

## ACTIVITAT TUTORIA COEDUCACIÓ (1r trimestre)

Què et regalem?			
Curs	1r d'ESO	Temporització	1r trimestre
Continguts que es treballen	El paper de la dona i l'home a la societat. Els estereotips de gènere a la publicitat Les cures i la socialització diferenciada. Les actituds masclistes.		
Desenvolupament de l'activitat	Es demana a l'alumnat que duguin publicitat dels grans centres comercials sobre les ofertes de regals. Analitzar, en grups petits, quins regals van adreçats als homes i quins a les dones, i que intentin trobar-ne el perquè. Posada en comú de les conclusions de cada grup. Confecció d'un mural amb els retalls dels regals que han considerat que s'adrecen a cada sexe i les conclusions de cada grup.		
Recursos materials	Revistes, diaris, cartolines, tisores, retoladors, prospectes publicitaris, anuncis. Paper continu per a la realització d'un mural		

### A mode de reflexió:

En la publicitat a televisió i els catàlegs de joguetes, les nines continuen sent cuidadores, mares i/o princeses, en contraposició dels nins als quals reflecteixen com a guerrers i herois.

Pel que fa a la tipologia, s'observa una bretxa clara. Les joguetes tecnològiques estan més dirigides als nins que a les nines i això de manera intencionada afavoreix l'exclusió de les nines de la ciència i la tecnologia.

Tampoc és casual que les joguines que reproduïxen cures com ara cuines, neteja, etc. estiguin assignades a les nines: aquestes professions vinculades a les cures a la vida real són les feines més feminitzades i precaritzades.

El sexisme segueix molt present en la publicitat de joguetes mitjançant l'ús dels colors segons el gènere. En molts casos els productes de les diferents seccions

s'ofereixen en dos formats: blau i rosa.

En les joguetes on apareixen nines s'utilitza el rosa i de fet elles apareixen vestides d'aquest color en el 14'4% del total d'anuncis. Els nins mai surten vestits de rosa i només el 4,2% d'anuncis dirigits a ells s'utilitzen colors diferents del blau, el verd i el vermell.

Aquí teniu una sèrie d'indicadors que ens defineixen una publicitat que discrimina el gènere.

- Les dones apareixen com a éssers dependents tant econòmicament com en la seva capacitat decisòria.
- Transmeten la idea que les tasques domèstiques i l'atenció de les persones són quasi exclusives de les dones. Anuncis que parodien, neguen o devaluen el treball que les dones realitzen a la llar.
- Apareixen les dones exercint professions o treballs de menys rellevància social que els homes, o bé en depenen.
- Condicionen el triomf professional de les dones al seu atractiu físic.
- Presenten les dones amb unes característiques de personalitat determinades, tòpicament femenines.
- La menció de les dones no apareix de manera explícita i queda oculta sota el genèric masculí.
- Es dirigeix només en femení a les dones encara que el que anuncia pugui anar adreçat tant a homes com a dones.
- Utilitza termes discriminatoris quan empra el femení.
- Té clares connotacions masclistes.
- Les imatges utilitzen el cos femení de manera que es prioritzen els atributs físics sobre els intel·lectuals.
- El cos humà de la dona és utilitzat com a mer objecte eròtic o sexual.

Us presentam a continuació unes quantes preguntes que us poden servir d'ajuda.

<b>ANUNCI AMB ESTEREOTIPS DE GÈNERE</b>	<b>ANUNCI SENSE ESTEREOTIPS DE GÈNERE</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Qui es el/la protagonista?</li> <li>• Quin reclam utilitzen per vendre el producte?</li> <li>• Quins dels indicadors anteriors hi trobeu? Quins estereotips transmet?</li> <li>• Aquests estereotips deixen en inferioritat la dona? De quina manera?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Qui es el/la protagonista?</li> <li>• Quin reclam utilitzen per vendre el producte?</li> <li>• Perquè no hi trobau estereotips de gènere?</li> </ul>