identifica estas señales como masculinas o femeninas, aunque lo que se considera masculino o femenino cambie con el tiempo y varíe según la cultura. Algunas personas se ajustan a estos roles socialmente definidos de lo masculino y femenino, mientras que otras no. Transgredir los roles de expresión de género no convierte a alguien en transgénero.

Transgénero: Es un término general para las personas cuya identidad de género difiere del sexo que se les asignó al nacer. Las mujeres trans son mujeres, los hombres trans son hombres, y las personas no binarias tienen una identidad de género diferente a esas dos opciones. Las personas transgénero pueden tener cualquier tipo de expresión de género. Y como la identidad de género es diferente a la orientación sexual, las personas trans pueden tener cualquier orientación sexual: heterosexual, gay, lesbiana, bisexual, etc.

No binario: Es un término que describe a una persona que no se identifica exclusivamente como un hombre o una mujer. Las personas no binarias pueden identificarse como hombre y mujer, sentirse en un punto intermedio o estar completamente fuera de estas categorías. Aunque muchas también se identifican como transgénero, no todas las personas no binarias lo hacen. Otros términos que puedes oír bajo el paraguas de lo no binario son: genderqueer, género fluido, agénero, bigénero.

Inconformidad de género: Un término utilizado para describir a las personas cuya expresión de género es diferente de las expectativas convencionales de masculinidad y feminidad. Ten en cuenta que no todas las personas con inconformidad de género son transgénero, ni todas las personas transgénero son inconformes de género.

Transición: El proceso por el cual algunas personas buscan alinear más estrechamente su identidad de género con su apariencia exterior. Algunas personas hacen la transición social cambiando la manera en la que visten y/o utilizando un nuevo nombre y pronombres. Otras pueden modificar sus cuerpos con terapias de reemplazo hormonal y/o cirugías.

Cisgénero: Un término utilizado para describir a una persona que no es transgénero. Es un sinónimo para una persona que no es transgénero. La identidad de género de una persona cisgénero se alinea con el sexo asignado al nacer.

Pronombres: Pronombres como él y ella son de género, y cuando los utilizamos para describir a alguien, los enmarcamos en el contexto de género. Los hombres trans generalmente utilizan el pronombre él y las mujeres trans el pronombre ella. Las personas no binarias suelen usar la forma elle, como manera de afirmar que su género no es masculino o femenino. Atención: En algunos lenguajes, los nombres y verbos también pueden tener género. En países con lenguajes con marcada distinción de género, las personas no binarias están trabajando para identificar nuevas formas para referirse a una persona no binaria.

Recursos adicionales

Guía de referencia para medios de GLAAD—Transgénero

Guía de estilo Transgénero que incluye términos para conocer y directrices para el uso adecuado de nombres y pronombres. <https://www.glaad.org/reference/transgender>

Preguntas frecuentes sobre transgénero

Conoce más sobre las personas trans y las cuestiones importantes para ellas. <https://www.glaad.org/transgender/transfaq>

Tips para aliados de personas trans

Conoce más sobre cómo ser un aliado de personas trans. <https://www.glaad.org/transgender/allies>

Únete a la conversación.

gettyimages®



Contacta con paige.mccrensky@gettyimages.com,
mary.cirinocione@gettyimages.com y tristen.norman@gettyimages.com,
síguenos en LinkedIn,
Instagram, Twitter, and FaceBook.

Información de contacto: press@glaad.org

Autores colaboradores de GLAAD: Alex Schmider, DaShawn Usher, Jeremy Blacklow, Megan Townsend, Monica Trasandes
Nick Adams, Raina Deerwater, Ross Murray

Notas a pie de página

1. GLAAD y P&G, "The Visibility Project," 2021
2. GLAAD y P&G, "The Visibility Project," 2021
3. Instituto Geena Davis sobre Género en los Medios, "Bias & Inclusion in Advertising: An Analysis of 2019 Cannes Lions Work," 2020
4. Getty Images, Top 1 millón de descargas, 2020
5. Getty Images, Visual GPS, primavera 2021
6. Getty Images, Visual GPS, primavera 2021
7. Getty Images, Visual GPS, primavera 2021
8. Getty Images, Visual GPS, primavera 2021
9. Getty Images, Top 1 millón de búsquedas interanuales, 2020 vs 2019
10. Getty Images, Top 1 millón de descargas, 2020
11. NPR, "For LGBTQ+ People of Color, Discrimination Compounds," Noviembre de 2017
(<https://www.npr.org/2017/11/25/564887796/for-lgbtq-people-of-color-discrimination-compounds>)
12. Getty Images, Visual GPS, verano 2020
13. Getty Images, Visual GPS, verano 2020

