

A Partes

I  
g  
u  
a  
l  
e



Cosa de dos

Cuaderno del alumno  
Educación Secundaria y Bachillerato



## **PRIMERA SESIÓN** ..... **pág. 1**

- 1. ROMPE CON LOS MITOS, DESCONTAMINA TU MENTE
- 2. VIAJE AL FONDO DE LA PUBLICIDAD

## **SEGUNDA SESIÓN** ..... **pág. 5**

- REPARTO RESPONSABLE DE LAS TAREAS DEL HOGAR

## **TERCERA SESIÓN** ..... **pág. 7**

- LA VIOLENCIA DE GÉNERO, UN PROBLEMA DE TODOS



## 1. ROMPE CON LOS MITOS, DESCONTAMINA TU MENTE

### ¿SABES LO QUE ES UN ESTEREOTIPO DE GÉNERO?

Los roles, los hábitos o los rasgos físicos y psíquicos que las culturas determinan como apropiados para cada condición sexual reciben el nombre de estereotipos de género, y no siempre coinciden de una sociedad a otra.

Por ejemplo, se dice que las mujeres son más sensibles, tienen más gusto estético o son más sensuales y los hombres más valientes, rebeldes o competitivos.

Hay que tener cuidado con estas ideas porque simplifican la realidad y dificultan la consecución de la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres. Por ejemplo, no existe ninguna diferencia biológica que justifique el que el hombre no deba planchar, lavar los platos, hacer la comida o cambiar los pañales de su hijo o hija. Tampoco existe justificación alguna para que una mujer acceda a cualquier carrera, a dirigir una empresa, conducir un coche o practicar deportes. Los estereotipos llegan a condicionar las costumbres, las leyes y hasta las modas. Así, por ejemplo, unos pantalones eran considerados como una prenda masculina al igual que el pelo largo se asociaba con lo femenino.

Debemos aspirar a conseguir la igualdad total entre hombres y mujeres, alejándonos de los roles diferenciados por sexos. Un hombre o una mujer que se libera de estos estereotipos, es un ser humano más completo y más libre.

## ACTIVIDADES:

**1** Marca con una X indicando cuáles de las siguientes características o atributos consideras masculinos y cuáles femeninos.

	Masculino	Femenino
Decisión		
Fidelidad		
Productividad		
Inseguridad		
Practicidad		
Violencia		
Iniciativa		
Sensibilidad		
Ternura		

	Masculino	Femenino
Racionalidad		
Inteligencia		
Liderazgo		
Belleza		
Orden		
Libertad		
Virtud		
Autoridad		
Valentía		

Contesta a las siguientes preguntas:

¿Qué características se han señalado como masculinas y cuáles como femeninas? ¿Cuál es la razón?

---

---

---

¿Consideras que algunas de las características pueden corresponder en ambos géneros? ¿Por qué?

---

---

---

¿Qué estereotipos se observan?

---

---

---

¿Notas costumbres y hábitos en tu instituto en las que se encuentran detrás estereotipos sexistas?

---

---

---

## VIAJE AL FONDO DE LA PUBLICIDAD

La publicidad es desde hace tiempo un vehículo claro de estereotipos sexuales. Actualmente, continúan apareciendo anuncios que muestran claramente este tipo de situaciones (utilización del cuerpo femenino o masculino como reclamo de un producto, tareas domésticas asociadas a la mujer, entre otros).

El "sexismo" es definido, en la acepción que nos interesa, como "discriminación de personas de un sexo por considerarlo inferior al otro sexo". Se denomina publicidad sexista cuando esta difunde un mensaje o una imagen que degrada a la persona por razón de su sexo y cuando se presentan estereotipos que refuerzan roles tradicionales que tienen como resultado la disminución o subordinación de un sexo frente al otro.

### ACTIVIDADES.

#### 1 Observa los siguientes anuncios y lee la noticia.



### FACUA DENUNCIA A CASH CONVERTERS POR PUBLICIDAD SEXISTA

Los establecimientos de artículos de segunda mano utilizan el reclamo "Aunque la Selección no tenga la mejor delantera, tú podrás ganar", en alusión al tamaño de los pechos de una aficionada que anima al equipo de fútbol español.

La Federación de Consumidores en Acción (FACUA) ha denunciado a la cadena de establecimientos de artículos de segunda mano Cash Converters por una campaña publicitaria discriminatoria para las mujeres. En el anuncio aparece el reclamo "aunque la Selección no tenga la mejor delantera, tú podrás ganar", en alusión al tamaño de los pechos de una aficionada que anima al equipo de fútbol español.

La publicidad de Cash Converters hace un lamentable guiño a otra campaña, también denunciada por FACUA, difundida por la cadena de tiendas de electrodomésticos Media Markt en torno al Mundial de Fútbol. En ella se señalan los pechos de dos mujeres con el reclamo "verás las mejores delanteras del mundo".

## CONTESTA A LAS SIGUIENTES PREGUNTAS:

¿Qué opinas de estos anuncios? ¿Son sexistas estos anuncios? ¿Por qué?

---

---

¿Qué imagen nos ofrecen de la mujer?

---

---

**2** Vamos a desarrollar nuestra capacidad crítica ante los mensajes de los medios de comunicación y la publicidad. Analiza el contenido de los siguientes anuncios publicitarios y observa los valores que transmiten, constatando la presencia de estereotipos sexistas, para ello, elige una de las opciones.



1. El cuerpo queda representado como objeto añadido a las cualidades del producto.
2. Muestra a la chica en posición de inferioridad y sometida a prácticas violentas.
3. Establece el canon de belleza para lograr el éxito.
4. Presenta el cuerpo como algo imperfecto que hay que corregir.



1. Establece el canon de belleza para lograr el éxito.
2. La mujer queda situada en roles tradicionales (limpieza, cuidados, alimentación familiar).
3. Muestra a la chica en posición de inferioridad y sometida a prácticas violentas.
4. La mujer es presentada en posiciones de dependencia.



1. El cuerpo, queda representado como objeto añadido a las cualidades del producto.
2. Establece el canon de belleza para lograr el éxito.
3. Controla, varía y moldea el cuerpo a través del producto.
4. Presenta el cuerpo como algo imperfecto que hay que corregir.



1. Establece el canon de belleza para lograr el éxito.
2. La mujer queda situada en roles tradicionales (limpieza, cuidados, alimentación familiar).
3. Muestra como natural la sumisión de la mujer/hombre hacia las voluntades del otro sexo.
4. La mujer/hombre es presentada en posiciones de inferioridad y dependencia.

**3** Una vez vistos y analizados, vamos a tratar de variar estos anuncios, tratando de lograr una imagen que elimine esos estereotipos.

**¿Qué es Publicidad Equitativa?:**

*Propone roles para hombres y mujeres que rompan con los modelos conservadores y tradicionales de la división de las tareas y responsabilidades en la vida privada y pública.*

*Ayuda a construir relaciones de igualdad y respeto entre mujeres y hombres.*

*Difunde modelos de mujeres y hombres que NO se sustentan en relaciones de poder y marginación/subordinación.*

*Expresa los avances de las mujeres en los distintos espacios de la sociedad*

Vamos a realizar en grupos un anuncio en el que vamos a plasmar una imagen diferente, situando en una situación de igualdad de oportunidades tanto a hombres como a mujeres.

Te damos algunas opciones para la campaña:

- sobre igualdad en el trabajo,
- sobre el reparto equitativo de las tareas domésticas,
- o sobre juguetes.