

TALLERES EDUCATIVOS SOBRE LA IMAGEN DE LA MUJER EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Foro Andaluz de la Comunicación

Córdoba, 11 de junio de 2013

Ana Ruiz Luna

anamariaruizluna@gmail.com

Talleres educativos mujer y medios de comunicación-Foro Andaluz de la Comunicación. (11 de junio de 2013)

IV CONFERENCIA MUNDIAL DE BEIYIN (1995)

- “Los medios impresos y electrónicos de la mayoría de los países **no ofrecen una imagen equilibrada de los diversos estilos de vida de las mujeres** y de su aportación a la sociedad en un mundo en evolución”.
- “Alentar a los medios de difusión a que **se abstengan de presentar a la mujer como un ser inferior y de explotarla como objeto sexual** y bien de consumo, en lugar de presentarla como un ser humano creativo, agente principal, contribuyente y beneficiaria del proceso de desarrollo”

Talleres educativos mujer y medios de comunicación-Foro Andaluz de la Comunicación. (11 de junio de 2013)

RESOLUCIÓN DEL CONSEJO DE LA UNIÓN EUROPEA, DE 5 DE OCTUBRE DE 1995, SOBRE EL TRATAMIENTO DE LA IMAGEN DE LAS MUJERES Y DE LOS HOMBRES EN LA PUBLICIDAD Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN (95/C 296/06)

- “Los **estereotipos ligados al sexo** en la publicidad y en los medios de comunicación son uno de los factores de las **desigualdades** que influyen en las actitudes con respecto a la igualdad entre mujeres y hombres”
- “La **publicidad y los medios de comunicación** pueden aportar una contribución importante al **cambio de actitudes en la sociedad** reflejando la diversidad de funciones y **potencialidades de las mujeres** y de los hombres, su participación en todos los aspectos de la vida social, así como el reparto más equilibrado de las responsabilidades familiares, profesionales y sociales entre mujeres y hombres”

Talleres educativos mujer y medios de comunicación-Foro Andaluz de la Comunicación. (11 de junio de 2013)

OBJETIVOS

- Analizar los modelos femeninos que muestran los medios.
- Reconocer los roles y estereotipos de género como fuente de desigualdad, marginación y violencia.
- Fomentar una ciudadanía crítica, activa y participativa ante la imagen femenina reflejada en los medios.
- Potenciar la coeducación en materia de medios.
- Visibilizar/evidenciar la ausencia de protagonistas y fuentes femeninas en contenidos informativos o de ficción.

Talleres educativos mujer y medios de comunicación-Foro Andaluz de la Comunicación. (11 de junio de 2013)

DESTINATARIOS

- **Asociaciones de madres y padres (AMPAS).**
- Alumnado de Primaria.
- Alumnado de Secundaria.
- Profesorado.

Talleres educativos mujer y medios de comunicación-Foro Andaluz de la Comunicación. (11 de junio de 2013)

¿PARA QUÉ UNA EDUCACIÓN MEDIÁTICA?

- Educación transformadora y expandida.
- Participación creativa de las audiencias.
- Análisis crítico de la realidad.
- Ciudadanía global con autonomía para informarse.
- Interlocución crítica con los medios.
- Participación social y política del tejido social y la ciudadanía.
- Interpretar, para después poder deconstruir, representaciones femeninas y masculinas obsoletas, y relaciones de poder entre géneros discriminatorias.

Talleres educativos mujer y medios de comunicación-Foro Andaluz de la Comunicación. (11 de junio de 2013)

SOCIALIZACIÓN DIFERENCIADA

TRANSMISIÓN DE VALORES TRADICIONALES , ESTEREOTIPOS Y ROLES DE GÉNERO

- **Madres, padres y educador@s:** *expectativas y trato diferencial si es un niño o una niña. Tipo relación de los progenitores.*
- **Iguales.**
- **Medios de comunicación:** van transmitiendo información de los papeles propios de cada sexo que los niños y niñas asimilarán de forma inconsciente. Naturalización de comportamientos y actitudes, sobre todo si los mensajes coinciden con lo que observan en su entorno familiar o social.

Talleres educativos mujer y medios de comunicación-Foro Andaluz de la Comunicación. (11 de junio de 2013)

NORMATIVA

- ***Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres.*** Título III. Igualdad y medios de comunicación. Art.36-41.
- ***Ley 12/2007, de 26 de noviembre, para la promoción de la igualdad de género en Andalucía.*** Capítulo VII. Imagen y medios de comunicación. Art. 57-58.
- ***Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la violencia de género.*** Capítulo II. En el ámbito de la publicidad y de los medios de comunicación. Art. 10, 13-14.

Talleres educativos mujer y medios de comunicación-Foro Andaluz de la Comunicación. (11 de junio de 2013)

NORMATIVA

- ***Ley 13/2007, de 26 de noviembre, de medidas de prevención y protección integral contra la violencia de género.*** Capítulo III. Medidas en el ámbito educativo. Art. 11-12. Capítulo IV. Medidas en el ámbito de la publicidad y de los medios de comunicación. Art. 17-19.
- ***I Plan Estratégico para la igualdad en Andalucía (2010-2013).*** Línea de actuación 8. Imagen y medios de comunicación.
- ***Ley andaluza de educación. Ley 17/2007, de 10 de diciembre de Educación de Andalucía.*** Art. 39. Educación en valores. Sección 4ª. Medios de comunicación social. Art. 184. Contribución al proceso educativo.

Talleres educativos mujer y medios de comunicación-Foro Andaluz de la Comunicación. (11 de junio de 2013)

COEDUCACIÓN Y ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA

- **Los medios y la publicidad** contribuyen a **perpetuar estereotipos y roles de género** desiguales y discriminatorios donde las mujeres suelen ser las protagonistas de la **esfera privada**, la de la familia y los cuidados, mientras que los hombres se ubican en la **vida pública**, la del trabajo, la política, la economía, el prestigio social.
- A veces estos mensajes se muestran de forma sutil, por lo que es necesaria una **educación mediática** que permita desenmascarar estas imágenes distorsionadas de la mujer actual.

Talleres educativos mujer y medios de comunicación-Foro Andaluz de la Comunicación. (11 de junio de 2013)

CONTENIDOS PROPUESTOS

- 1. Aprendizaje de estereotipos y roles a través de una socialización diferenciada y desigualdades de género.**
 - Trabajo productivo y trabajo reproductivo. División sexual del trabajo. Corresponsabilidad y conciliación.
 - El mito del amor romántico.
 - La violencia contra la mujer.
- 2. Los medios de comunicación como agentes socializadores. Androcentrismo y sexismo en cine, televisión, publicidad y prensa.**

Talleres educativos mujer y medios de comunicación-Foro Andaluz de la Comunicación. (11 de junio de 2013)

CONTENIDOS PROPUESTOS

- La mujer como objeto de consumo. Cánones de belleza que atentan contra la salud.
- Mensajes audiovisuales que perpetúan los estereotipos y roles tradicionales. Juguetes sexistas.
- El tratamiento de la violencia de género.
- Invisibilización de la mujer a través del uso sexista del lenguaje.

Talleres educativos mujer y medios de comunicación-Foro Andaluz de la Comunicación. (11 de junio de 2013)

INDICADORES DE ANÁLISIS

- Estereotipia de género y roles sociales.
- Indicadores básicos de un análisis audiovisual (guión, planificación, sonido, montaje,...) y del discurso impreso (orden de la noticia, imagen, lenguaje,...) desde la perspectiva de género.
- Modelos de violencia en los discursos audiovisuales y en la publicidad.
- Mujer como sujeto agente o paciente en los diferentes formatos.
- Roles sociales, laborales y familiares desempeñados por mujeres y hombres en los mensajes objeto de análisis.
- Roles de pareja y relaciones de poder asumidos por hombres y mujeres en los discursos mediáticos.

Talleres educativos mujer y medios de comunicación-Foro Andaluz de la Comunicación. (11 de junio de 2013)

MATERIAL PROPUESTO PARA SU ANÁLISIS

Fragmentos de **películas, series de ficción, informativos y programas de entretenimiento**, así como publicidad en **televisión** y medios impresos.

Ejemplos: desodorante Axe (spot); “Crepúsculo” (cine); “Sin tetas no hay paraíso” (serie de ficción); “Mujeres, hombres y viceversa” (programa de entretenimiento en televisión); noticias de prensa y televisión (presencia de mujeres como sujeto “agente” o “paciente”, orden de aparición,...), publicidad de juguetes sexistas; anuncios de contactos,...

Talleres educativos mujer y medios de comunicación-Foro Andaluz de la Comunicación. (11 de junio de 2013)



Talleres educativos mujer y medios de comunicación-Foro Andaluz de la Comunicación. (11 de junio de 2013)

VALORES TRANSMITIDOS

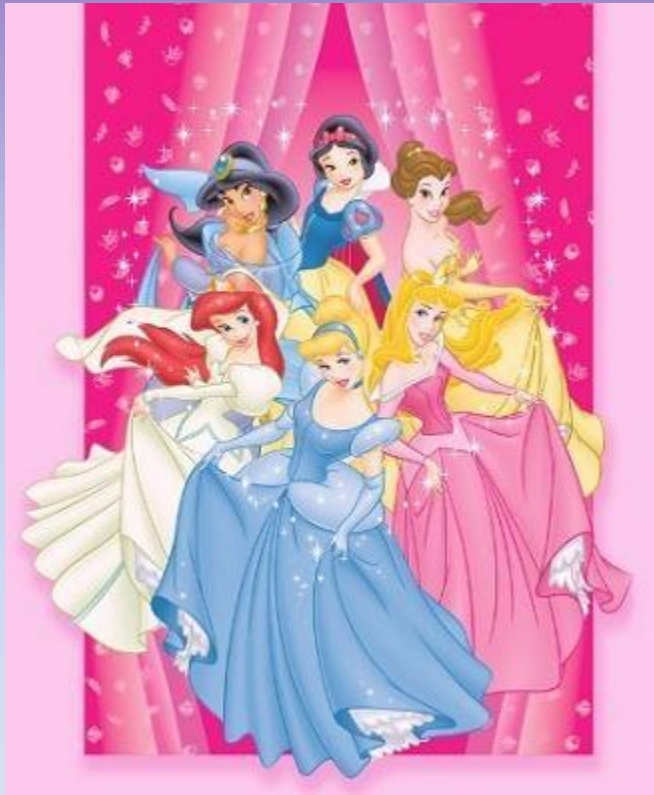
- Culto al cuerpo y la belleza: extrema delgadez, marginación de l@s fe@s.
- El sexo como reclamo. Discriminación de la mujer, violencia de género.
- La violencia en las relaciones y en la resolución de los problemas.
- La superficialidad en las relaciones.

SERIES DE FICCIÓN

- “SIN TETAS NO HAY PARAÍSO”.
- “YO SOY BEA”.
- “SIN TETAS NO HAY PARAÍSO”.
- “FÍSICA O QUÍMICA”.
- “EL BARCO”
- “AÍDA”.

Talleres educativos mujer y medios de comunicación-Foro Andaluz de la Comunicación. (11 de junio de 2013)

MITOS DEL AMOR ROMÁNTICO



El amor es lo más importante y requiere entrega total

- Falacia del emparejamiento y conversión del amor en pareja en el centro y la referencia de la existencia.
- Atribución de la capacidad de dar felicidad.
- Creencia de entender el amor como despersonalización.

El amor es posesión y exclusividad

Talleres educativos mujer y medios de comunicación-Foro Andaluz de la Comunicación. (11 de junio de 2013)

El amor todo lo puede

- Falacia de cambio por amor.
- Normalización del conflicto.
- Creencia en que los polos opuestos se atraen y entienden mejor.
- Mito de la compatibilidad del amor y el maltrato.
- Creencia de que el amor “verdadero” lo perdona/aguanta todo.

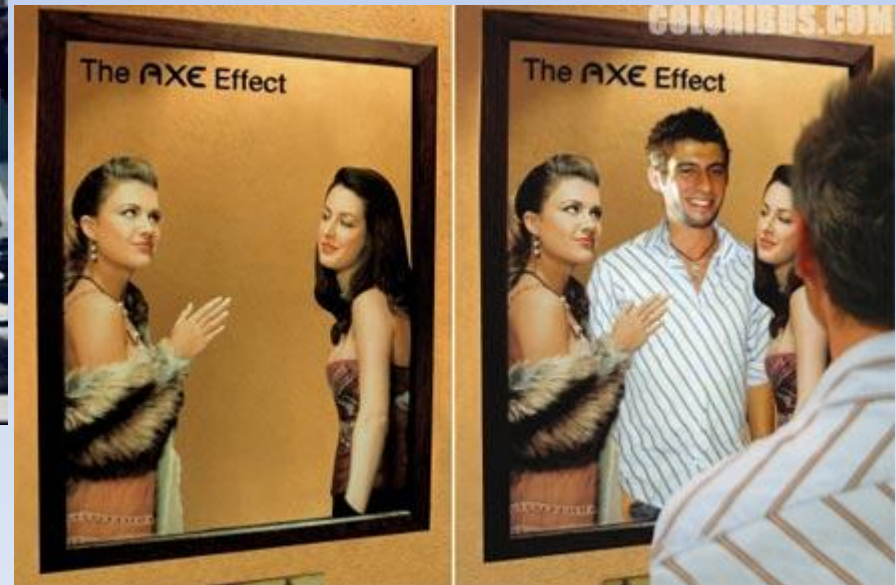
El amor verdadero está predestinado

- Mito de la “media naranja”.



Talleres educativos mujer y medios de comunicación-Foro Andaluz de la Comunicación. (11 de junio de 2013)

PUBLICIDAD SEXISTA



Talleres educativos mujer y medios de comunicación-Foro Andaluz de la Comunicación. (11 de junio de 2013)

PUBLICIDAD SEXISTA

- Presentación de la mujer, aunque también del hombre, como mero **objeto erótico o sexual**. Priorizando los **atributos físicos** sobre los intelectuales.
- **Exaltación de la violencia** de forma encubierta mediante gestos, posturas, palabras de doble sentido, etc. En ocasiones nos encontramos con modelos en actitud **sumisa o violentada** (ver diapositiva anterior: Dolce & Gabbana).
- Recreación de **roles tradicionales**, aunque de forma más sutil que en décadas anteriores.

Talleres educativos mujer y medios de comunicación-Foro Andaluz de la Comunicación. (11 de junio de 2013)

MATERIAL AUDIOVISUAL ADICIONAL PROPUESTO PARA REFORZAR LOS CONTENIDOS

- **“La mujer, cosa de hombres”**. Documental de Isabel Coixet donde se aborda la perpetuación de **los roles y estereotipos sexistas a través de la publicidad**.

<https://www.youtube.com/watch?v=vBHGWyQBMUU>

- **“El papel de la mujer en las películas Disney”**. Los diferentes estereotipos femeninos contruidos por la factoría Disney a través del cine de animación.

<https://www.youtube.com/watch?v=N2flTq0a9xA>

Talleres educativos mujer y medios de comunicación-Foro Andaluz de la Comunicación. (11 de junio de 2013)

MATERIAL AUDIOVISUAL ADICIONAL PROPUESTO PARA REFORZAR LOS CONTENIDOS

- **“Mamás y papás”**. Cortometraje de ficción de Proyecto Films (2008) sobre **la violencia de género** y de cómo los hijos e hijas de mujeres maltratadas, además de ser víctimas directas, pueden llegar a normalizar estas situaciones y reproducir la violencia experimentada durante su vida adulta.
<https://www.youtube.com/watch?v=0Y1yf1R9K5s>
- **“La cenicienta que no quería comer perdices”** de Nunila López Salamero. El poder de los cuentos para romper con roles y estereotipos de género.
<https://www.youtube.com/watch?v=ypoeK-LvRPw>

Talleres educativos mujer y medios de comunicación-Foro Andaluz de la Comunicación. (11 de junio de 2013)

ESTRUCTURA DEL TALLER

PRIMERA SESIÓN: (4 horas)

- Dinámica de presentación. Rol play biográfico.
- Datos estadísticos sobre desigualdad laboral, familiar y en usos del tiempo.
- Los medios como agentes socializadores. Necesidad de un consumo crítico de los discursos mediáticos. PROYECCIONES.
- Constitución de grupos de trabajo.

SEGUNDA SESIÓN: (4 horas)

- Indicadores de análisis y fichas de trabajo.
- Trabajo en grupo: sexismo y discriminación en los ejemplos propuestos.
- Puesta en común, conclusiones y recomendaciones.
- Test de evaluación final.

Talleres educativos mujer y medios de comunicación-Foro Andaluz de la Comunicación. (11 de junio de 2013)

BIBLIOGRAFÍA

- AGUILAR CARRASCO, PILAR. *¿Somos las mujeres de cine?. Prácticas del análisis fílmico*. Materiales didácticos para la coeducación. Construyendo contigo la igualdad. Número 6. Consejería de Presidencia. Instituto Asturiano de la Mujer. Disponible en: http://institutoasturianodelamujer.com/iam/wp-content/uploads/2010/02/IAM-U_68927.pdf
- ALFONSO, PILAR Y AGUADO, JUAN PABLO. *Estereotipos y coeducación*. Consejo Comarcal del Bierzo. Departamento de formación, empleo, desarrollo e igualdad de oportunidades. Disponible en: http://fongdcam.org/manuales/genero/datos/docs/1_ARTICULOS_Y_DOCUMENTOS_DE_REFERENCIA/D_EDUCACION/Estereotipos_y_Coeducacion.pdf
- APARICI, ROBERTO; G. MANTILLA, AGUSTÍN Y GUTIÉRREZ, ALONSO (2011). *Educación mediática y competencia digital. La cultura de la participación*. E.U. de Magisterio de Segovia (UVA). Disponible en: <http://www.educacionmediatica.es/>
- CANTILLO VALERO, CARMEN. *Alfabetización audiovisual crítica. Análisis de los estereotipos sexistas en la filmografía de Disney*. Disponible en: <http://educacionmediatica.es/comunicaciones/Eje%202/Carmen%20Cantillo%20Valero.pdf>
- *Coeducación y mitos del amor romántico*. Boletín monográfico 93. Fundación Mujeres. Disponible en: http://www.fundacionmujeres.es/files/attachments/Documento/46001/image/_B4OLETIN%20FM%2093.pdf

Talleres educativos mujer y medios de comunicación-Foro Andaluz de la Comunicación. (11 de junio de 2013)

- CONFEDERACIÓN INTERSINDICAL. ORGANIZACIÓN DE MUJERES. *8 de marzo Día internacional de la mujer. Unidad didáctica para Secundaria*. Disponible en: http://www.stes.es/mujer/UnidadesDidacticas_8M_2011_Secundaria.pdf
- GALÁN FAJARDO, Elena (2007): *Imagen social de la mujer en las series de ficción*. Cáceres, Universidad de Extremadura.
- *Guía didáctica para alumnado de Educación Secundaria. Construyendo la igualdad prevenimos la violencia de género* (2006). Madrid: Dirección General de la Mujer. Consejería de Empleo y Mujer. Disponible en: http://www.madrid.org/cs/Satellite?blobcol=urldata&blobheader=application%2Fpdf&blobheadername1=Content-Disposition&blobheadervalue1=filename%3Dguia_baja.pdf&blobkey=id&blobtable=MungoBlobs&blobwhere=1158587155145&ssbinary=true
- INSTITUTO ANDALUZ DE LA MUJER. *Decálogo para identificar el sexismo en la publicidad*. Disponible en: http://www.educarenigualdad.org/media/pdf/uploaded/old/Doc_255_Decalogo_Publicidad.pdf
- LEGARRETA IZA, MATXALEN (2010). *Tiempo y desigualdades de género: distribución social y políticas de tiempo*. Sevilla: Instituto Andaluz de la Mujer.

Talleres educativos mujer y medios de comunicación-Foro Andaluz de la Comunicación. (11 de junio de 2013)

- LÓPEZ VIDALES, NEREIDA; GONZÁLEZ CONDE, JULIA; MARTÍN PÉREZ, M^a ÁNGELES. *Transmisión de valores culturales en formatos de televisión destinados a los jóvenes*. P.6-10. Disponible en: <http://educacionmediatica.es/comunicaciones/Eje%201/Nereida%20L.%20Vidales,%20Gonz%C3%A1lez%20Conde%20y%20Mart%C3%ADn%20P%C3%A9rez.pdf>
- Los estereotipos en la publicidad. Unidad Didáctica en ESO. Instituto Aragonés de la Mujer.
- MORENO LLANEZA, MARIAN. *Análisis del sexismo en materiales de aula y medios de comunicación*. Disponible en: <http://blog.educastur.es/marianmoreno/files/2009/12/analisis-del-sexismo-en-materiales-de-aula-y-medios-de-comunicacion.pdf>
- Rostros de mujer. Análisis de estereotipos femeninos. Grupo Comunicar. Disponible en: <http://www.latindex.ucr.ac.cr/reflexiones-90-2/rfx-90-2-08.pdf#page=1&zoom=auto,0,746>
- SANCHÍS, ROSA Y SENABRE, ENRIC. *Las series de televisión desde la perspectiva de la educación sexual y de género*. Disponible en: <http://www.educacionenvalores.org/spip.php?article604>
- SIRGO FOYO, ELBA. ¿Bellas o bestias? *Las mujeres en el cine de dibujos animados*. Construyendo contigo la igualdad. Número 7. Consejería de Presidencia. Instituto Asturiano de la Mujer. Disponible en: http://institutoasturianodelamujer.com/iam/wp-content/uploads/2010/02/IAM-U_728837.pdf

Talleres educativos mujer y medios de comunicación-Foro Andaluz de la Comunicación. (11 de junio de 2013)

RECOMENDACIONES PARA UN USO NO SEXISTA DEL LENGUAJE

- BENGOCHEA, MERCEDES Y CALERO VAQUERA, M^a LUISA (2003). *Guía de Estilo 2: Sexismo y redacción periodística*. Valladolid: Junta de Castilla y León.
- BENGOCHEA, MERCEDES Y SIMÓN, JOSÉ. (2006). *Nombra.en.red* . Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. Instituto de la Mujer. Disponible en : <http://www.upm.es/sfs/Rectorado/Gerencia/Igualdad/Lenguaje/Nombra%20en%20red.pdf>
- BENGOCHEA, MERCEDES. *Lenguaje no sexista. Mercedes Bengoechea contesta al informe de la RAE*. Vídeo. Marzo de 2012. Mujeres en Red. Disponible en: <http://www.nodo50.org/mujeresred/spip.php?article1949>
- CAREAGA, PILAR (2002). *El libro del buen hablar: una apuesta por un lenguaje no sexista*. Madrid: Fundación Mujeres.

Talleres educativos mujer y medios de comunicación-Foro Andaluz de la Comunicación. (11 de junio de 2013)

- GONZÁLEZ DÍAZ, ESTHER. *Manual de uso del lenguaje no sexista*. Ayuntamiento de Villaviciosa. Concejalía de la mujer. Disponible en:
<http://www.maeve.biz/secciones/legislacion/MANUAL/Manual%20de%20uso%20del%20lenguaje%20no%20sexista.pdf>
- INSTITUTO CANARIO DE LA MUJER. *Guía de recursos existentes sobre lenguaje no sexista*. (2010). Disponible en:
<http://www.plataformaviolenciacero.es/guias/guias%20recursos%20lenguaje%20no%20sexista.pdf>
- *La lupa violeta*. Factoría de Empresas: Claves para el empleo y el desarrollo local. Asociación AD Los Molinos. Disponible en:
<http://www.factoriaempresas.org/productosyresultados/lupavioleta/lanzador.swf>
- LLEDÓ CUNIL, EULALIA (2005). *De mujeres y diccionarios. Evolución de lo femenino en la 22ª edición del DRAE*. Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. Instituto de la Mujer. Disponible en:
<https://www.usc.es/export/sites/default/gl/servizos/oix/descargas/2004DeMujeresyDiccionariosEvolucionFemenino.pdf>

Talleres educativos mujer y medios de comunicación-Foro Andaluz de la Comunicación. (11 de junio de 2013)

- PÉREZ CERVERA, M^a JULIA (2011). *Manual para el uso no sexista del lenguaje. Lo que bien se dice, bien se entiende*. México: Comisión nacional para prevenir la violencia contra las mujeres. Disponible en: <http://www.conavim.gob.mx/work/models/CONAVIM/Resource/309/1/images/Manualparaelusonosexistadellenguaje%20completo%281%29.pdf>
- UNED. *Guía de lenguaje no sexista* (2012). Disponible en: http://portal.uned.es/pls/portal/docs/PAGE/UNED_MAIN/LAUNIVERSIDAD/VICERRECTORADOS/GERENCIA/OFICINA_IGUALDAD/GUIA_Lenguaje.PDF
- UNESCO. Recomendaciones para un uso no sexista del lenguaje. Disponible en: http://www.educarenigualdad.org/media/pdf/uploaded/old/Mat_15_unesco-no-sexista.pdf
- VALVERDE GEFAELL, CLARA. *El lenguaje positivo como sentido común o el consentimiento del neoliberalismo* (2011). Disponible en : <http://info.nodo50.org/El-lenguaje-positivo-como-sentido.html>