



**Violencia de Género  
contra las mujeres:**  
Fortalecer la prevención  
desde los Medios de  
Comunicación

# 25

## Herramientas para abordar los mitos y estereotipos de género

GUÍA PARA  
COMUNICAR Y EDUCAR SOBRE  
GÉNERO EN EL ESPACIO PÚBLICO,  
AULA Y MEDIOS

# Créditos

## 25 HERRAMIENTAS para abordar los mitos y estereotipos de género

La "Guía para comunicar y educar sobre género en el espacio público, aula y medios" fue elaborado por la Asociación de Comunicadores Sociales Calandria en el marco del Proyecto: "Violencia contra las mujeres; fortalecer la prevención desde los medios de comunicación". Proyecto financiado por la AECID y la Unión Europea.



### Directora de proyecto

Mag. Marisol Castañeda- Especialista en género y medios

### Elaboración de contenido y adaptación de recursos

Natalia Palomino- Comunicadora

### Diseño

Eureka Estudio Gráfico

### Impresión

Gama Gráfica SRL

Jr. Riso 560 Lince, Lima, Perú

Tiraje: 300 ejemplares

1era edición

Noviembre 2024

Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N° 2024-12114

### Cláusula de excepción de responsabilidades

El contenido de la presente publicación es de responsabilidad exclusiva de la A.C.S. Calandria en el marco del proyecto "Violencia de género contra las mujeres: fortalecer la prevención desde los medios de comunicación" y no refleja necesariamente los puntos de vista de la Unión Europea y Aecid.



**07** Presentación

**09** Introducción

**10** Primeras definiciones

¿Qué son los estereotipos de género?

¿Qué son los roles de género?

Medios de comunicación y estereotipos de género

**15** **Mitos y estereotipos: una mirada comunicacional**

**Capítulo 1: Mitos en torno al amor romántico**

1.1. Introducción: violencia de género y amor romántico

1.2. Mitos del amor romántico

1.3. Herramientas para combatir los mitos

Herramienta 1: Que no te informen con cuentos de hadas

Herramienta 2: ¿Qué es el amor? (en una canción)

Herramienta 3: Candy en el amor

1.4. Mensajes clave del capítulo

**31** **Capítulo 2: Estereotipos en las relaciones de pareja**

2.1. Introducción: violencia de género y relaciones de pareja

2.2. Estereotipos en las relaciones de pareja

2.3. Herramientas para combatir los estereotipos

Herramienta 1: Se requieren dos para el drama

Herramienta 2: Se dice...

Herramienta 3: Historoles

Herramienta 4: La escuela del hogar

2.4. Mensajes clave del capítulo

## **55** Capítulo 3: Estereotipos de género en el campo laboral

3.1. Introducción: violencia de género y trabajo

3.2. Estereotipos de género en el campo laboral

3.3. Herramientas para combatir los estereotipos

Herramienta 1: Empareja el cargo

Herramienta 2: Elige tu carrera... ¿O no?

Herramienta 3: Roles sin género para apasionados por su trabajo

Herramienta 4: ¿Quién hace las noticias?

Herramienta 5: Cartas de una graduada

3.4. Mensajes clave del capítulo

## **73** Capítulo 4: Mitos de género en la política

4.1. Introducción: violencia de género y política

4.2. Mitos de género en política

4.3. Herramientas para combatir los mitos

Herramienta 1: Domitilia, la rebeldía de las mineras

Herramienta 2: La política sí es lugar para las mujeres

Herramienta 3: Los micromachismos en política no van

4.4. Mensajes clave del capítulo

## **87** Capítulo 5: Estereotipos y mitos sobre nuevas masculinidades

5.1. Introducción: Violencia de género y nuevas masculinidades

5.2. Estereotipos y mitos en torno a nuevas masculinidades

5.3. Herramientas para combatir los mitos y estereotipos

- Herramienta 1: Super papá
- Herramienta 2: ¿Dónde está el micromachismo?
- Herramienta 3: ¿Cómo se construye un hombre?
- Herramienta 4: Derribando mitos de hombre a hombre

5.4. Mensajes clave del capítulo

## 105 **Capítulo 6: Estereotipos de belleza**

- 6.1. Introducción: Violencia de género y belleza
- 6.2. Estereotipos de belleza
- 6.3. Herramientas para combatir los estereotipos

- Herramienta 1: Muestra a la mujer bonita
- Herramienta 2: Así no se viste una señorita
- Herramienta 3: ¿Cuántos estereotipos ves?
- Herramienta 4: Cuerpo exquisito
- Herramienta 5: Más que belleza
- Herramienta 6: Cuerpo tabú

6.4. Mensajes clave del capítulo

## 126 **Lineamientos Finales**





## Presentación

La guía **25 HERRAMIENTAS PARA ABORDAR LOS MITOS Y ESTEREOTIPOS DE GÉNERO** es una publicación creada en el marco del proyecto "Violencia de Género contra las Mujeres: fortalecer la prevención desde los Medios de Comunicación", liderado por la Asociación de Comunicadores Sociales Calandria y ejecutada con el apoyo de la Unión Europea (UE) y la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID).

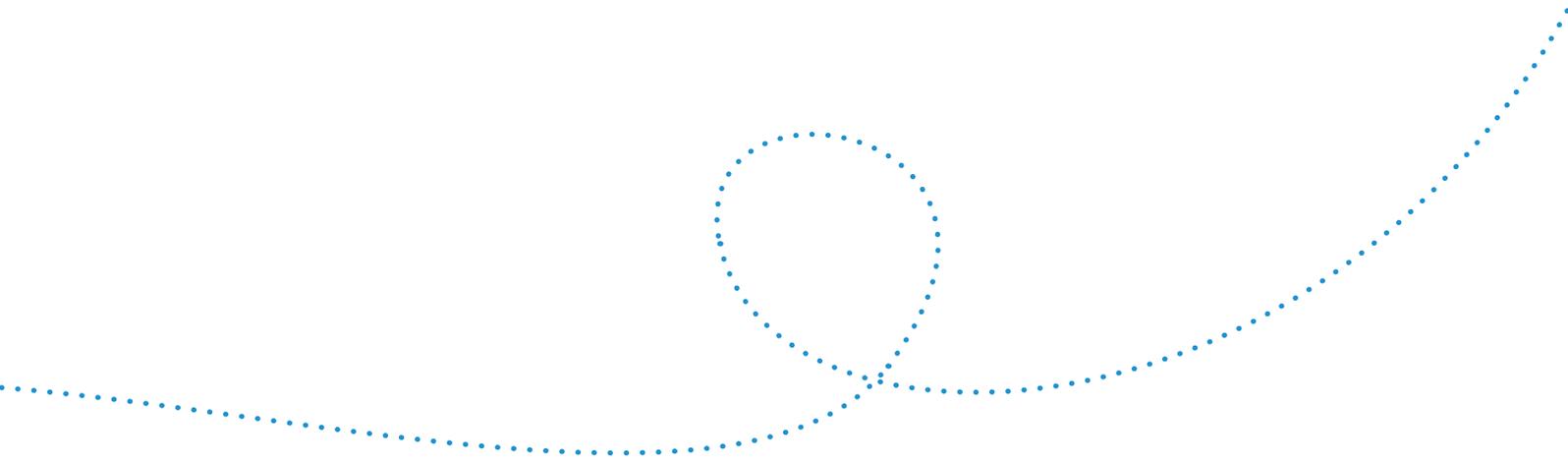


El proyecto tiene como objetivo central apoyar y/o impulsar iniciativas y estrategias de comunicación sobre la violencia basada en género, que refuercen el rol rector del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP) en la problemática. En este sentido, se reconoce la necesidad de incrementar las intervenciones de prevención, priorizando la primaria, es decir, aquellas que se centran en modificar las creencias y actitudes que justifican o toleran la violencia de género contra las mujeres.

Así, la iniciativa "**Violencia de Género contra las Mujeres: fortalecer la prevención desde los Medios de Comunicación**" hace suyo el objetivo específico de lograr que comunicadores y periodistas incorporen enfoques y criterios para un adecuado tratamiento del derecho a una vida libre de violencia y estereotipos sexistas, no discriminación e inclusión social en la agenda pública y mediática.

Frente a ese desafío, esta guía se propone contribuir a derribar los mitos y estereotipos de género que justifican o naturalizan la violencia de género. Pone a disposición de comunicadores y no comunicadores un compendio de herramientas; inspiradas en recursos audiovisuales, escritos, sonoros o formatos de Perú, Latinoamérica y otras regiones; que permiten dialogar para pasar de un escenario de violencia de género hacia la promoción de relaciones igualitarias y el respeto a sus derechos humanos.

Vale destacar que esta publicación se inspira también en los resultados del proyecto a través de su programa formativo con universidades en Piura, Cusco y Pucallpa, el cual permitió a jóvenes comunicadores el diseño creativo de recursos comunicacionales y su validación, algunos de los cuáles son incluidos en esta guía. Esta experiencia y la presente publicación reconocen así la necesidad de continuar educando a las próximas generaciones de comunicadores en la creación de recursos comunicacionales con un enfoque de género en su sentido más amplio. También busca ampliar la labor comunicacional facilitando, a no especialistas en el tema, herramientas para contribuir al cuestionamiento de patrones socioculturales de discriminación y tolerancia social en la lucha contra la violencia de género.



# Introducción

## ¿Cómo comunicar con perspectiva de género?

Al hablar del poder transformacional de la comunicación, muchas veces reducimos comunicación a medios de comunicación y nos olvidamos del concepto de diálogo.

Formar una sociedad con igualdad y libre de violencia de género requiere entender "género" no solo como tema, sino como categoría de análisis en comunicación; y construir herramientas para pasar de informar y promover a cuestionar, relacionar y educar. Así nace esta guía, dirigida a comunicadores, facilitadores y no facilitadores que necesiten herramientas de fácil acceso y dinamizadoras del diálogo para hablar con públicos diversos en espacios como la calle, el aula y los medios de comunicación.

Esta guía te ayudará a combatir los estereotipos y mitos de género en la calle, en la escuela y desde los medios de comunicación. Encontrarás ideas de herramientas; como videos, podcast, juegos y otros insumos menos convencionales; e indicaciones para usarlas con el objetivo de cuestionar, apreciar, expresar, dialogar y educar.

La publicación está dividida en tres grandes secciones: **Primeras definiciones, Mitos y estereotipos, y Lineamientos finales.**

La sección de definiciones reseña para el lector las principales diferencias entre mitos y estereotipos de género, y cómo se vinculan a los medios de comunicación.

Además, la sección de mitos y estereotipos se encuentra subdividida en 6 capítulos enfocados en diferentes temas y ámbitos, así como un listado de los mitos o estereotipos y otro de mensajes clave que acompañan al capítulo:

- Mitos en torno al amor romántico
- Estereotipos en las relaciones de pareja
- Estereotipos de género en el campo laboral
- Mitos de género en la política
- Estereotipos y mitos sobre nuevas masculinidades
- Estereotipos de belleza

La sección de lineamientos cierra la guía con algunos consejos sobre cómo abordar y cuestionar tu propio abordaje comunicacional.

# Primeras definiciones

## ¿Qué son los estereotipos de género?

Los estereotipos son **creencias compartidas y aceptadas por la sociedad**. En particular, los estereotipos de género plantean las características (simbólicas, físicas) que la sociedad considera deseables y apropiadas para hombres y mujeres.

Se **transmiten de generación en generación** y llegan a formar **parte de nuestra cultura**. Conllevan a la formación de prejuicios, prácticas de discriminación, inequidad, odio y violencia en la sociedad.

## ¿Qué son los roles de género?

El género son las características y roles que la sociedad le atribuye a las personas por ser hombre (valientes, por ejemplo) y ser mujer (débiles, por ejemplo). Es una construcción social que puede cambiar, y la comunicación ayuda a ello.

Los **roles de género** son **objetivos o funciones** que nos atribuyen en una cultura o sociedad determinada, en base a lo que **esperan de nosotros**. Por ejemplo, si un hombre es valiente, deberá asumir carreras u oficios de alto riesgo. Si la mujer es débil le corresponden labores alejadas en las que no se exponga físicamente. Por tanto, los roles de género obedecen también a estereotipos.



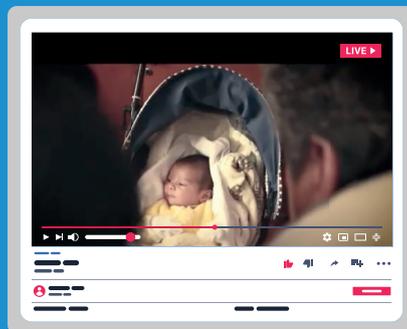
Todas las sociedades toman en cuenta la división entre lo femenino y masculino para organizar su reproducción, la división del trabajo, la toma de decisiones, los diversos intercambios.

Esta división considera prohibiciones, derechos y obligaciones distintas a las personas.

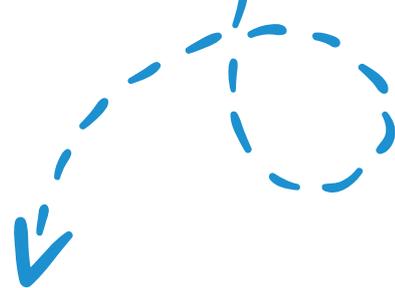
**Los roles de género responden a estereotipos creados por la sociedad**  
Mira el video:<sup>1</sup>

- 📎 ¿Qué estereotipos identificaste?
- 📎 ¿Qué otros conoces?

Descargar link en el pie de página



<sup>1</sup> YouTube - Spot Roles de género Sin prejuicios (MIMP, 2020): <https://www.youtube.com/watch?v=hUaT64rRthc>



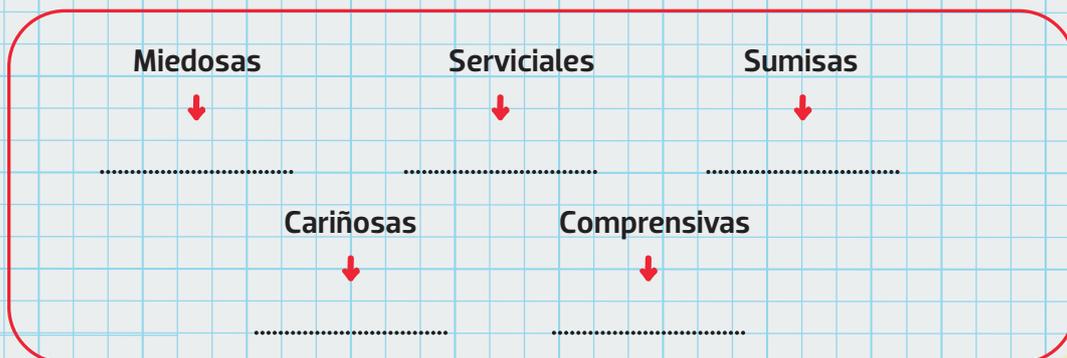
## PONLO EN PRÁCTICA: ¡ENTRENA TU MIRADA!

La sociedad etiqueta a hombres y mujeres de manera distinta. Pero dicen que todo depende del ojo de quien mire. ¡Atrévete a cambiar la mirada! ¿Con qué palabras podríamos darle la vuelta al estereotipo? ¿Cómo quieres que cambie la visión que tenemos de hombres y mujeres? Llena los espacios.

### Los hombres son:



### Los mujeres son:



## Medios de comunicación y estereotipos de género

La potencialidad que tienen los medios para perpetuar o erradicar las brechas sociales es enorme. Una de ellas es la brecha de género. Por ello, la comunicación y en particular los medios de comunicación pueden contribuir a desaprender de la cultura machista, sexista, homofóbica, transfóbica, racista, discriminadora; y los estereotipos que vienen con ella. Los medios refuerzan la socialización y educación en igualdad, desmitifican al visibilizar las necesidades de la población, facilitan el análisis crítico de la realidad y permiten ver caminos alternativos a la violencia en la sociedad. No en vano se les llama el Cuarto Poder.

El estudio Brechas y necesidades de capacitación a periodistas en la prevención de violencia contra las mujeres (ACS Calandria, 2023) afirma que aún hace falta profundizar en criterios vinculados al uso de estereotipos y roles de género que los medios siguen transmitiendo y fortaleciendo. En ese sentido, los medios continúan incurriendo en errores como:

- **Justificar casos de violencia contra la mujer**, atribuyéndolos a celos, arranques pasionales, obsesiones, o el gran amor que le tenía el agresor a la víctima.
- **Culpabilizar a la víctima y cuestionar su juicio**, la "incapacidad de cortar con el agresor" sin tener en cuenta el círculo que explica la violencia de género.


  
**Descarga los estudios**  
**en los links del pie de página**

<sup>2</sup> Web - Estudio Brechas y necesidades de capacitación a periodistas en la prevención de violencia contra las mujeres (ACS Calandria, 2023). Disponible en la web del Observatorio de Medios: <https://www.observatoriodemedios.pe/wp-content/uploads/2024/02/Estudio-brecha-y-necesidades-periodistas.pdf>



<sup>3</sup> Web - Estudio Representación de la Mujer en los Programas de Entretenimiento de la Televisión (ACS Calandria, 2023). Disponible en la web del Observatorio de Medios: <https://www.observatoriodemedios.pe/wp-content/uploads/2024/02/Estudio-representacion-de-la-mujer-en-medios.pdf>



# Capítulo 1

## Mitos y estereotipos: una mirada comunicacional



**Violencia de Género  
contra las mujeres:**  
Fortalecer la prevención  
desde los Medios de  
Comunicación

# Mitos en torno al amor romántico

GUÍA PARA  
COMUNICAR Y EDUCAR SOBRE  
GÉNERO EN EL ESPACIO PÚBLICO,  
AULA Y MEDIOS

## 1.1. Introducción

### Violencia de género y amor romántico

La idea de un "buen amor" o del amor romántico justifica en muchas ocasiones los celos y el control mutuo de la pareja. Tanto así que la primera señal de violencia (celos, indiferencia como castigo, insultos o críticas malintencionadas) puede confundirse con una demostración de ese amor. En un contexto en el que la violencia de género es uno de los principales problemas de las mujeres, es importante tomar conciencia de que nada la justifica y alertar desde acciones de comunicación sobre cómo puede iniciar.

Los mitos del amor romántico nos ofrecen una forma de ver la realidad basada en imposibles, y son tan extendidos que incluso existen numerosos ejemplos de dichos o lemas populares que los avalan racionalizando la necesidad de control por afecto y preocupación del otro. Las sobre expectativas que se generan sobre una relación de pareja, facilitan e incluso erotizan la violencia de género, incluso en escenarios donde no hay una como tal una pareja (acoso, violación).

### 1.2. Mitos del amor romántico

#### Todos tenemos una media naranja

Es la creencia de que hay una pareja predestinada para cada persona. El mito justifica la búsqueda continua de una pareja o aceptar la que ya tienes como si fuera el destino u objetivo de una vida.

En base a este mito se dice que "las mujeres siempre quieren casarse" y después de la unión o de tener hijos "fueron felices y comieron perdices".



## Si no te cela, no te ama

Se basa en la creencia de que amar significa poseer al otro o ser su dueño. Por lo tanto, desconfiar y vigilar o cuidar que la pareja cumpla con su deber (ser fiel) en la relación es sinónimo de amor. Incluso, los celos son considerados como un ingrediente imprescindible del verdadero amor. Aceptar este mito puede llevar a comportamientos represivos y violentos, naturalizando el desequilibrio de poder dentro de las relaciones. El celo puede ser del hombre o de la mujer. Este mito también refuerza otros estereotipos en las relaciones de pareja.



## El amor todo lo puede

Es un mito que ayuda a justificar los obstáculos o conflictos en la relación; aceptar que el amor lo puede todo dificulta conversarlos, afrontarlos o resolverlos. La pareja puede vivir feliz a pesar de pelear, golpearse, ser infiel, u existir otras formas de agresión.

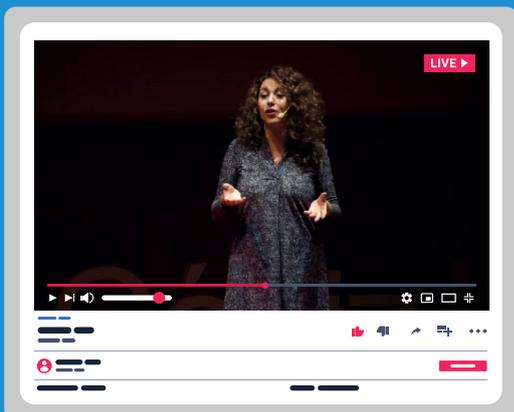
El amor todo lo puede es una falsa promesa de cambio. Apela a cualidades estereotípicas de la buena mujer: es paciente, mejor persona y puede aguantar hasta que las cosas cambien. Esto mantiene abierta la ventana a la violencia: puede mantenerse o recrudecerse.

## UN MITO QUE SE ADAPTA A CUALQUIER MOMENTO

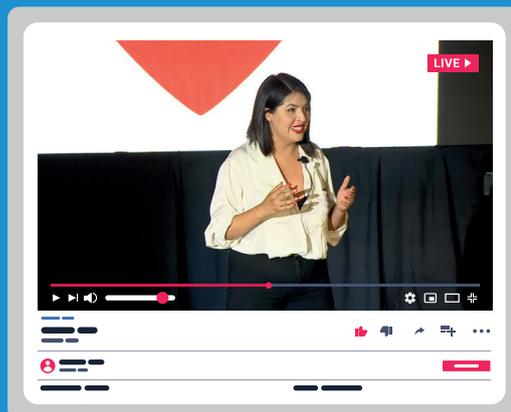
Enamoramiento o noviazgo	Matrimonio o unión	Divorcio o separación
<p>Fue sólo una</p> <p>¡Te prometo que cambiaré!</p>	<p>"Pero tenemos buenos momentos..."</p> <p>"Ahora casados, todo es distinto..."</p>	<p>"Donde hubo fuego, cenizas quedan..."</p> <p>"Una vez más por nuestros hijos por los buenos momentos..."</p>

## ¿BUSCAS CHARLAS INSPIRADORAS PARA PROFUNDIZAR EN EL TEMA? REVISAS

¿Necesitamos reprogramar nuestra concepción de amor romántico?  
Susana Ginesta<sup>4</sup>



El amor romántico puede romperte el corazón Tamara Villanova<sup>5</sup>



<sup>4</sup> YouTube - ¿Necesitamos reprogramar nuestra concepción de amor romántico? – Charla de Charla de Susana Ginesta (TEDx Cadiz University, 2018): <https://www.youtube.com/watch?v=aFBcezZ6TBE>

<sup>5</sup> YouTube - ¿Necesitamos reprogramar nuestra concepción de amor romántico? – Charla de Charla de Tamara Villanova (TEDx UAI Santiago, 2022): [https://www.youtube.com/watch?v=-y6188\\_zugs](https://www.youtube.com/watch?v=-y6188_zugs)

## 1.3. Herramientas para combatir los mitos

Título	Descripción
 <p>Que no te informen con cuentos de hadas</p>	<p>Usa una selección de noticias para educar para una mirada más crítica sobre el tratamiento mediático sobre género, y en particular sobre mitos del amor romántico, en tu país.</p>
 <p>¿Qué es el amor? (en una canción)</p>	<p>Elabora una radiografía de la letra de canciones de amor con tu público para explorar qué mitos refuerzan.</p>
 <p>Candy en el amor</p>	<p>Usa un reportaje sobre la popular serie "Candy" para derribar los principales mitos del amor romántico.</p>



# 25 Herramientas para abordar los mitos y estereotipos de género



## Herramienta 1: Que no te informen con cuentos de hadas

### ¿De qué trata?

Usa una selección de noticias para educar para una mirada más crítica sobre el tratamiento mediático sobre género, y en particular sobre mitos del amor romántico.

### Número de participantes:

Sin mínimo de participantes

### ¿A quién se dirige?

Adolescentes y jóvenes, comunicadores

### ¿Cuánto tiempo necesito?

05-10 minutos por participante

### ¿Qué se necesita?

- ✓ Panel o pizarra grande
- ✓ Selección de noticias (para analizar mitos del amor romántico)
- ✓ Cartulina y plumones delgados
- ✓ Tijeras y pegamento
- ✓ Formato **¿Cambiarías el cuento?**
- ✓ **Semáforo de contenidos tóxicos**
- ✓ **Stickers del Semáforo de contenidos tóxicos**
- ✓ Opcional: Material informativo adicional sobre tratamiento adecuado de género en medios de comunicación.

**¿Dónde conseguir noticias?** Diversas iniciativas de observatorio de medios compilan periódicamente noticias para fines académicos y educación ciudadana. Una de ellas es el Observatorio de medios de Calandria y el CONCORTV que elabora periódicamente Alertas mediáticas con noticias que puedes usar, con recomendaciones para mejorar el tratamiento mediático. Encuentra más publicaciones del Observatorio de medios de Calandria y el CONCORTV aquí:

<https://www.observatoriodemedios.pe/wp-content/uploads/2024/03/alertas-anual-2023.pdf>





## ¿Qué pasos seguir?

### ✓ Prepara tu material:

- ◆ Selecciona una noticia o varias para analizar durante el ejercicio. Recuerda seleccionar aquellas que permitan conversar sobre el amor romántico.
- ◆ Plasma el contenido de la noticia en el formato ¿Cambiarías el cuento?
  - Como en el formato, puedes resaltar partes de la noticia que aluden al amor romántico.
  - Puedes proponer a tus participantes que anoten las referencias a los mitos del amor romántico.
  - Imprime el formato final con el contenido de la noticia en gigantografía.
- ◆ Corta en tiras largas la cartulina. Te servirá para intervenir y escribir sobre las noticias
- ◆ Diseña e imprime un Semáforo de contenidos tóxicos para usarlo con las noticias. Puedes usar el modelo de esta herramienta.
- ◆ Diseña e imprime los stickers que acompañan al Semáforo de contenidos tóxicos.

### ✓ Prepara a tus participantes:

Pídeles que lean con atención la noticia y resalten las partes referidas a mitos del amor romántico.

### ✓ Inicia la dinámica:

- ◆ Deja que tus participantes lean la noticia en el formato ¿Cambiarías el cuento? Si tienes más de una noticia seleccionada, permite que lean todas.
- ◆ Muestra a tus participantes el Semáforo de contenidos tóxicos y repasa con ellos qué tipo de contenidos son apropiados para el tratamiento informativo sobre temas de género.
- ◆ De ser posible, complementa la información con otros materiales referidos al tratamiento adecuado de género en medios de comunicación.

### ✓ Reflexiona con tus participantes:

- ◆ Pídeles que intervengan la noticia cambiando titular o partes del texto, para proponer un enfoque o tono distinto en la noticia que se acerque a los estándares propuestos por el Semáforo de contenidos tóxicos.

### ✓ Cierra la dinámica:

Pide a tus participantes colocar stickers calificando la noticia original. ¿Son noticias sin mitos ni estereotipos o noticias altas en contenido tóxico?

### ¿Dónde puedes usarlo?



- ✓ Intervenciones en espacio público, fijas u itinerantes.
- ✓ También puedes adaptarlo al trabajo en aula o en talleres con comunicadores y/o futuros periodistas.

## SEMAFORO DE CONTENIDOS TÓXICOS

**¡Muy bien!,  
contenidos  
sin mitos ni  
estereotipos**

### El medio evitó el uso de estereotipos del amor romántico.

- Evita el uso de lemas estereotipados en torno al amor romántico; sobre todo en un caso de violencia, feminicidio o acoso. Refuta creencias populares como: "los celos son amor", "el control es una forma de afecto", "el amor lo perdona todo" y "el amor duele".
- Puede contar una historia de amor y aun así destacar los aspectos de una relación saludable. Refuerza la idea de que el amor verdadero empieza por el respeto hacia uno mismo.
- Convoca a especialistas para hablar del impacto del amor romántico y su relación con la violencia de género. No se queda en la descripción de los hechos, la anécdota o en el parte policial.
- Cuando el caso es de feminicidio, acoso, violencia familiar u otro delito similar; resalta las líneas de ayuda o medios para la denuncia.
- Evita idealizar a las personas o parejas para "embellecer" la noticia.

**Cuidado,  
eso no  
es amor**

### El medio destacó uno o dos mitos del amor romántico, fomentando la idealización de las relaciones.

- Presenta el amor de pareja como la salvación a una situación o un mejor camino después del conflicto. Evita nombrar el problema o mencionar conceptos como "feminicidio", "acoso", "violencia de género", "violencia contra la mujer" o "violencia familiar"
- Presenta a la pareja como ideal, destacando rasgos femeninos o masculinos deseables para un "perfecto amor": por ejemplo, al hombre como trabajador, exitoso, romántico, atractivo según los cánones; a la mujer como hermosa, inocente, buena madre o con deseos de serlo, joven.
- Anima a las mujeres a perdonar por infidelidades o casos de violencia por el bien de la relación, de los hijos o de la familia.

**¡Alerta!  
alto en  
contenidos  
tóxicos**

### Además de lo mencionado en el nivel ámbar, el medio destacó más de tres mitos del amor romántico y justifica los actos de amor tóxicos en toda clase de relaciones.

- Se refuerza mitos del amor, sin cuestionar e incluso a modo de broma. Se usan lemas o titulares románticos de refrán o populares para adornar la historia: "donde hubo fuego, cenizas quedan", "había encontrado a su media naranja", "amor a primera vista", "encontró a su príncipe azul", etcétera.
- Además de destacar las características de la pareja, se desarrollan secuencias o narrativas específicas en la noticia o programa; por ejemplo, en torno a la historia entre los protagonistas; para ensalzar la idoneidad de la pareja.
- Justifica caso de violencia contra la mujer (acoso, feminicidio, violencia familiar, etcétera) como un acto de amor en respuesta, motivado o gatillado (porque la víctima provocó celos, dudas, etcétera).
- Suelen presentar y abordar casos de violencia contra la mujer sin opinión de especialistas para un tratamiento adecuado. No tienen en cuenta la Ley N°30364 ni las pautas establecidas en el artículo N°125 para abordar la violencia contra la mujer.

## FORMATO ¿(AMBIARÍAS EL (VENTO)?

### Joven acampa a las afueras de Latina para pedir que le ayuden a encontrar al 'amor de su vida'

El joven reveló que se enamoró perdidamente de la mujer cuando la vio por primera vez en el Metropolitano.

A poco de celebrarse el día de San Valentín, un joven decidió buscar a quién considera que es el 'amor de su vida'. Por este motivo, el muchacho no dudó en acercarse y acampar a las afueras de Latina para pedir que lo ayuden.

Fue así que una reportera de '90 Matinal' se acercó hasta el joven para conocer su historia y decirle que podía aprovechar las cámaras del canal.

El joven contó que conoció al 'amor de su vida' cuando se encontraba viajando en el Metropolitano. Además, él describió a la mujer que le robó el corazón con tan solo una mirada.

"Era un lunes cualquiera y estaba en el Metropolitano. Eran las 11 de la mañana y no había mucha gente. Estaba sentado escuchando música y de pronto veo a esta chica sentada al frente mío. No sabía si acercarme, pero la vi y me tuvo que atrever. Fui, sonrió, ella también se sacó los audífonos y me preguntó de frente que estaba escuchando", expresó.

"Le dije que estaba escuchando Carlos Vives y se mató de la risa, yo también lo hice de los nervios. De repente ella me dijo que tenía que bajar y no supe que hacer", añadió.

Finalmente, el muchacho identificado como Diego Alvarez, le envió un mensaje a la joven que conoció en el Metropolitano. "Tú sabes quién soy. Si vez este mensaje estoy al frente de Latina. Si alguien la conoce háganle saber".

Fuente:

**el Popular**



## Herramienta 2: ¿Qué es el amor? (en una canción)

### ¿De qué trata?

Elabora una radiografía de la letra de canciones de amor con tu público para explorar qué mitos refuerzan.

**Número de participantes:**  
Sin mínimo de participantes

### ¿A quién se dirige?

Jóvenes y adultos, comunicadores

### ¿Cuánto tiempo necesito?

10 minutos por participante

### ¿Qué se necesita?

- ✓ Ruleta pequeña o grande, dependiendo de tu intervención.
- ✓ Papelógrafos o banner
- ✓ Post-its y plumones delgados de 02 colores
- ✓ Formato de Radiografía de una canción de amor
- ✓ Playlist de Spotify con canciones de amor<sup>6</sup>
- ✓ Video ¿Qué cantamos cuando cantamos?<sup>7</sup>

### Revisa las listas populares románticas de Spotify



### Mira el video ¿Qué cantamos cuando cantamos?



<sup>6</sup> Spotify - Listas populares románticas. <https://open.spotify.com/genre/section0JQ5IMCbQBLn5Xu0070AQB> Actualizada diariamente por la aplicación.

<sup>7</sup> ¿Qué cantamos cuando cantamos? <https://www.youtube.com/watch?v=4xKEwUwpaWc> Elaborado por estudiantes del curso de Producción de Materiales Educativos Comunicacionales de la EP Ciencias de Comunicación – UNSAAC en 2023.



## ¿Qué pasos seguir?



### ✓ Prepara tu material:

- ◆ Descarga el video ¿Qué cantamos cuando cantamos? Y reproducélo para tus participantes
- ◆ Selecciona canciones románticas para analizar. Enuméralas por cada espacio que tengas en la ruleta.
- ◆ Organiza las letras de canciones por escrito.
- ◆ Imprime las letras completas de la canción.
  - Para intervenciones itinerantes: en tamaño A4
  - Para intervenciones fijas: papelógrafo o banner.
- ◆ Prepara una selección de la letra según el nivel de dificultad que desees para tu público

### ✓ Prepara a tus participantes:

- ◆ Explícales cuantas canciones escucharán y por cuanto tiempo. Pídeles que analicen cómo se habla del amor.
- ◆ Enséñales el formato de Radiografía de una canción de amor, para saber cómo analizarán la canción.
- ◆ Ofréceles repetir la canción, si lo necesitan.

### ✓ Inicia la dinámica:

- ◆ Reproduce la canción o el estribillo específico.
- ◆ Anota con tus participantes qué partes se refieren al amor y cómo, siguiendo el formato de la radiografía.
- ◆ Coloca los comentarios directamente sobre la hoja o con post-its si piensas reutilizar el formato. Usa un solo color de post-its o de lapicero/plumón.

### ✓ Reflexiona con tus participantes:

- ◆ ¿Qué mitos del amor promueve la canción?

### ✓ Cierra la dinámica:

- ◆ Invítalos a escribir cómo podría cambiarse la letra. Usa el otro color de post-its o de lapicero/plumón.

## ¿Dónde puedes usarlo?



- ✓ Intervenciones en espacio público, fijas u itinerantes.
- ✓ También puedes adaptarlo al trabajo en aula o en talleres con comunicadores.

### Extra

Si tienes en mente participantes en un rango de edad específico, selecciona las canciones acordes para que puedan reconocerlas. Adapta el ejercicio a un nivel de dificultad y tiempo disponible.

Para un nivel medio-bajo de dificultad y realizar la intervención itinerante (al paso) en poco tiempo es recomendable seleccionar estribillos específicos de la canción. Si crees que el público está preparado para un nivel de dificultad más alto y tu público puede invertir tiempo en el ejercicio, retalos con la letra completa.

## RADIOGRAFÍA DE UNA CANCIÓN DE AMOR

Coloca aquí un párrafo de una canción y analiza qué sentidos cobra el amor en la canción:

"TODA, ENTERA Y TUYA":  
AMOR COMO POSESIÓN

"DESESPERADAMENTE":  
AMOR COMO PÉRDIDA, ALTERACIÓN

"AUNQUE MI VIDA CORRA PELIGRO":  
AMOR POR ENCIMA DE LA VIDA

"HAZ TODO LO QUE SUENAS  
CONMIGO": AMOR COMO CONTROL

¡Ahora te toca!



## Herramienta 3: Candy en el amor

### ¿De qué trata?

Usa un reportaje sobre la popular serie "Candy" para derribar los principales mitos del amor romántico.

### Número de participantes:

Sin mínimo de participantes

### ¿A quién se dirige?

Mujeres adultas y adultas mayores, comunicadores

### ¿Cuánto tiempo necesito?

10 minutos por participante

### ¿Qué se necesita?

- ✓ Palitros de colores y una pelota (para derribar)
- ✓ Laptop o tablet con acceso a internet
- ✓ **Etiquetas del amor romántico**
- ✓ **Reportaje Los amores de Candy<sup>8</sup>**

### ¿Qué pasos seguir?



#### ✓ **Prepara tu material:**

- ◆ Imprime las Etiquetas del amor romántico.
- ◆ Descarga el reportaje Los amores de Candy.
- ◆ Organiza los palitros y asigna a cada uno un número de etiqueta.

#### ✓ **Prepara a tus participantes:**

- ◆ Pregunta a tus participantes si conocen la historia de Candy.
- ◆ Explícales que verán un reportaje resumen de la serie, con énfasis en las relaciones amorosas de la protagonista.

### Mira el reportaje Los amores de Candy



<sup>8</sup> YouTube - Los amores de Candy: grandes momentos de esta tierna historia de amor infantil <https://www.youtube.com/watch?v=a7nldDX6k8U> Reportaje emitido en el programa El dominical de Panamericana de Panamericana Televisión (2013)



✓ **Inicia la dinámica:**

- ◆ Reproduce el reportaje.
- ◆ Con ayuda de las etiquetas de amor romántico, pregunta a tus participantes ¿qué mitos del amor romántico encuentras en la historia de Candy?

✓ **Reflexiona con tus participantes:**

- ◆ Reúne los mitos que más se repiten e invita a tus participantes a explicar cómo aparecen en la historia.

✓ **Cierra la dinámica:**

- ◆ Invita a tus participantes a tumbar los mitos con los palitroques. Los mitos que "queden de pie" pueden explorarse con preguntas adicionales.
- ◆ ¿En qué otro tipo de historias hemos visto este mito reflejado?
- ◆ ¿Por qué es un mito? ¿Cuál es la realidad?
- ◆ ¿Qué harías si tuvieras una amiga como Candy? ¿Qué le dirías para evitar el mito?

¿Dónde puedes usarlo?



Puedes usarlo como parte de talleres con mujeres de distintas edades, principalmente adulta o adultas mayores que crecieron viendo esta serie.

**Extra**

Puedes adaptar el ejercicio a otra novela popular o una película, lo que te dará oportunidad de trabajar con públicos de distintas edades. También puedes incorporarlo al trabajo en aula para educar sobre consumo crítico de los medios.

## ETIQUETAS DEL AMOR ROMÁNTICO



1 El amor aguanta todo



8 Quien bien te quiere, te hace llorar



2 Todos tienen su media naranja



9 La felicidad se alcanza en pareja



3 Amar puede cambiarnos



10 Todas tenemos un príncipe azul



4 Amar es lo más importante



11 Más te cela, más te quiere



5 Existe el amor a primera vista



12 Polos opuestos se atraen



6 El amor duele



13 Más me pegas, más te quiero



7 Del amor al odio hay un paso

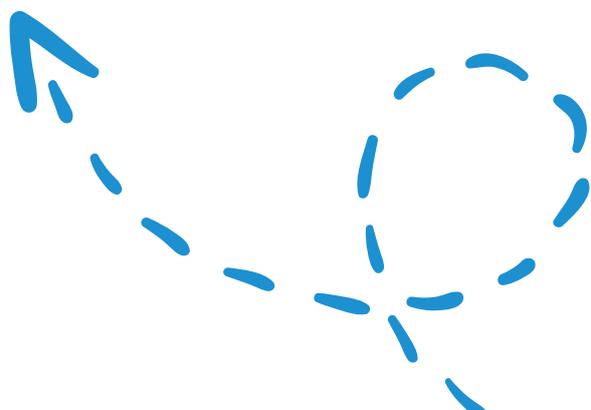


14 Donde hubo fuego, cenizas quedan

## 1.4. Mensajes clave

A continuación, listamos algunos mensajes clave en los que puedes inspirarte para adaptar las herramientas o las reflexiones en torno a los mismos. Selecciona aquellos que refuercen tus objetivos de taller, clase, contenido mediático o intervención en calle.

- › Yo soy mi amor más grande, no puedo vivir sin mí.
- › No eres la media naranja, naciste completa. La pareja te acompaña en tu crecimiento personal. Ninguna pareja te transforma, ni te hace ser "tu mejor versión".
- › En el amor, todo empieza por mí, ser fiel a mi mismo.
  
- › **El amor es...**
  - Darle al otro la posibilidad de que sea la persona que es
  - Más que besos y flores, es respeto, confianza y compromiso
  - Un esfuerzo de a dos que no siempre resiste las tormentas.
  
- › Quien te quiere bien no te pondrá límites, te hará volar.
- › Afecto y maltrato son incompatibles, celar no es amar
- › El amor no es violento, el amor no debería dar miedo
- › Control y la posesividad no son demostraciones de afecto.
- › El amor no duele, la violencia sí



# Capítulo 2



**Violencia de Género  
contra las mujeres:**  
Fortalecer la prevención  
desde los Medios de  
Comunicación

## Estereotipos en las relaciones de pareja

GUÍA PARA  
COMUNICAR Y EDUCAR SOBRE  
GÉNERO EN EL ESPACIO PÚBLICO,  
AULA Y MEDIOS

## 2.1. Introducción

### Violencia de género y relaciones de pareja



En Perú, una parte importante de los prejuicios y actitudes que socaban el empoderamiento de mujeres jóvenes y adultas está vinculado a la experiencia en pareja. Los datos nacionales revelan que las mujeres conviven con distintas formas de violencia por parte de sus parejas: física, psicológica y económica. El poder que ejercen se expresa en prohibiciones, amenazas, chantaje, sustracción de dinero, acciones de hostigamiento y persecución; situaciones que pueden empeorar cuando existen hijos o una unión previa.

La violencia es parte del día a día de muchas mujeres y manda un poderoso mensaje a las mujeres **en la etapa en la que se encuentren con su pareja**. La comunicación permite potenciar procesos de empoderamiento siempre que esté acompañada de otras estrategias (informativas, educativas y motivadoras). La principal tarea es visibilizar o maximizar el reconocimiento sobre la forma en que deben ser las relaciones, porque a través de estos ideales se justifican distintos niveles y formas de violencia. Con esa base es posible gatillar procesos de reflexión en torno a la violencia de género y cómo nos afectan.

## 2.2. Estereotipos en las relaciones de pareja

### Las mujeres cuidan mejor



El estereotipo incide en la **recarga de tareas de cuidados** asociados a tareas domésticas, alimentación, salud y otros en la madre; y le atribuye una capacidad innata o biológica a ella y a otras mujeres de la familia para cuidar. Ello la vuelve la más adecuada para cuidar de hijos, hijas, adultos mayores y/o enfermos en el hogar. Exalta cualidades estereotípicas de las mujeres, tales como ser cariñosas, pacientes y empáticas. Al hombre se le acusa de ser, por naturaleza, todo lo contrario.



<sup>9</sup> Ver ENARES 2019. Un 55.2% de mujeres actualmente unidas sufrieron violencia psicológica por parte de su pareja alguna vez.

## Padre proveedor, madre cuidadora

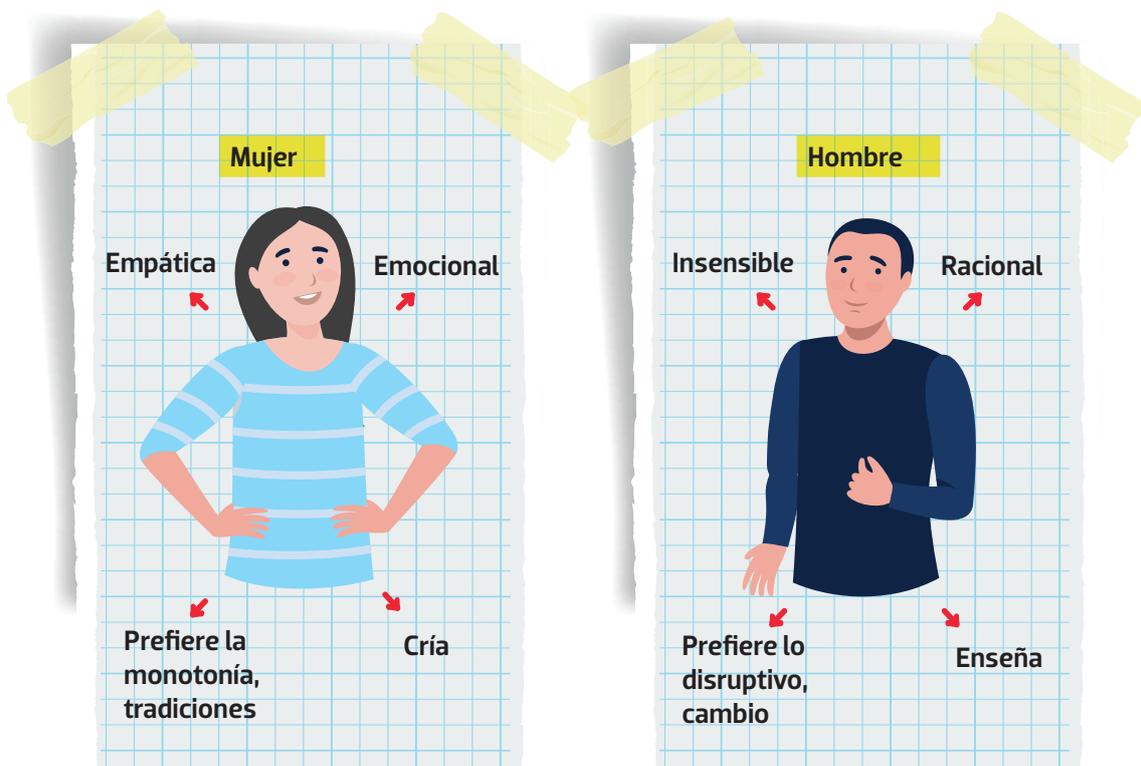
Este estereotipo señala responsabilidades para cada integrante de la pareja. Se exalta al padre como la persona que trae el pan a la mesa y, por ello, el sobreviviente por excelencia. Bajo esta mirada, el rol de la madre es más bien secundario, complementario. Padre y madre no pueden intercambiar o compartir roles, cada uno se encarga de lo suyo.

Presentando al hombre como proveedor, no solo se le exime de la responsabilidad del hogar y se le presenta como inadecuado para asumirlas. También se le asigna el derecho al trabajo remunerado y se resta importancia a las labores de cuidado a cargo de la mujer. Y es que, bajo esta mirada, cuidar no es proveer, un trabajo.



## ¿POR QUÉ LA MUJER (VIDA MEJOR)?

Miradas estereotípicas de género



# 25 Herramientas para abordar los mitos y estereotipos de género

## 2.3. Herramientas para combatir los estereotipos

Recurso	Descripción
 Se requieren dos para el drama	Usa un guion para despertar la discusión sobre los roles y actitudes asumidos en parejas en situaciones de violencia. Practica otros desenlaces o situaciones posibles.
 Se dice...	Un par de dados te permiten aprovechar información en afiches sobre estereotipos de hombres y mujeres en ferias o espacio público.
 Historoles	Usa un cortometraje para plantear qué pasaría en un mundo donde mujeres y hombres cambian roles, y cómo afectaría su vida doméstica y en pareja.
 La escuela del hogar	Usa publicidad disruptiva de "La escuela del hogar" en una cabina para animar a tus participantes a romper sus propios estereotipos.



## Herramienta 1: Se requieren dos para el drama<sup>10</sup>

### ¿De qué trata?

Usa un guion para despertar la discusión sobre los roles y actitudes asumidos en parejas en situaciones de violencia. Practica otros desenlaces o situaciones posibles.

### Número de participantes:

02, 04 o 06 participantes

### ¿A quién se dirige?

Jóvenes, ciudadanos

### ¿Cuánto tiempo necesito?

20 minutos por pareja

### ¿Qué se necesita?

- Cartillas **Se requieren dos para el drama**
- Papel y lápiz
- Tarjetas de cartulina de colores

### ¿Qué pasos seguir?



#### ✓ Prepara tu material:

- ◆ Imprime las cartillas por ambos lados.
- ◆ Entrega a cada participante papel y lápiz.
- ◆ Elabora un material sobre qué es el amor romántico y qué tipo de mitos existen al respecto. Puedes usar como referencia la información del capítulo de esta guía.

#### ✓ Prepara a tus participantes:

- ◆ Explica a tus participantes que van a leer un guion sobre situaciones de violencia entre parejas.
- ◆ En base a ello reflexionarán con unas preguntas seleccionadas por cada situación.
- ◆ Agrúpalos en parejas, de ser posible mixtas.

#### ✓ Inicia la dinámica:

- ◆ Entrega una cartilla por cada pareja.
- ◆ Pídeles que lean con atención cada situación.
- ◆ Si estás trabajando en grupo (más de una pareja), pídeles que actúen la situación en guion.
- ◆ Al terminar cada actuación pide a las parejas y a los participantes que anoten en las tarjetas



<sup>10</sup> Guiones extraídos del Kit de herramientas: Guía para facilitadoras, facilitadores y agentes comunitarios (MIMP, 2023)

palabras clave en referencia a las sensaciones o ideas que les despertó el guion.

- ◆ Luego pide que lean las preguntas de cada escena y que reflexionen en torno a ellas. Cada sociodrama tiene una batería de preguntas.
- ◆ Pueden anotar sus principales conclusiones en papel.

#### ✓ **Reflexiona con tus participantes:**

- ◆ Pide a cada pareja que comparta con el resto:
  - Lo que les pareció más interesante del debate o qué pregunta les resultó más reveladora
  - En la escena, ¿qué estereotipos pueden encontrar sobre hombres y mujeres en una relación?
  - Desde su perspectiva ¿cómo afectan estos estereotipos la forma en que cada personaje actúa?
- ◆ Si estás trabajando en un taller en grupo: pide al resto que aporten más ideas sobre estereotipos que se encuentran escondidos en la escena.

#### ✓ **Cierra la dinámica:**

- ◆ Pide que expliquen cómo les gustaría que termine el relato de su tarjeta.

#### ¿Dónde puedes usarlo?



Como parte de los ejercicios en talleres mixtos.

#### **Extra**

Esta herramienta también puede ser usado como dinámica de socio drama para incorporar enfoque de género en talleres de guion con estudiantes de comunicación y/o como dinámica en sesiones de preparación para concursos sobre cortometrajes de género.

## SE REQUIEREN DOS PARA EL DRAMA

### Sociodrama 1: Amelia y Rogelio

**Control:** música andina. Puerta que se abre y se cierra. Se acercan pasos. Ollas que se destapan una tras otra.

**ROGELIO:** (SE SORPRENDE Y SE MOLESTA) No hay nadie ¡Y esta Amelia, no ha cocinado nada!, ¿Y a dónde se habrá largado? (LLAMA) ¡Ameliaa! ¡Ameliaa!

**AMELIA:** (DESPERTÁNDOSE CON PEREZA) ¡Uy, me quedé dormida!

**ROGELIO:** (SE DA CUENTA QUE AMELIA ESTABA DORMIDA) ¡¡Queee!! ¿¿¡¡Estabas durmiendo!!??

**AMELIA:** (TRATA DE DISCULPARSE) Es que llegué de mi control con la obstetrix, estuve un poco cansada y me quedé dormida.

**ROGELIO:** ¡Y por eso no has cocinado nada ociosa! ¿Qué le estás enseñando a tu hija? ¡Nada! ¡Si ya tiene 7 años y no sabe hacer nada como tú! ¿Y ahora qué voy a comer?

**AMELIA:** Ahorita, hago algo rápido (SE ESCUCHA QUE INTENTA AGARRAR LA SARTÉN)

**ROGELIO:** (CON FURIA LE QUITA LA SARTEN, LA EMPUJA Y ELLA CAE AL SUELO. ENARDECIDO LE GRITA) ¡Sal de acá oye bruta, uno trabajando como burro y la inútil de la mujer solo sabe dormir! ¡Ahora vas a ver!

**AMELIA:** (MUY ASUSTADA) ¡No, no, Rogelio, no me pegues!

**ROGELIO:** (MACHITO) ¡Te lo mereces por inútil! (SUENA UN LAPAZO). (SE EMPIEZA A ESCUCHAR LOS GOLPES, PUÑETES, PATADAS) ¡Toma! ¡Toma! ¡Ociosa de miércoles, para que aprendas!

**AMELIA:** (LLORANDO RUEGA PIEDAD) ¡No Rogelio no me patees en la barriga, puede hacerle daño al bebe, no por favor!

**ROGELIO:** (ENARDECIDO Y FUERA DE SI) Cállate, ¡Mujer tenías que ser!

**Control:** se escuchan los golpes secos de rogelio y los quejidos de dolor de Amelia al recibirlos. Van subiendo de volumen y luego va bajando hasta desaparecer.

## SE REQUIEREN DOS PARA EL DRAMA

### Pregunta a tu pareja

- > ¿Qué comentarios tienen sobre esta situación?
- > ¿Por qué Rogelio actúa en forma violenta ?
- > ¿Cómo se dan los roles en esta pareja ?
- > ¿Qué estereotipos o creencias sobre lo que deben hacer o sentir hombres y mujeres quedan implícitos en esta escena?
- > ¿Quién ejerce poder y por qué?
- > ¿Qué consecuencias podría traer esta violencia?

## SE REQUIEREN DOS PARA EL DRAMA

### Sociodrama 2: María y Pedro

Control: efecto de pasos y llaves que abren la puerta.

**MARIA:** (CANSADA) ¡Uff, por fin! En casita, ¡Estoy agotada pero contenta! La señora me ha dicho que me aumentará porque la limpieza que le hago es buena... niños ¿Cómo les fue?

**NIÑO:** (ALEGRE) ¡Mamá ya llegaste!

**NIÑA:** (IRÓNICA) ¡Mamá, por fin!

**MARIA:** (CARIÑOSA) Ahorita les caliento la comida

**NIÑO:** (ENTUSIASMADO) ¡Sí mamá, tengo hambre!

**MARIA:** Y su papá, ¿no ha llegado?

**NIÑA:** Ni su sombra

**MARIA:** Ya niños, ahorita van a comer porque tienen que dormirse, ya es tarde.

Control: efectos de sonido cocinando, platos, luego se escucha puerta que se abre y se cierra. Pasos tambaleantes de una persona ebria.

**CESAR:** (CANTANDO BORRACHO) ¡Se va y se va con el coche de su madre!... Jajajajajaja... ¡El coche de su madre! ¡Ya llegué!! ¡Mi comida, mi comida María!

**MARIA:** ¡Ay César, otra vez borracho, mira cómo estás!

**CESAR:** (HABLA BORRACHO) ¡Yo soy así pues!... ¡Ya no molestes y sírveme tengo hambre! y rápido si no quieres que te caiga tu chiquita!

Control: efecto de sonido de persona que sirve la comida. Luego se escucha que alguien come todo mal como un borracho. Luego se funde con ambiente de noche: solo grillos.

**CESAR:** (ALGO MÁS CUERDO, PERO SIEMPRE MACHISTA) Ya María, ya terminé de comer, ahora te tengo que comer a ti....

**MARIA:** Que hablas César, ya duérmete.

**CESAR:** (SE QUIERE MOLESTAR) Qué duérmete oye, ven, ven que tengo ganas.

**MARIA:** (TRATA DE EXPLICARLE BONITO) No César, no me siento bien, estoy cansada...entiende por favor....

**CESAR:** (LA CORTA BRUSCAMENTE) Entiéndeme tu a mí, soy hombre, tengo necesidades, para eso estás tú acá. Ya ven y no digas nada más.

**MARIA:** (EFECTO PENSANDO) Es mi deber cumplir con mi esposo. Para eso soy su esposa.

**CESAR:** (BRUSCO) ¿¡¡Ya!!? ¿¡¡Qué piensas!!?

**MARIA:** (SUMISA) Ya César .....está bien...ya voy....

Control: cortina musical melancólica.

## SE REQUIEREN DOS PARA EL DRAMA

### Pregunta a tu pareja

- > ¿Que opinan de esta historia?
- > ¿Qué está ocurriendo y por qué?
- > ¿Está bien lo que piensa María?
- > ¿Es el deber de María tener relaciones sexuales con su esposo cuando no desea?
- > ¿Qué estereotipos o creencias sobre lo que deben hacer o sentir hombres y mujeres quedan implícitos en esta escena?
- > ¿Podrá existir violación dentro del matrimonio?

## SE REQUIEREN DOS PARA EL DRAMA

### Sociodrama 3: Juana y Pedro

**Control:** ambiente de un mercado lleno de gente, donde Juana vende verduras.

**CASERA:** Cóbrese Juana, ¿cuánto le debo?

**JUANA:** Cuatro soles caserita

**CASERA:** ¡Gracias! ¡Hasta luego!

**JUANA:** A usted (UNA PAUSA) uff es hora de ir levantando el puesto y a casita

**Control:** cortina musical de cambio de escena. Se mezcla con ambiente de calle transitada

**JUANA:** (PENSANDO MIENTRAS CAMINA) ¡Verdad, Pedro dijo que hoy día llegaba!...  
(PESIMISTA) Diiijo, porque nunca cumple lo que dice, espero que traiga dinero, años de cubrir los gastos de la casa sola

**Control:** puerta que se abre y cierra.

**NIÑA:** (SOLLOZANDO) Mamá llegaste...

**JUANA:** (CON CARIÑO) Ya estoy acá! (SE DA CUENTA DE SU HIJA) ¿Qué pasó hijita, has estado llorando?

**NIÑA:** Mi papá vino y nos pegó

**JUANA:** Pero, ¿Por qué les pegó?

**NIÑO:** Dijo que hacíamos bulla...

**NIÑA:** Mamá, siempre nos pega mi papá...

**JUANA:** Ya hijita, tranquila, yo voy a hablar con él.

**NIÑO:** Siempre dices eso y nunca le dices nada.

**JUANA:** Ahora sí le digo hijito... ahora SI LE DIGO

**Control:** puerta que se abre...y se cierra.

**JUANA:** (PRESUROSA ANTES QUE SE CIERRE LA PUERTA) ¡¡Hijos, hijos, escóndanse mejor, es su papá seguro!!

**Control:** pasos presurosos de los niños que corren se funde con cortina musical de cambio de escena. Efectos sonoros de ambiente de mercado, vendedores y compradores se confunden en un mar de palabras.

**VECINA:** ¡Felicitaciones Juana! ¡Usted es la nueva secretaria de actas del mercado!

**JUANA:** ¡Gracias vecina!

**VECINA:** Su esposo estará muy orgulloso de usted.

**JUANA:** Si supiera vecina que aún no le digo que me eligieron dirigente, espero que no ponga el grito en el cielo...

**Control:** cortina musical melancólica de cierre de la historia.

## SE REQUIEREN DOS PARA EL DRAMA

### Pregunta a tu pareja

- > ¿Qué opinan sobre esta historia?
- > ¿Qué opinión tienen de Juana?
- > ¿Qué debería hacer Juana?
- > ¿Qué estereotipos o creencias sobre lo que deben hacer o sentir hombres y mujeres quedan implícitos en esta escena?
- > ¿Cómo podríamos cambiar esta historia?



## Herramienta 2: Se dice...

### ¿De qué trata?

Un par de dados te permiten aprovechar información en afiches sobre estereotipos de hombres y mujeres en ferias o espacio público.

### Número de participantes:

Sin mínimo de participantes

### ¿A quién se dirige?

Jóvenes o adultos, ciudadanos

### ¿Cuánto tiempo necesito?

5 minutos por persona

### ¿Qué se necesita?

- Dados
- Afiche **Las mujeres son...**
- Afiche **Los hombres son...**
- Panel para pegar cartulinas
- Cartulinas A5 o tamaño similar
- Maskin tape
- Lapiceros o plumones delgados
- Stickers pequeños (círculos, estrellas)

### ¿Qué pasos seguir?



#### ✓ Prepara tu material:

- ◆ Imprime los afiches de esta herramienta en tamaño A4 o A3. Pégalos sobre una base firme como una pizarra o foam. Puedes adaptarlos a un cartel sobre una mochila.
- ◆ Selecciona un par de dados. Si es posible elabora dados grandes pues los usarás en calle.
- ◆ Prepara un panel donde puedas colocar mensajes o respuestas de la gente. Escribe un titular: ¿por qué cree que esos estereotipos están tan extendidos y cómo los superamos?
- ◆ Selecciona plumones (para panel) o lapiceros (para ánfora)
- ◆ Corta cartulinas para entregar a participantes.
- ◆ Prepara información o material adicional sobre los estereotipos para entregar a tus participantes.

✓ **Prepara a tus participantes:**

- ◆ Invita a personas en la una feria o en la calle para jugar el juego. Puedes acercarte a ellas o determinar una dinámica de enganche (ej. premio o parte de un circuito).
- ◆ Explícales que el objetivo de la dinámica es revisar lo que se dice sobre hombres y mujeres, y recolectar reacciones sobre ellos.

✓ **Inicia la dinámica:**

- ◆ Pide a tus participantes que lancen los dados. Les saldrán dos números del 1 al 6.
- ◆ Revisen juntos los afiches. Elige con cada número una característica de cada afiche para discutir.
- ◆ Pídeles su opinión sobre el estereotipo: ¿Es cierto lo que se dice sobre hombres y mujeres?

✓ **Reflexiona con tus participantes:**

- ◆ En base al estereotipo que les tocó, pide a tus participantes que escriban una reflexión sobre los estereotipos:
  - De un lado: ¿por qué cree que esos estereotipos están tan extendidos?
  - Del otro lado: ¿cómo superamos los estereotipos?

✓ **Cierra la dinámica:**

- ◆ Coloca las respuestas en el panel. Mostrando siempre el lado de la respuesta a ¿por qué cree que esos estereotipos están tan extendidos?
- ◆ Entrega a tus participantes información adicional sobre el tema de estereotipos. Invita a las personas a puntuar las otras respuestas colocándoles stickers.

¿Dónde puedes usarlo?

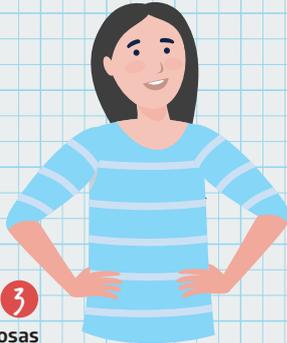


En intervenciones en espacio público, sea en calle o ferias.

**Extra**

Puedes usar las respuestas a la pregunta ¿por qué cree que esos estereotipos están tan extendidos? para ejercicios con otros públicos o en conferencias, testimonios o para sistematizar la opinión del público en la feria.

## LAS MUJERES SON...



**1**  
**Miedosas y lloronas**  
(no se arriesgan, buscar protección)

**2**  
**Sumisas y comprensivas**  
(son obedientes obedecer, no se oponen ni expresan sus ideas, tolerantes, permisivas, dispuestas a perdonar infidelidades)

**3**  
**Tiernas y cariñosas**  
(demuestran sentimientos positivos, se sienten a gusto con muestras públicas de afecto)

**4**  
**Cuidadoras**  
(hábil para cuidar niños, niñas, personas mayores y enfermos, están al servicio y cuidado de otros)

**5**  
**Hábiles para la cocina y limpiar**  
(hacen tareas en la casa y disfrutan de la responsabilidad doméstica)

**6**  
**Buenas organizando**  
(organizan a las personas y equipos, buenas dialogando y negociando con otros, piden apoyo y escuchan a otros)

## LOS HOMBRES SON...



**1**  
**Mujeriegos e infieles**  
(son enamoradizos, coquetos y presumen sus conquistas)

**2**  
**Hábiles para hacer reparaciones**  
(los motiva usar tecnología y herramientas)

**3**  
**Poco afectivos**  
(no les gusta expresar cariño por otras personas, son herméticos con sus sentimientos y no les gusta pensar sobre ello)

**4**  
**Buenos líderes**  
(dirigen y destacan haciéndolo, son buenos para delegar y decir a otros qué hacer, no escuchan y toman decisiones difíciles)

**5**  
**Valientes y no lloran**  
(esconden temores y miedos, o no los sienten, esconden sus sentimientos de dolor y cólera, protectores)

**6**  
**Agresivos**  
(juegan bruscamente, usan la violencia en vez del diálogo, buscan humillar y dominar al otro)



### Herramienta 3: Historoles

#### ¿De qué trata?

Usa un cortometraje para plantear qué pasaría en un mundo donde mujeres y hombres cambian roles, y cómo afectaría su vida doméstica y en pareja.

#### Número de participantes:

02+ participantes

#### ¿A quién se dirige?

Jóvenes y adultos (con pareja)

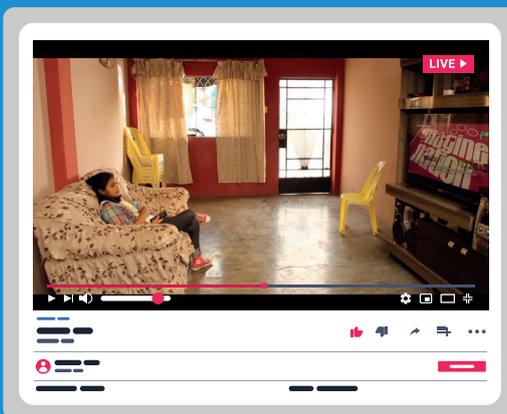
#### ¿Cuánto tiempo necesito?

10 minutos por persona

#### ¿Qué se necesita?

- Laptop o tablet con acceso a internet
- Lapiceros y plumones delgados para tomar notas
- Post its de colores
- **Formato Nuestro escudo**
- Formato de Storyboard para historoles
- Video Cambio de papeles<sup>11</sup>
- Opcional: Material informativo sobre tipos de violencia de género

#### Mira el video Cambio de papeles



<sup>11</sup> YouTube - Cambio de papeles (MIMP, 2018): <https://www.youtube.com/watch?v=XBf7Flsbpd4>



## ¿Qué pasos seguir?



### ✓ Prepara tu material:

- ◆ Prepara una laptop o tablet con conexión de internet o descarga el video Cambio de papeles.
  - ◆ Imprime copias del escudo familiar en esta guía.
  - ◆ De ser posible, entrégales una libreta o papelería con mensajes alusivos a los tipos de violencia de género.
  - ◆ Elabora un storyboard. Puedes copiar el que se encuentra en esta herramienta.
- Imprímelo en blanco o con escenas específicas si deseas destacar o acelerar la dinámica.
  - Adapta una versión en papelógrafo si implementas la dinámica en espacio público.

### ✓ Prepara a tus participantes:

- ◆ Explícales que verán un video sobre los estereotipos de género en pareja y en familia.
- ◆ Entrégales el material de violencia de género.
- ◆ Pídeles que identifiquen los estereotipos presentes o que se desafían.

### ✓ Inicia la dinámica:

- ◆ Reproduce el video y reflexiona con tus participantes.
- ◆ Invítalos a repasar las escenas con un formato de Storyboard de esta herramienta.
- ◆ Pueden colocar sus apreciaciones con post its sobre el storyboard.

### ✓ Reflexiona con tus participantes:

- ◆ ¿Cuántos estereotipos pudiste encontrar?
- ◆ ¿Quiénes asumen mayormente las responsabilidades domésticas de tu familia/pareja? ¿Por qué?
- ◆ ¿Quiénes desarrollan más actividades remuneradas? ¿Cómo impacta esto en la historia del video?
- ◆ ¿Pudiste detectar otros aspectos de violencia de género?

### ✓ Cierra la dinámica:

- ◆ Pide a tus participantes que armen un escudo usando el formato de esta herramienta.

## ¿Dónde puedes usarlo?

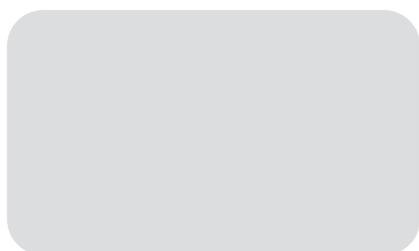


En intervenciones públicas fijas u itinerantes.

### Extra

Puedes usar esta clase de cortometrajes de ficción, con comunicadores y/o estudiantes de comunicación para reflexionar sobre cómo cambiar miradas de los roles de género en los medios, ahondando en los estereotipos que se generan al ponerse en los zapatos del otro y retratar a uno u otro género. También puede invitarse a los participantes a generar sus propios guiones basados en la premisa del video y explorar cómo abordarían la historia realizadores hombres y mujeres.

STORYBOARD PARA HISTORILES



ESCENA 1

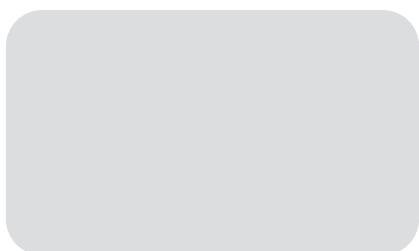
---

---

---

---

---



ESCENA 2

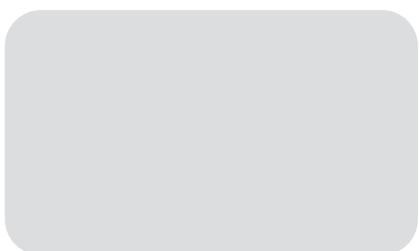
---

---

---

---

---



ESCENA 3

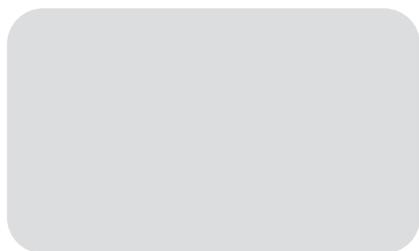
---

---

---

---

---



ESCENA 4

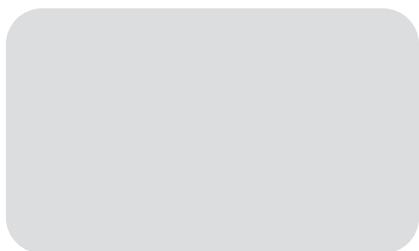
---

---

---

---

---



ESCENA 5

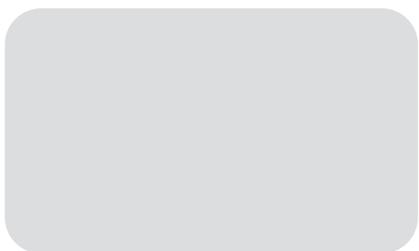
---

---

---

---

---



ESCENA 6

---

---

---

---

---

## EL ESCUDO DE MI FAMILIA / PAREJA

Nombre \_\_\_\_\_

Fecha \_\_\_\_\_

Instrucciones: Dibuja algo en cada sección para ilustrar los temas que aparecen en el escudo. Escribe 2 o 3 palabras que describan a tu familia en la última sección.

UNA FORTALEZA PARA  
MI FAMILIA / PAREJA

UN ESTEREOTIPO  
QUE SUPERAMOS

UNA TAREA QUE  
HACEMOS JUNTOS

EN ESTA FAMILIA / PAREJA  
Yo SOMOS -----



## Herramienta 4: La escuela del hogar

### ¿De qué trata?

Usa publicidad disruptiva de "La escuela del hogar" en una cabina para animar a tus participantes a romper sus propios estereotipos.

**Número de participantes:**  
Sin mínimo de participantes

### ¿A quién se dirige?

Hombres jóvenes y adultos, ciudadanos

### ¿Cuánto tiempo necesito?

10 minutos por participante

### ¿Qué se necesita?

- Cabina portátil
- Monitor o tablet
- Reproductor de video o laptop
- Tarjetas de cartulina u hojas A5
- Ánfora y lapicero
- Cartel de introducción a la dinámica
- Video de invitación
- **Cartillas La escuela del hogar**
- **Video La escuela del hogar**<sup>12</sup>
- Opcional: Grabadora de video o celular y auto instructivo sencillo para grabarse en video/celular.

### Mira el video La escuela del hogar



<sup>12</sup> YouTube – La escuela del hogar (La Villita, 2020): <https://www.youtube.com/watch?v=GNXQJgTJwAE>

## ¿Qué pasos seguir?



### ✓ Prepara tu material:

- ◆ Mapea el espacio y ubica tu cabina en un lugar sin mucho viento y libre de sonidos fuertes.
- ◆ Instala tu cabina. Explora opciones según tu presupuesto y condiciones del lugar.
- ◆ Incorpora un ánfora dentro de la cabina.
- ◆ Deja al alcance lapicero y cartulinas.
- ◆ Coloca un cartel llamativo. Por ejemplo: "Se buscan hombres al cuidado"
- ◆ Prepara un gancho para llamar la atención del público masculino. Por ejemplo, vincularlo a alguna campaña por el Día de San Valentín.
- ◆ Prepárate a documentar la intervención en video o fotografía.
- ◆ Elabora un video de invitación que pueda ser reproducido después del video principal. Pueden editar un texto al final del video o leer el discurso de ejemplo y adaptarlo a tus fines.
- ◆ Prepara un cartel para la cabina. Puede ser simple e indicar "Mira el video completo". O también puede dar cuenta de la campaña que estás emprendiendo.

### Pregunta a tu pareja

- > ¡Hola! ¿Te gustó el video? Ahora te toca a ti.
- > ¿Cómo superamos el estereotipo?
- > ¿Qué consejo le darías a un hombre a quien no le gusta hacer tareas del hogar?

### ✓ Prepara a tus participantes:

- ◆ Al ingresar a la cabina, los participantes deberán leer un cartel con indicaciones.
- ◆ No es necesario un facilitador en la cabina. Considéralo según tus condiciones de intervención.

### ✓ Inicia la dinámica:

- ◆ Reproduce el video de publicidad.
- ◆ Reproduce el video de invitación.

### ✓ Reflexiona con tus participantes:

- ◆ Invita a responder una pregunta a través del video.
- ◆ Deja preguntas adicionales dentro del ánfora, en las cartillas La escuela del hogar.

### ✓ Cierra la dinámica:

- ◆ Los participantes depositarán su respuesta en el ánfora.

### ¿Dónde puedes usarlo?



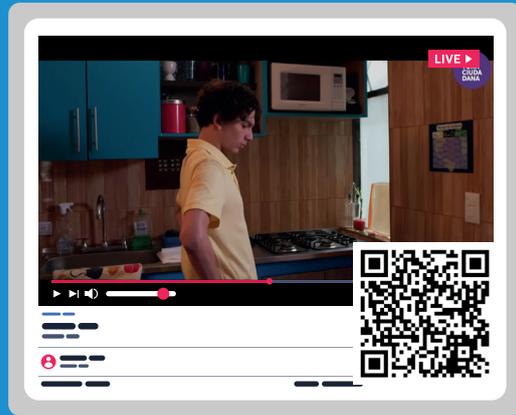
- Como intervención en el espacio público.
- Esta dinámica puede adaptarse para usar en aula. Lo importante es que cada participante mantenga su propio espacio separado para grabar. También puede dejarse como tarea para la clase.



### Extra

El video puede usarse como un ejemplo de campaña innovadora sobre relaciones de género en el hogar en el aula. Puedes usar videos complementarios para animar al público a grabar sus consejos para el hogar. O usar de referencia los videos de la Escuela virtual Hombres al cuidado<sup>15</sup>.

### Mira el canal de la Escuela virtual Hombres al cuidado



## (ARTILLAS): LA ESCUELA DEL HOGAR

¿Cómo podemos pasar de ser "ayudadores" en el hogar a "hacernos cargo"?

---

---

---

---

---

Escribe un consejo referido a las tareas del hogar para un amigo, hijo o hermano

---

---

---

---

---

¿Cómo superamos el estereotipo?

---

---

---

---

---

¿Qué consejo le darías a un hombre a quien no le gusta hacer tareas del hogar?

---

---

---

---

---



<sup>15</sup> YouTube: Escuela virtual Hombres al cuidado aquí: <https://www.youtube.com/@EscuelaVirtualHombresalCuidado/videos>



## 2.4. Mensajes clave

A continuación, listamos algunos mensajes clave en los que puedes inspirarte para adaptar las herramientas o las reflexiones en torno a los mismos. Selecciona aquellos que refuercen tus objetivos de taller, clase, contenido mediático o intervención en calle.

- Cuidar de otros no es cosa de mujeres, a cuidar se aprende.
- El tiempo de cuidar a otros tiene valor, reconozcámoslo.
- Co paternar es una responsabilidad.
- En casa ...
  - Todos y todas nos hacemos tiempo para cuidar.
  - Las tareas domésticas son responsabilidad de todos y todas.
  - No "ayudamos", compartimos los cuidados.
- Más hombres, menos machos. Ser hombre no es ser rudo o agresivo.
- Cuidar de uno mismo y de otros es importante para una vida en equilibrio.



# Capítulo 3



**Violencia de Género  
contra las mujeres:**  
Fortalecer la prevención  
desde los Medios de  
Comunicación

## Estereotipos de género en el campo laboral

GUÍA PARA  
COMUNICAR Y EDUCAR SOBRE  
GÉNERO EN EL ESPACIO PÚBLICO,  
AULA Y MEDIOS

## 3.1. Introducción:

Los estereotipos de género tienen un efecto sobre el acceso, la trayectoria y el liderazgo de las mujeres y los hombres en el mundo laboral. **Existen profesiones y oficios que se han asociado al género por años.** Los estereotipos en el campo laboral asocian el género a la capacidad de trabajo, o más grave aún, limitan las profesiones como apropiadas para un género u otro.



Así, por ejemplo, pueden surgir expresiones como "las mujeres trabajan menos que los hombres" y "estudiar ingenierías es cosa de hombres." Estos **estereotipos también afectan la brecha salarial** y son los culpables de que, frente a la misma tarea, algunas mujeres perciban una remuneración por debajo del estándar.

A la inversa, plantean barreras para los hombres que ingresan a estudiar carreras feminizadas o que desean dedicarse a oficios feminizados. **Bajos salarios, escasa valoración y pocos referentes** masculinos o femeninos en una carrera u oficio para futuros aspirantes, perpetúan los estereotipos.

## 3.2. Estereotipos de género en el campo laboral

### Hombre líder, mujer asistente

El hombre asociado al poder, a la política y en el ámbito público. Comúnmente es retratado como jefe o líder y la mujer como su asistente o en un rol de apoyo. Ella es relegada a labores menores, de asistencia, de cuidado y del hogar.

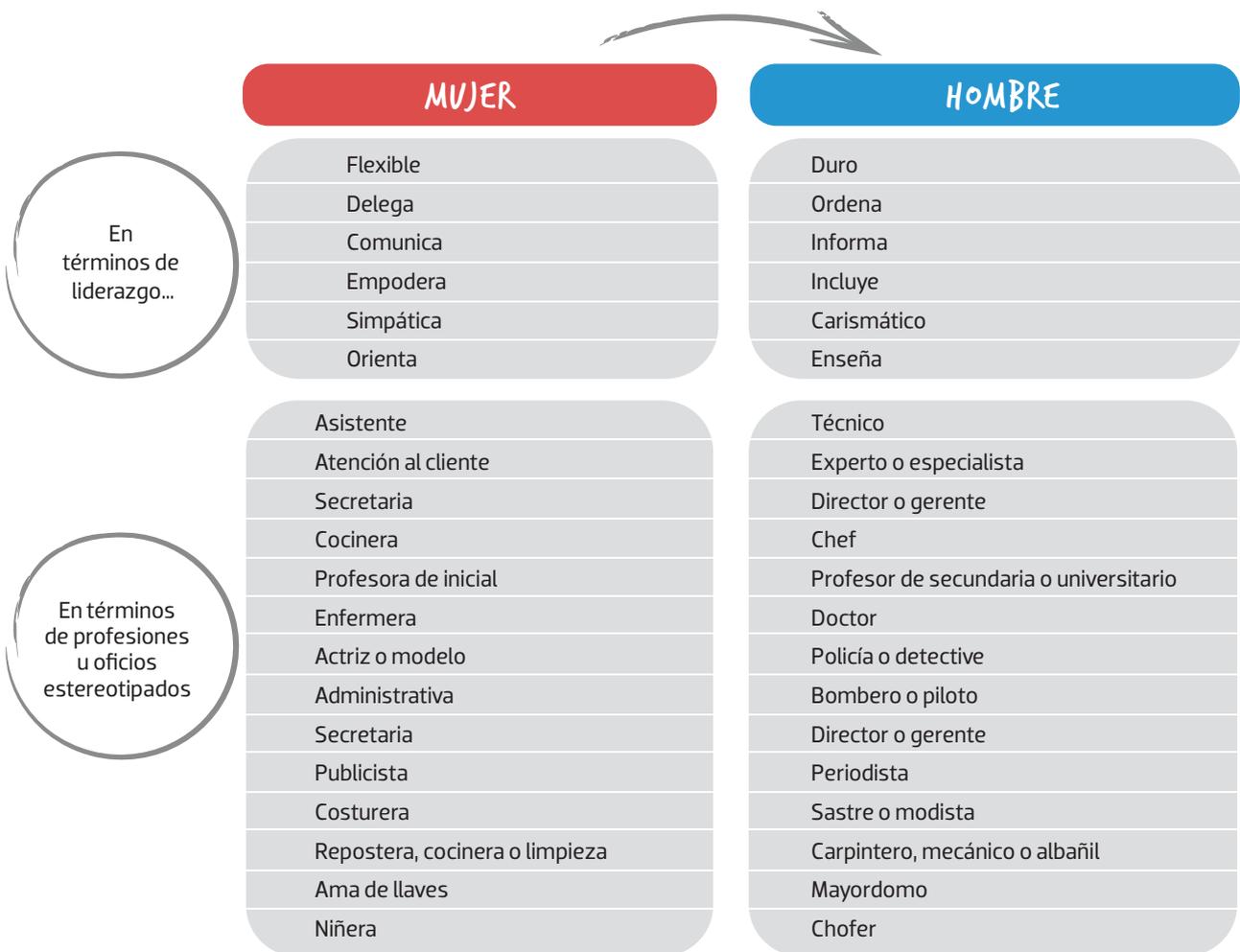
Esto también afecta las expectativas sobre el liderazgo de hombres y mujeres. El estereotipo identifica a la mujer como una líder más amable, que comparte, comprende, empodera o cuida a su equipo para aumentar el bienestar; y al hombre con un estilo más rígido y déspota que, sin embargo, logra resultados y se requiere en momentos de crisis y expansión.

## Hombre fuerte e inteligente, mujer débil e incapaz

Así, el hombre está hecho para superar situaciones peligrosas, pone su vida y cuerpo a disposición de la causa, profesión u oficio, es líder nato en situaciones de crisis. La mujer, por el contrario, no puede ejercer profesiones u oficios que pongan en riesgo su vida o demanden esfuerzo físico, porque se puede lastimar; pero tampoco puede exponerse física o socialmente relacionándose con personas fuera del círculo familiar.

Históricamente, a las mujeres se les ha asociado a oficios relegados al ámbito del hogar, tareas que no requieren esfuerzo físico, pero sí destrezas manuales o talentos específicos y atención al detalle. A los hombres, por el contrario, a tareas que requieren esfuerzo físico, ingenio y que incluso podrían considerarse riesgosas.

### MIRADAS ESTEREOTÍPICAS DE LIDERAZGO, PROFESIONES Y OFICIOS



# 25 Herramientas para abordar los mitos y estereotipos de género

## 3.3. Herramientas para combatir los estereotipos

Recurso	Descripción
 Empareja el cargo	Una dinámica con tablero para educar sobre las formas de oficios o profesiones en femenino. Ayuda a superar la costumbre, en español, de llamar todo por su pronombre masculino.
 Elige tu carrera... ¿o no?	Un formulario activa conversaciones en una charla de orientación sobre carreras. Logra que tus participantes ponderen una opción distinta llamando su atención sobre la brecha de género en carreras tradicionalmente y anímalas a explorar nuevas fronteras.
 Roles sin género para apasionados por su trabajo	Uso de un video testimonial para activar conversaciones sobre los estereotipos de género en profesiones, roles y oficios; demostrando que mujeres trabajando en un mundo de hombres y hombres desarrollando labores históricamente asociadas a la mujer, pueden desarrollar su pasión sin que su sexo o género sean cuestionados o se conviertan un impedimento para hacerlo bien y ser reconocidos por su trabajo.
 ¿Quién hace las noticias?	Usa los resultados nacionales del estudio ¿Quién hace las noticias? como punto de partida para discutir los estereotipos que se generan en torno a la figura de periodistas mujeres y brechas de género en el ámbito periodístico.
 Cartas de una graduada	Uso de una carta como herramienta comunicativa para despertar conversaciones en torno a las dificultades de mujeres en carreras tradicionalmente asociadas a los hombres, con dinámica de Café Mundial.



## Herramienta 1: Empareja el cargo

### ¿De qué trata?

Una dinámica con tablero para educar sobre las formas de oficios o profesiones en femenino. Ayuda a superar la costumbre, en español, de llamar todo por su pronombre masculino.<sup>14</sup>

### Número de participantes:

Sin mínimo de participantes

### ¿A quién se dirige?

Jóvenes y adultos, ciudadanos

### ¿Cuánto tiempo necesito?

05 minutos por participante

### ¿Qué se necesita?

- Preselección de profesiones u oficios<sup>15</sup>
- Cronómetro
- **Tablero Empareja el cargo**
- Opcional: Premios para los participantes

### ¿Qué pasos seguir?



#### ✓ Prepara tu material:

- ◆ Imprime el tablero Empareja el cargo para cada participante.
- ◆ Escribe en la parte izquierda del tablero profesiones u oficios en masculino. Deja la parte derecha en blanco. Puedes ver cómo queda en la página siguiente.

Soldado	Cocinero	Abogado	Obispo				
Presidente	Líder	Juez	Policía				
Árbitro	Sastre	Médico	Piloto				



<sup>14</sup> Basado en Empareja la profesión. Créditos: Superlapiz.com - Disponible en <https://superlapiz.com/feminismo/memory-dilo-en-femenino-pptx/>

<sup>15</sup> Puedes usar la elaborada por el Instituto de la Mujer de España (2006). Las profesiones de la A a la Z. En femenino y en masculino. Disponible en: <https://www.mujeresenred.net/IMG/pdf/lasprofesiones.pdf>

✓ **Prepara a tus participantes:**

- ◆ Entrega el tablero a tus participantes e indícales escribir el cargo opuesto solo si lo conocen.

✓ **Inicia la dinámica:**

- ◆ Reta a los participantes a escribir las versiones femeninas de los cargos en tiempo récord.
- ◆ Pon el cronómetro por 1, 2 o 3 minutos dependiendo de cuantos cargos hayas incorporado al tablero.

✓ **Reflexiona con tus participantes:**

- ◆ Verifica las respuestas. ¿Cuántos cargos u oficios en femenino no conocían?

✓ **Cierra la dinámica:**

- ◆ Premia al que le tome menos tiempo completar correctamente el tablero o a quien haya cometido menos errores.

> **¿Dónde puedes usarlo?**



- Como rompehielos en talleres mixtos.
- En intervenciones públicas fijas u itinerantes.

## TABlero EMPAREJA EL CARGO

¿Conoces la versión en femenino de cada cargo, profesión u oficio, a la izquierda? ¿Conoces a alguna mujer que lo ejerza?



## Herramienta 2: Elige tu carrera... ¿o no?

### ¿De qué trata?

Un formulario activa conversaciones en una charla de orientación sobre carreras. Logra que tus participantes ponderen una opción distinta llamando su atención sobre la brecha de género en carreras tradicionalmente y anímalas a explorar nuevas fronteras.

### Número de participantes:

Sin mínimo de participantes

### ¿A quién se dirige?

Adolescentes mujeres 5to de secundaria y postulantes a universidad.

### ¿Cuánto tiempo necesito?

20 minutos

### ¿Qué se necesita?

- **Formulario** ¿Qué carrera te gustaría estudiar?
- Lápices y hojas para participantes
- Video y/o presentación educativa del tema

### ¿Qué pasos seguir?

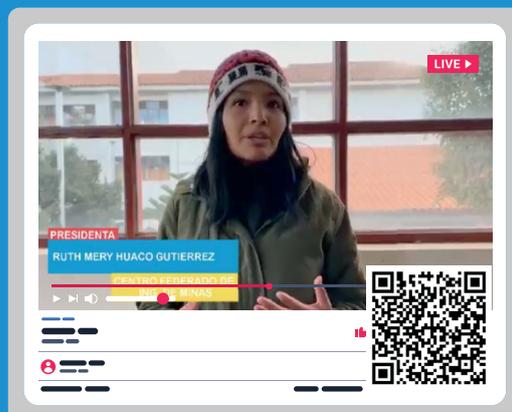


#### ✓ Prepara tu material:

- ◆ Determina sobre qué carrera deseas crear conciencia y desarrolla un discurso o presentación con datos.<sup>16</sup>
- ◆ Identifica cómo será tu grupo de participantes. Si es un grupo mixto, deberás hacer arreglos especiales.



### Mira el video de ejemplo Mujeres con el casco bien puesto



<sup>16</sup> Respaldar esto con algunas cifras o datos de las carreras. Puedes incorporarlo a tu charla.

- ◆ Prepara un video sobre las brechas de género en la carrera. Puedes revisar el ejemplo de video Mujeres con el casco bien puesto.<sup>17</sup>
  - ◆ Revisa el Formulario ¿Qué carrera te gustaría estudiar? Si tu grupo es mixto, diseña dos versiones de tu formulario:
    - Una con la lista de carreras - lista simple, para hombres.
    - Otra tachando las carreras seleccionadas.
  - ◆ Imprime y entrega el formulario para cada participante.
- ✓ **Prepara a tus participantes:**
- ◆ Antes de iniciar la charla, asegúrate de poner a hombres y mujeres unos junto a otros, o emparejar a las y los participantes en carpetas, para facilitar la discusión.
- ✓ **Inicia la dinámica:**
- ◆ A continuación, indica que revisen sus formularios, los comparen en parejas de hombres y mujeres.
  - ◆ Explica por qué están tachadas algunas carreras. Sustenta el ejercicio con tu exposición sobre la participación de mujeres en determinadas carreras e incorpora estos datos en tu presentación o en un video del tema.

✓ **Reflexiona con tus participantes:**  
Pide a tus participantes que respondan en un papel: ¿por qué necesitamos más mujeres en (la carrera seleccionada)?

✓ **Cierra la dinámica:**

- ◆ Lee algunos de mensajes antes del cierre de la sesión.
- ◆ Para el cierre, usa los mensajes de esta guía, para comunicar la importancia de la equidad de género en el campo laboral.

➤ **¿Dónde puedes usarlo?**



- ➔ Charlas y ferias de orientación sobre carreras.
- ➔ La dinámica y su formulario también puede adaptarse para charlas de orientación sobre líneas de carrera y cargos para mujeres.



<sup>17</sup> Mujeres con el casco bien puesto <https://www.youtube.com/watch?v=w1pDbtjfxgY> Elaborado por estudiantes del curso de Producción de Materiales Educativos Comunicacionales de la EP Ciencias de Comunicación – UNSAAC en 2023.



## FORMULARIO ¿QUÉ CARRERA TE GUSTARÍA ESTUDIAR?

### CIENCIAS EXACTAS

- Agronomía
- Agronomía Tropical
- Arquitectura
- Zootecnia

### ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

- Ciencias administrativas
- Contabilidad
- Economía
- Turismo

### CIENCIAS SOCIALES

- Antropología
- Arqueología
- Biología
- Ciencias de la comunicación
- Derecho
- Educación Primaria
- Educación Secundaria
- Filosofía
- Física
- Historia
- Matemática
- Química

### CIENCIAS DE LA SALUD

- Enfermería
- Farmacia y Bioquímica
- Medicina Humana
- Medicina Veterinaria
- Obstetricia
- Odontología
- Psicología



### Herramienta 3: Roles sin género para apasionados por su trabajo

#### ¿De qué trata?

Uso de un video testimonial para activar conversaciones sobre los estereotipos de género en profesiones, roles y oficios; demostrando que mujeres trabajando en un mundo de hombres y hombres desarrollando labores históricamente asociadas a la mujer, pueden desarrollar su pasión sin que su sexo o género sean cuestionados o se conviertan un impedimento para hacerlo bien y ser reconocidos por su trabajo.

#### Número de participantes:

4 a 10 participantes

#### ¿Cuánto tiempo necesito?

20 minutos

#### ¿A quién se dirige?

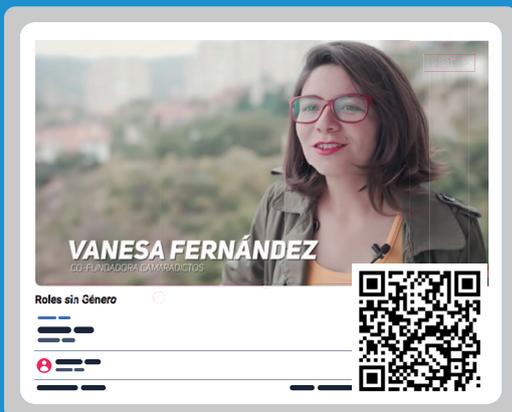
Jóvenes adultos

#### ¿Qué se necesita?

- Video Roles sin género<sup>18</sup>
- Papelógrafos y plumones



#### Mira el video Roles sin género



#### Escucha cómo suena el tema en Hoy en El País



<sup>18</sup> YouTube – Proyecto audiovisual Roles de género (Camaradictos y Adobe Stock Latinoamérica, 2018): <https://youtu.be/vTHImPvuleo?si=CbjoB6zfsW67dGT8>



## ¿Qué pasos seguir?



### ✓ Prepara tu material:

- ◆ Coloca en 3 papelógrafos las preguntas de reflexión (una por cada papelógrafo). Cuelga los papelógrafos en una pared o una superficie para escribir.
- ◆ Entrega plumones a cada participante.

### ✓ Prepara a tus participantes:

- ◆ Explícales de qué trata el video y por qué es importante revisar el tema desde el enfoque testimonial.
- ◆ Luego del video realizarán una ronda de reflexiones.

### ✓ Inicia la dinámica:

- ◆ Reproduce el vídeo *Roles sin género*.
- ◆ Pide a los participantes que resuman el video colaborativamente en 4 minutos. Cuando uno inicie la explicación, otro puede continuar y añadir detalles.
- ◆ Distribuye a tu grupo colocando a una o más personas por cada papelógrafo. Ningún papelógrafo debe quedar libre.
- ◆ Cada participante tiene unos minutos frente al papelógrafo para responder las preguntas y después rotar.

### ✓ Reflexiona con tus participantes:

- ◆ ¿Tuviste experiencias similares en torno a los estereotipos de carreras?
- ◆ ¿Dejaría que una mujer mecánica revisará su carro? ¿que una carpintera elabore sus muebles? ¿Qué un niño cuide a sus hijos? ¿por qué?
- ◆ ¿Alguna vez te planteaste un rol o carrera que sentías que no correspondía a tu género?

### ✓ Cierra la dinámica:

- ◆ Lean juntos las respuestas. Elijan una carrera cercana a la experiencia del grupo y elaboren una guía de preguntas para recoger más testimonios sobre la experiencia de egresados y estudiantes sobre el tema.

## ¿Dónde puedes usarlo?



- Talleres con jóvenes sobre su carrera.
- Talleres con comunicadores (publicistas o periodistas) sobre la representación de género en piezas comunicacionales.

### Extra

Crea productos como podcast o videos en torno a la problemática de la brecha de género. Reta a tus alumnos de secundaria o comunicadores (publicistas, periodistas) a explorar este tema para sensibilizar y reflexionar sobre el futuro de la representación del género en profesiones. Puedes usar ejemplos de reportajes de grandes medios como El País.<sup>19</sup>



<sup>19</sup> Spotify – La formación profesional crece, pero la brecha de género no mengua (El País, 2023): <https://open.spotify.com/episode/4v2Y5jF6TueRDdGXNNPw4d> Reportaje parte del podcast semanal Hoy en El País.





## Herramienta 4: ¿Quién hace las noticias?

### ¿De qué trata?

Usa los resultados nacionales del estudio ¿Quién hace las noticias? como punto de partida para discutir los estereotipos que se generan en torno a la figura de periodistas mujeres y brechas de género en el ámbito periodístico.

### Número de participantes:

Sin mínimo de participantes

### ¿A quién se dirige?

Periodistas mujeres

### ¿Cuánto tiempo necesito?

30 minutos

### ¿Qué se necesita?

- Estudio ¿Quién hace las noticias?<sup>20</sup>
- Ficha Preocupaciones de mujeres periodistas
- Video sobre los retos de la profesión para las mujeres
- Opcional: Relatoría Mujeres periodistas y salas de redacción<sup>21</sup>
- Papelógrafos y plumones

### ¿Qué pasos seguir?



#### ✓ Prepara tu material:

- ◆ Elabora un video o presentación con estadísticas de la carrera sobre la que deseas animar el debate sobre estereotipos de género.
- ◆ Elabora una presentación en base a los resultados del estudio ¿Quién hace las noticias? – acápite 4.3 Periodistas

✓ **Prepara a tus participantes:** Divide a tus participantes en 2 o 3 grupos. Dale a cada grupo un papelógrafo y plumón

✓ **Inicia la dinámica:** Cada grupo tendrá que responder las preguntas de la ficha Preocupaciones de las mujeres periodista sobre cómo afectan los estereotipos de género sus carreras.

✓ **Reflexiona con tus participantes:** En base a sus respuestas, genera una discusión colectiva ¿Qué les ha sorprendido o parecido útil de la discusión colectiva? ¿La situación revelada afecta a algunos campos del periodismo más que a otros?

✓ **Cierra la dinámica:** Piensen colectivamente en un decálogo de soluciones que se pueden impulsar para superar los estereotipos en los medios.

### ¿Dónde puedes usarlo?



- En talleres con periodistas mujeres para gatillar las discusiones sobre situación y riesgos de la profesión.
- Puede adaptarse a talleres con estudiantes de periodismo, con la presencia de especialistas o mujeres periodistas en ejercicio. En estos casos, se les puede retar a continuar investigando el tema.

## Género y mujeres periodistas en los medios de comunicación

¿Cómo les va a las mujeres periodistas frente a cámara y fuera de ella? Es un tema que abordan diversas iniciativas. Checa el pie de página con los enlaces.

El Proyecto Global de Medios de Comunicación, el mayor estudio longitudinal sobre el género en los medios de comunicación del mundo, se lleva a cabo con voluntarios cada 5 años y revela cómo aparece la mujer periodista en la noticia: a qué noticias se le asocia más y presenta una valoración sobre cómo las noticias desafían estereotipos. De ahí nacen los estudios ¿Quién hace las noticias?

La Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos releva en un informe la situación de las mujeres periodistas en las Américas y examina las obligaciones de la sociedad en la eliminación de los obstáculos y riesgos que enfrentan las mujeres periodistas en el ejercicio de su profesión.





**Encuentra los estudios del 2020 por país y región**



**Lee sobre discriminación basada en género en medios de comunicación en las Américas**



- 20 Web – Reportes regionales y global del estudio ¿Quién hace las noticias? (WACC, 2021): <https://whomakesthenews.org/gmmp-2020-final-reports/>
- 21 Web – Relatoría Mujeres periodistas y salas de redacción: avances, desafíos y recomendaciones para prevenir la violencia y luchar contra la discriminación (CIDH, 2022): <https://www.oas.org/es/cidh/expresion/informes/Mujeres22-es.pdf>

## FICHA: PREOCUPACIONES DE MUJERES PERIODISTAS

1) ¿Qué estereotipos prevalecen sobre la mujer periodista en el ámbito laboral y ante cámaras?	
2) ¿Qué implicancias tienen los estereotipos de género en la estabilidad laboral de las mujeres en el ámbito periodístico?	
3) ¿Qué estereotipos de género determinan el desarrollo profesional de las mujeres en el periodismo?	
4) ¿Qué problemas pueden darse en las salas de prensa o en el campo, de prevalecer los estereotipos sobre mujeres periodistas?	
5) ¿Pueden los estereotipos de género afectar la forma en que son tratadas las mujeres en los medios de comunicación? ¿Cómo?	
6) ¿Pueden las mujeres acceder a cargos de liderazgo en los medios de comunicación? ¿Cómo afectan los estereotipos esta situación?	



## Herramienta 5: Cartas de una graduada

### ¿De qué trata?

Uso de una carta como herramienta comunicativa para despertar conversaciones en torno a las dificultades de mujeres en carreras tradicionalmente asociadas a los hombres, con dinámica de Café Mundial.

**Número de participantes:**  
09+ participantes

### ¿A quién se dirige?

Jóvenes universitarias

**¿Cuánto tiempo necesito?**  
20 minutos

### ¿Qué se necesita?

- Carta **Yo quiero ser mecánica**
- 03 plumones para cada participante
- 03 papelógrafos para pegar post-its
- 03 post-its para cada participante

### "Yo Quiero ser Mecánica"

Me llamo Mónica y desde que tengo uso de razón soñé con ser mecánica. Me gusta averiguar cómo funciona una máquina y ser capaz de deconstruirla para resolver problemas que pueden no ser muy evidentes. Yo crecí en una casa donde solo los hombres sabían hacer eso, pero algunos de mis tíos y hermanos me enseñaron los trucos del oficio.

Cuando decidí estudiar mecánica en un instituto, al principio me fue difícil entrar en este espacio en el que mayoritariamente son varones. Mi padre me decía que no estaba de acuerdo, que sería complicado, pero tenía el apoyo de mi mamá. Recuerdo a uno de mis compañeros de la universidad que me dijo: "vete a cocinar". Realmente no me importaba porque contaba con algunos maestros que me alentaban, maravillados de ver la demanda de la carrera creciendo entre mujeres. Sin embargo, admiten que no a muchos empleadores o dueños de talleres les agrada la idea, y que quizás en empresas grandes puede haber mejor oportunidad.

Actualmente creo que cualquiera puede ser mecánico, si te apasiona y si te capacitas, sentirás que es lo tuyo. Creo que, si tú no te atreves a cumplir tus sueños, nadie lo hará por ti. Y los sueños no discriminan. Cuando te toca soñar, sueña alto. Y enseña a otros a hacerlo.

## ¿Qué pasos seguir?



### ✓ Prepara tu material:

- ◆ Diseña e imprime una versión de la carta Yo quiero ser mecánica.
- ◆ Escribe en tus papelógrafos las siguientes preguntas, una por papelógrafo:
  - ¿Cómo se imaginan a la persona de la carta? ¿En qué medida esto guarda relación con tu vida?
  - ¿Qué aspectos que encuentren motivadores en la historia de la carta?
  - ¿Qué estereotipos operaron en la historia de la mujer que escribió la carta?

### ✓ Prepara a tus participantes:

- ◆ Divide a tus participantes en grupos (uno por papelógrafo). Explícales que discutirán una serie de preguntas.
- ◆ Explica que una persona permanecerá fija en la estación/papelógrafo y el resto rotará con su grupo pasados unos minutos.

### ✓ Inicia la dinámica:

- ◆ Dale a cada participante post-its y plumón. Pídeles a las personas que se quedarán de manera permanente en cada estación que faciliten la discusión y aseguren las respuestas queden escritas claramente.
- ◆ Pon un cronómetro y coloca a un grupo por estación. Invítalos a responder las preguntas cuando el tiempo comience a correr.

### ✓ Cierra la dinámica:

Solicita a los grupos que elaboren cartas dirigidas a personas del círculo de Mónica. ¿Qué le dirían...?

- ◆ Al papá de Mónica, quien piensa que la mecánica no es una profesión para las mujeres.
- ◆ A los compañeros de Mónica en el instituto, donde ella estudia mecánica, ya que le hacen comentarios y bromas por ser mujer en una carrera para hombres.
- ◆ A potenciales empleadores de Mónica, visto que en su último año de estudio le cuesta mucho ser aceptada en talleres o espacios donde hay muchos mecánicos hombres.

### ¿Dónde puedes usarlo?



- Dinámicas con jóvenes universitarias y/o de institutos técnicos.
- La dinámica y sus preguntas pueden adaptarse para animar la discusión grupal en otras profesiones u oficios, así como para trabajar con grupos mixtos.
- Puede elaborarse una carta original de una profesional del campo sobre el que se desee hablar.

### 3.4. Mensajes clave

A continuación, listamos algunos mensajes clave en los que puedes inspirarte para adaptar las herramientas o las reflexiones en torno a los mismos. Selecciona aquellos que refuercen tus objetivos de taller, clase, contenido mediático o intervención en calle.

› **Sobre el derecho al trabajo:**

- Trabajar es un derecho. Hombres y mujeres trabajan.
- El trabajo para la mujer es una oportunidad de cultivar su autoestima, el respeto de otros por ella, satisfacer sus ambiciones y eventualmente tomar decisiones para su vida y la de otros.

› **Sobre trabajos u oficios para mujeres y hombres:**

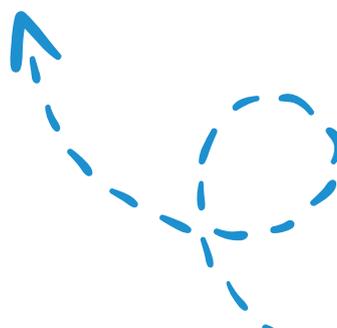
- Cuando el trabajo es digno, todo oficio es apto para hombres y mujeres. Tengamos oficios, no prejuicios.
- No hay límites para las mujeres, ni profesión ni oficio a la que no puedan dedicarse. El talento vale más que el género.

› **Sobre el desempeño en el trabajo:**

- El género no es un indicador de desempeño ni un requisito de empleo. Sin igualdad, no hay profesión.
- Dos perspectivas de género combinadas son mejores que una. No pierdas la perspectiva (de género).

› **Sobre futuras generaciones:**

- Pongamos el ejemplo. Más mujeres en las ingenierías y en las ciencias, significan más jóvenes queriendo desarrollar sus capacidades, cumplir sus metas y contribuir a la comunidad.



# Capítulo 4



**Violencia de Género  
contra las mujeres:**  
Fortalecer la prevención  
desde los Medios de  
Comunicación

## Mitos de género en la política

GUÍA PARA  
COMUNICAR Y EDUCAR SOBRE  
GÉNERO EN EL ESPACIO PÚBLICO,  
AULA Y MEDIOS

## 4.1. Introducción:

Para una mujer no es fácil llegar al poder, así lo muestran las estadísticas en Perú.

Los estereotipos que ponen en duda su capacidad también

le exigen que regrese a su rol en el hogar. **La prevalencia de estos**

**estereotipos restringe la efectiva participación de las mujeres en la política**, busca descalificarla para ejercer cargos políticos, institucionales en la comunidad e incluso para ejercer el derecho más básico del voto. También se vuelve la base del acoso mediático y de pares, y de otras formas de violencia durante campañas políticas y durante el ejercicio del cargo.

Que más mujeres ocupen cargos políticos debería ser una de las prioridades para avanzar hacia un desarrollo sostenible en nuestro país.

**La comunicación debe asistir para que este proceso se de en igualdad de**

**condiciones** y no solo motivado por un sistema de cuotas. Con más mujeres en

el poder representamos mejor a la población, tenemos mejor oportunidad de eliminar la violencia de género y garantizamos el ejercicio pleno e igualitario de nuestros derechos en sociedad.



## 4.2. Mitos de género en política

### La política no es para las mujeres

Se basa en la idea de que las mujeres tienen una responsabilidad ancestral en el hogar y no pueden permitirse descuidarlo. En ese sentido, es común que mujeres en política sean **juzgadas o interpeladas por su rol o expectativas de pareja o hijos**, por cómo balancea su responsabilidad política y aquella para con su hogar. Por ello, expresiones como "vete a tu casa a lavar ollas, atiende a tu marido" o "¿qué haces aquí?" pueden ser escuchadas en contiendas políticas e incluso en espacios como el Congreso o Consejos municipales "hablas porque no sabes, no tienes experiencia."



Igualmente, el mito no solo niega a las mujeres la posibilidad de asumir cargos políticos, sino que **niega su participación con voz y voto en los debates** que afectan a la comunidad, pasando de negar un rol a negar un derecho de participación.

### El hombre es mejor líder político

Bajo la idea de un hombre es más fuerte, racional y mejor para las crisis, se le retrata como el político por experiencia. El estereotipo señala que la política es el poder máximo, por lo que el **hombre que trabaja en política es invencible** o ha alcanzado el pináculo de su poder.



Algunas características que se refuerzan en el estilo político junto a los estereotipos de hombres "macho": autoritarismo y rigidez, visión androcéntrica y política basada en roles de género (mujeres asignadas a comisiones o tareas de comunidad y organizativas, por ejemplo), agresividad y conflictividad.

Por el contrario, también se estereotipa a las **mujeres que, siendo políticas, no han invertido tiempo y esfuerzo en tener una pareja o hijos**, es decir que se les estigmatiza "por no tenerlo todo" reemplazando la crítica a su labor política por la crítica a su vida personal e intimidad. El estereotipo también presenta una paradoja, pues si no abrimos camino a más mujeres en política, cómo podrían ganar experiencia y por tanto ser mejores líderes políticas.

# 25 Herramientas para abordar los mitos y estereotipos de género

## 4.3. Herramientas para combatir los mitos

Recurso	Descripción
 <p>Domitilia: la rebeldía de las mineras</p>	<p>En base a capítulos de la radionovela "Domitilia: la rebeldía de las mineras bolivianas" aborda con mujeres líderes temas relevantes como las heridas de una sociedad machista, la violencia doméstica y la conquista de los derechos de las mujeres.</p>
 <p>La política sí es lugar para las mujeres</p>	<p>En base a un video informativo sobre acoso político, discute las vivencias de lideresas y autoridades, y ayúdalas a moldear con un sketch un discurso que les permita plantarse frente al machismo en asambleas, comités u otros espacios políticos.</p>
 <p>Los micromachismos en política no van</p>	<p>En base a un video del decálogo contra los micromachismos políticos, reflexiona y escenifica con tus participantes casos de micromachismo.</p>



## Herramienta 1: Domitilia: la rebeldía de las mineras

### ¿De qué trata?

En base a capítulos de la radionovela "Domitilia: la rebeldía de las mineras bolivianas" abordan con mujeres temas relevantes como las heridas de una sociedad machista, la violencia doméstica y la conquista de los derechos de las mujeres.

### Número de participantes:

Sin mínimo de participantes

### ¿A quién se dirige?

Mujeres líderes de distintas edades

### ¿Cuánto tiempo necesito?

60 minutos

### ¿Qué se necesita?

- Plumones y papelógrafos
- Laptop o celular con acceso a internet
- **Podcast Domitilia: la rebeldía de las mineras bolivianas**<sup>22</sup>
- Opcional: Presentación sobre Domitilia Chúngara

Escucha estos capítulos del podcast sobre Domitilia...



- 📎 Las mujeres no sirven
- 📎 En la Tribuna de la Mujer
- 📎 Huelga de pañales



## Domitilia, la memoria viva de luchas fundamentales en podcast



En la serie podcast Domitilia: la rebeldía de las mineras bolivianas, se nos presenta la vida de la líder minera Domitila Barrios y del Comité de Amas de Casa de Siglo XX, luchadoras por la justicia social y política en el contexto de gobiernos dictatoriales de Bolivia. Puedes escuchar más episodios de la historia en el portal de la Fundación Rosa Luxemburgo: <https://www.rosalux.org.ec/radionovela-domitila-la-rebeldia-de-las-mineras-bolivianas/>



<sup>22</sup> Spotify – Podcast Domitilia: la rebeldía de las mineras bolivianas (Fundación Rosa Luxemburgo, 2023): ▶ Capítulo 1 – Las mujeres no sirven: <https://open.spotify.com/episode/5tScxvudKzelKX7w7PRyCl> ▶ Capítulo 6 – Huelga de pañales: <https://open.spotify.com/episode/4Sztv8bFT508kUbF2ZBGXp> ▶ Capítulo 14 – En la Tribuna de la Mujer: <https://open.spotify.com/episode/3T0QDtBmKD8PHx1rm69gha>



## ¿Qué pasos seguir?<sup>23</sup>



### ✓ Prepara tu material:

- ◆ Escucha los podcasts completos para conocer la historia de Domitilia y evalúa integralmente cómo puede servirte su historia para la discusión más amplia.
- ◆ Dibuja un árbol en un papelógrafo. Guárdalo para el final.
- ◆ Opcional: prepara una presentación sobre Domitila Chúngara (protagonista del podcast). Quién fue, qué hizo, cuándo y dónde vivió.

### ✓ Prepara a tus participantes:

- ◆ Pide que todas las participantes se presenten al grupo con su nombre, organización, edad y otros datos que consideres con una dinámica.
- ◆ Entrega a cada una 01 plumón y 01 post-it.
- ◆ Distribuye la reflexión y pide a tus participantes que elijan un podcast para analizar.

### ✓ Inicia la dinámica: Reproduce los capítulos 1, 6 y 14 del podcast en orden. Discutan sus impresiones.

- ◆ ¿Qué les gustó y qué no les gustó de la historia?
- ◆ ¿Qué de común hay en sus historias con la de Domitila?
- ◆ ¿Qué estereotipos sobre mujeres y lideresas pudiste identificar en su historia?

### ✓ Reflexiona con tus participantes:

Invita a cada una a dibujar un mapa interior de su historia en política o representación, recordando lo escuchado en el capítulo 6.

- ◆ ¿Dónde comenzaron y por qué?
  - ◆ ¿Qué las motivó entonces y qué las motiva ahora?
  - ◆ ¿Hacia dónde se dirigen como lideresas?
  - ◆ ¿Cómo es retratada Domitilia en esta historia? ¿y su marido? ¿Cómo se transformaron los personajes?
  - ◆ ¿Qué les gustó o disgustó del método de Domitilia para convencer a su marido de la importancia del trabajo de la mujer?
- Invita a comparar las situaciones del capítulo 14 con la realidad de la diversidad de voces en el ejercicio de representación.
- ◆ ¿Qué situaciones parecidas percibes en nuestro grupo de mujeres?
  - ◆ ¿Qué han producido en nosotras estas situaciones o diferencias?
  - ◆ ¿Reproducimos las mujeres estereotipos de género?
  - ◆ ¿Por qué es importante que diversas voces femeninas sean escuchadas?



<sup>23</sup> Las dinámicas fueron parcialmente inspiradas y adaptadas de la Guía [https://www.mujiresenred.net/IMG/pdf/guia\\_profesorado-participacion.pdf](https://www.mujiresenred.net/IMG/pdf/guia_profesorado-participacion.pdf)

- Invita a las lideresas a ponerse en el zapato de la otra. La expresión es importante, pero también la empatía para ejercer una real representación. Pongámonos en el lugar de la otra.
- ◆ Hagan un listado de diversos grupos de mujeres en su comunidad u organización que puedan ser integrantes, pero por lo general no líderes.
- ◆ Entréguele plumón y

papelógrafo a cada grupo y háganse las siguientes preguntas:

- Cierra la dinámica: Crea un árbol de la igualdad con tus participantes. Trabajen en el papelógrafo con la silueta del árbol.

Si yo fuera mujer...	¿Qué tema de trabajo me gustaría abordar?	¿Por qué es difícil abordarlo?
Joven		
Soltera		
Quechua hablante		
Lesbiana		
...		

- ◆ Pide a cada una que escriba o dibuje un requisito o acción clave para que la igualdad sea real y que las mujeres puedan ejercer cargas de liderazgo en su comunidad u organización. Por ejemplo, servicios de cuidado de niños, la independencia económica, etc.
  - ◆ Marquen los post-its que tengan algo en común. Cuenten cuantos post-its tienen temas en común.
- ¿Se trata de retos importantes para el grupo?
  - ¿Qué pueden hacer para superar estos retos?
  - ¿Qué hacer para que, como Domitilia, se escuchen fuerte nuestros reclamos de igualdad en la casa, organización o en la comunidad?

- ¿Qué estereotipos de la mujer tenemos que cambiar en la sociedad para que existan cada vez más mujeres líderes?

### ¿Dónde puedes usarlo?



- Como programa de taller feminista y/o sesión de discusión sobre el empoderamiento de la mujer en talleres con mujeres.

### Extra

- Puedes revisar la sección correspondiente del manual para identificar los principales estereotipos y mitos en torno a la mujer en política.



## Herramienta 2: La política sí es lugar para las mujeres

### ¿De qué trata?

En base a un video informativo sobre acoso político, discute las vivencias de lideresas y autoridades, y ayúdalas a moldear con un sketch un discurso que les permita plantarse frente al machismo en asambleas, comités u otros espacios políticos.

**Número de participantes:**  
de 6 a 9 participantes.

### ¿A quién se dirige?

Mujeres autoridades u ocupando cargos de representación o políticos

**¿Cuánto tiempo necesito?**  
40 minutos

### ¿Qué se necesita?

- Presentación sobre la problemática<sup>24</sup>
- Papel y plumón para cada participante
- **Video Mujeres al poder: la política sí es lugar para las mujeres**<sup>25</sup>
- **Opcional: Video informativo ¿Qué es el acoso político?**<sup>26</sup>
- **Opcional: Video testimonial La política sí es cosa de mujeres**<sup>27</sup>

Mira el video Mujeres al poder

Presentaciones expertas sobre acoso político



<sup>24</sup> Extrae información del Portafolio de productos del ciclo de sesiones temáticas virtuales para periodistas sobre violencia contra la mujer – sección Acoso político (Calandria, 2023): <https://www.observatoriomedios.pe/wp-content/uploads/2024/02/Portafolio-ciclo-de-sesiones-tematicas-para-periodistas.pdf>

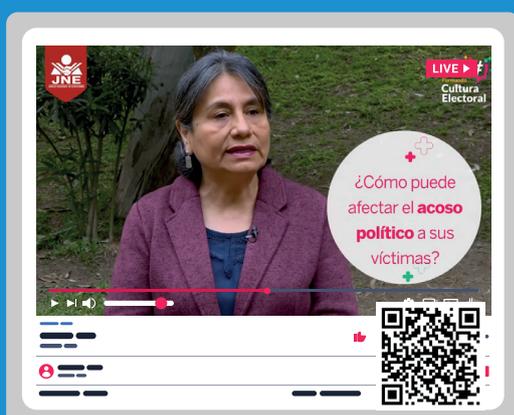
<sup>25</sup> YouTube – Mujeres al poder: la política sí es lugar para las mujeres (JNE, 2020): <https://www.youtube.com/watch?v=80u6CJCIQE0>

<sup>26</sup> YouTube – Video informativo ¿Qué es el acoso político y cómo afecta a las mujeres en el país? (JNE, 2021): <https://www.youtube.com/watch?v=nDJuXyttArE>

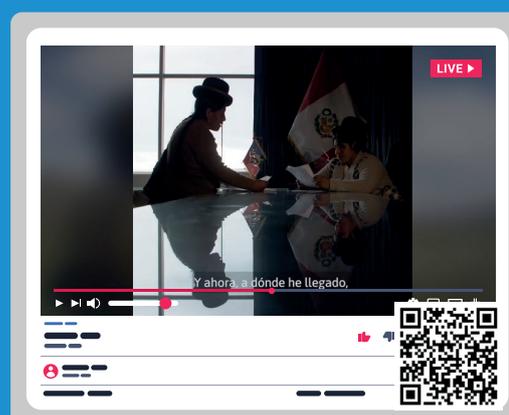
<sup>27</sup> YouTube – Video testimonial La política sí es cosa de mujeres (PNUD, 2020): <https://www.facebook.com/watch/?v=2342151435884806>



## Mira el informativo ¿Qué es el acoso político?



## Mira el testimonial La política sí es cosa de mujeres



### ¿Qué pasos seguir?<sup>28</sup>



#### ✓ Prepara tu material:

- ◆ Entrega papel y plumón para cada participante.
- ◆ Elabora tu exposición sobre el tema de acoso político contra mujeres con datos y mensajes clave.

#### ✓ Prepara a tus participantes:

- ◆ Presenta la exposición y crea un espacio para dudas sobre el tema. Pregunta qué estereotipos crees que se generan sobre las mujeres líderes en el ámbito político.
- ◆ Explica a tus participantes lo que verán en el video y los aspectos específicos a los que deseas se preste atención: definición, mensajes clave, consecuencias, etcétera.

#### ✓ Inicia la dinámica:

- ◆ Reproduce el video *Mujeres al poder*.
- ◆ Discute con tus participantes abiertamente, en base a su experiencia personal: en el ámbito donde participas ¿qué comentarios o preguntas hacen a las mujeres y no a los hombres? ¿Quiénes las suelen decir?
- ◆ Divide a tus participantes en parejas o tríos.



<sup>28</sup> Las dinámicas fueron parcialmente inspiradas y adaptadas de la Guía de formación para la participación social y política de las mujeres. Manual de la profesora. Disponible en [https://www.mujeresenred.net/IMG/pdf/guia\\_profesorado-participacion.pdf](https://www.mujeresenred.net/IMG/pdf/guia_profesorado-participacion.pdf)



- ◆ Pídeles que escriban y actúen un guion de situaciones donde se digan y respondan esas frases, destacando los estereotipos que recaen sobre mujeres, así como los efectos en sus vidas y desempeño como líderes.
- ◆ Otorga tiempo suficiente para pensar y actuar los guiones. La idea es que todas tengan oportunidad de actuar.

✓ **Reflexiona con tus participantes:**

- ◆ ¿Se ve en la realidad lo plasmado en los guiones? ¿Cuán frecuente son las situaciones en escena?
- ◆ ¿Qué prejuicios subyacen las expresiones hacia las mujeres?

✓ **Cierra la dinámica:**

Elabora con tus participantes un listado o lluvia de ideas sobre medidas correctivas o normativas pueden impulsarse desde los espacios a los que pertenecen las participantes, para que estos actos no se repitan.

¿Dónde puedes usarlo?



- Como parte de talleres de representación o formación en política para mujeres.
- Puedes adaptar para trabajar el tema en talleres con periodistas y amplificar la discusión sobre acoso político desde los medios de comunicación.



### Herramienta 3: Los micromachismos en política no van

#### ¿De qué trata?

En base a un video del decálogo contra los micromachismos políticos, reflexiona y escenifica con tus participantes casos de micromachismo.

**Número de participantes:**  
mínimo 3 participantes.

#### ¿A quién se dirige?

Mujeres autoridades u ocupando cargos de representación o políticos

**¿Cuánto tiempo necesito?**  
20 minutos

#### ¿Qué se necesita?

- Computadora o celular con acceso a internet
- Video *Decálogo contra el micromachismo político*<sup>29</sup>

**Mira el video**



<sup>29</sup> Facebook – Video Decálogo contra el micromachismo político (Unión Europea Colombia, 2022): <https://www.facebook.com/euincolombia/videos/687244592490897/>



## ¿Qué pasos seguir?<sup>30</sup>



### ✓ Prepara tu material:

- Asegúrate de tener acceso al video y descárgalo de ser necesario
- Prepara a tus participantes: Entrega papel y plumón para cada participante
- Inicia la dinámica: Reproduce el video Decálogo contra el micromachismo político. Después de verlo, pide a cada una que destaque una idea clave del video y lo escriba en una cartulina.

### ✓ Reflexiona con tus participantes:

- ◆ ¿Qué estereotipos de género crees que hacen posible el micromachismo en la política?
- ◆ ¿Has vivido o visto a otras mujeres políticas vivir situaciones similares a las relatadas en el video?
- ◆ ¿Qué consecuencias crees que hay para las mujeres que sufren micromachismos en la política?
- ◆ ¿Qué otras formas de combatir el micromachismo en la política se te ocurren?

### ✓ Analiza sus respuestas:

- ◆ Con las respuestas anteriores, invítalas a recrear una situación de micromachismo frecuente en su entorno político. De ser necesario divídelas en grupos.
- ◆ Invítalas a elegir el tema y los roles que jugarán cada una, para tener muy claro lo que se va a representar y por qué.

- ◆ Ayúdales a construir una historia y plasmar las ideas principales o diálogos clave en el papel.
- ◆ Instruye a que cada escena explique no solo el problema o situación común, sino un potencial desenlace positivo.

### ✓ Cierra la dinámica:

- ◆ Anímalas a presentar el sociodrama en público y discutir con las otras participantes las situaciones y soluciones.

### ¿Dónde puedes usarlo?



Como parte de talleres de representación o formación en política para mujeres.

### Extra

Los micromachismos también se reproducen en medios de comunicación. Puedes elaborar una campaña de concientización en tiempo de elecciones en base a los insights de este ejercicio.



<sup>30</sup> Las dinámicas fueron parcialmente inspiradas y adaptadas de la Guía de formación para la participación social y política de las mujeres. Manual de la profesora. Disponible en [https://www.mujeresenred.net/IMG/pdf/guia\\_profesorado-participacion.pdf](https://www.mujeresenred.net/IMG/pdf/guia_profesorado-participacion.pdf)

## 4.4. Mensajes clave

A continuación, listamos algunos mensajes clave en los que puedes inspirarte para adaptar las herramientas o reflexiones en torno a los mismos. Selecciona aquellos que refuercen tus objetivos de taller, clase, contenido mediático o intervención en calle.

### › Sobre por qué incluir a las mujeres en la política:

- La política sí es cosa de mujeres, no hay democracia sin ellas. Ellas representan el punto de vista del 50% de la población, traen a la discusión perspectivas de comunidad para el desarrollo local.
- La política es nuestro lugar, es nuestro derecho. Votar es un acto político, vota por ti y por las que vienen.

### › Sobre por qué participar en la política (para mujeres):

- Tu voz importa. En los espacios como asambleas y consejos tú puedes hacer la diferencia. Pierde el miedo, denuncia los actos de corrupción, haz escuchar tu punto de vista y súmate al debate.



# Capítulo 5



**Violencia de Género  
contra las mujeres:**  
Fortalecer la prevención  
desde los Medios de  
Comunicación

## Estereotipos y mitos sobre nuevas masculinidades

GUÍA PARA  
COMUNICAR Y EDUCAR SOBRE  
GÉNERO EN EL ESPACIO PÚBLICO,  
AULA Y MEDIOS

## 5.1. Introducción



Los estereotipos de género perjudican particularmente a las mujeres, pero también impactan negativamente sobre los varones. Al reforzar una idea tradicional de "macho", se les aleja de ámbitos como la familia y la posibilidad de ejercer determinados derechos como la paternidad, pero también de explorar mejor su propia identidad.

Con las nuevas discusiones sobre nuevas masculinidades y modelos de paternidad, se hace evidente también que las ideas tradicionales sobre hombres y padres repercuten en una mayor exposición a conductas de riesgo especialmente en la adolescencia y juventud. También moldean estilos de crianza diferenciados para niños y niñas, que repercuten en su independencia (por ejemplo, en la forma cómo asumen las tareas del hogar) y el manejo de emociones (por ejemplo, al lidiar con el rechazo). Así, cuando queremos promover nuevas masculinidades y paternidades, aliadas de la mujer y tolerantes de la diversidad sexual, subyace el reto de descentralizar las tareas de cuidado que tradicionalmente se había atribuido a la mujer, y promover también el autocuidado como forma de independencia.

## 5.2. Estereotipos y mitos en torno a nuevas masculinidades

### Los hombres no lloran

El estereotipo de hombre "macho" es repetido de padres —e incluso de madres— a hijos, y se ha convertido en uno de los pilares de la masculinidad a través de los tiempos. La idea base va más allá de criticar la capacidad de no mostrar emociones: **no es necesario ni admisible tenerlas, no se diga gestionar las propias emociones.**

Este estereotipo promueve una cultura violenta entre hombres, opuesta a una sensible. La idea es que un hombre completo es violento, pero tiene total control de sí mismo y su carácter. Por ello, usa la fuerza solo cuando la situación lo amerita: para defenderse, aleccionar, reafirmar su poder o autoridad sobre otro.



La insensibilidad e impasibilidad se han vuelto también sinónimo de fortaleza y valentía, bandera de independencia para el género masculino. A la vez, se trata de uno de los estereotipos culturalmente más arraigados y difíciles de vencer frente a la necesidad de deconstruir la masculinidad, construir una cultura de corresponsabilidad —afectiva o de otro tipo. Por último, el llanto se encasilla como un gesto femenino propio de mujeres y llorar feminiza e infantiliza a toda persona —independiente de su edad o identidad sexual.

## El caballero e infiel "Don Juan"

Este estereotipo perpetúa que la infidelidad es parte de la naturaleza del hombre, justificando así falta de compromiso. Sin embargo, también alimenta la idea de que a más conquistas románticas, aumenta la hombría. Se aceptan así expresiones como "en esta época es imposible ser fiel", "la fidelidad es para feos" y "ellas también lo hacen." Este estereotipo también propone al hombre como el "deseante" y a la mujer como la "deseada" o un objeto que no tiene parte activa en la relación. Se da por hecho que el hombre siempre está disponible y dispuesto a las relaciones sexuales, lo que ejerce una enorme presión sobre ellos. En contrapuesto, las mujeres deben cuidar su aspecto y cumplir con cánones de belleza.

## MICROMACHISMOS

Son mecanismos sutiles de dominación, ejercidos más comúnmente (aunque no exclusivamente) por los hombres hacia las mujeres. Se caracterizan por no ser abiertamente violentos, advertidos como aceptables, incluso esperados o atribuidos al carácter del otro. Por ejemplo, descalificar la opinión de la pareja, dar la cuenta al hombre o responderle a él cuando la que pregunta es la mujer, mansplaining, saludar a la mujer con besos y al hombre con apretón de manos, entre otras prácticas.



## Papá "presente"

Este mito normaliza el apoyo del padre a la madre **en lugar de promover su corresponsabilidad**. Por otro lado, aplaude la mínima participación de los padres en las tareas de crianza, celebrándose la etiqueta de "padre presente" — sin distinguir medida o proporción frente a la labor de la madre — **como opuesto al tradicional "padre ausente"**.



Este mito encuentra resonancia en que al hombre tradicionalmente se le ha asignado el derecho (y el deber) del trabajo y de ser **jefe del hogar**. En oposición, se le niega la responsabilidad o posibilidad de hacer labores domésticas y de crianza. Por ello también, de la mano con este mito, se aceptan expresiones como "es buen papá porque trabaja" y "es buen esposo porque ayuda".

**¿Qué otros estereotipos de hombres conoces?**



# 25 Herramientas para abordar los mitos y estereotipos de género



## 5.3. Herramientas para combatir los mitos y estereotipos

Título	Descripción
 Super papá	Una dinámica de lluvia de ideas para identificar las características de un padre ideal y plantear nuevas formas de ser padre en el mundo real.
 ¿Dónde está el micromachismo?	Una dinámica para poner a prueba la capacidad de tu público para identificar micromachismos a partir de un video.
 ¿Cómo se construye un hombre?	Una dinámica para identificar frases o demandas que se hacen a los hombres, por ser hombres.
 Derribando mitos de hombre a hombre	Una dinámica con un tablero y dados para debatir sobre mitos y verdades sobre ser hombre hoy en día, poniendo a prueba su sentido de urgencia sobre el problema de los estereotipos y las conductas que más frecuentemente se comprometen.



## Herramienta 1: Super papá

### ¿De qué trata?

Una dinámica de lluvia de ideas para identificar las características de un padre ideal y plantear nuevas formas de ser padre en el mundo real.

**Número de participantes:**  
Sin mínimo de participantes

### ¿A quién se dirige?

Adolescentes, madres y padres de familia

### ¿Cuánto tiempo necesito?

De 10 a 20 minutos, dependiendo del tamaño del grupo

### ¿Qué se necesita?

- Papelógrafo y plumones delgados
- Post-its de un mismo color (lluvia de ideas)
- Tarjetas de cartulina de un color distinto
- **Cartillas Papas sin etiquetas<sup>31</sup>**

### ¿Qué pasos seguir?



#### ✓ Prepara tu material:

- ◆ Asegúrate de tener acceso al video y descárgalo de ser necesario
- ◆ Imprime las cartillas Papás sin etiquetas.
- ◆ Entrega post-its y plumones a tus participantes
- ◆ Guarda los papelógrafos hasta el final

#### ✓ Prepara a tus participantes:

- ◆ Invita a las y los participantes a escribir varias características ideales de un super papá en los post-it.
- ◆ Pueden escribir una característica por post-it.
- ◆ Mezcla los post-it escritos, las y los participantes no deben quedarse con ellos.
- ◆ Lee en voz alta algunos de los post-it para familiarizarse todos con el contenido.



<sup>31</sup> Cartillas Papás sin etiquetas (Calandria, 2023): <https://www.observatoriomedios.pe/wp-content/uploads/2024/11/papas-sin-etiquetas.pdf>

✓ **Inicia la dinámica:**

- ◆ Coloca sobre la mesa las cartillas de Papas sin etiquetas y lee con las y los participantes las tipologías de papás descritas.
- ◆ Invita a las y los participantes a colocar los post-it junto a las tipologías con las que guarden relación.
- ◆ Si hay tipologías sin características, retirarlas de la mesa.

✓ **Reflexiona con tus participantes:**

- ◆ Para madres/padres: ¿Qué sienten los padres de cada tipología?
- ◆ Para adolescentes: ¿Qué hacen los padres de cada tipología con sus hijos e hijas?
- ◆ ¿Qué tan "reales" son las tipologías sobre la mesa?
- ◆ ¿Existe una sola forma de ser un papá en la vida real?

✓ **Cierra la dinámica:** Dibuja sobre el papelógrafo una figura humana vacía e invítalos a llenarla.

- ◆ Participantes adolescentes: Escribir en el interior de la figura con emociones que puede sentir un super papá en la vida real.
- ◆ Participantes padres/madres: Escribir en el espacio fuera de la figura qué actividades pueden hacer los super padres con sus hijos en la vida real.

¿Dónde puedes usarlo?



- Como ejercicio central en talleres presenciales.
- Puedes adaptarlo para la dinámica virtual.

**Extra**

- Si el grupo no encuentra una tipología adecuada, elaboren una y descríbanla en las cartulinas. ¿Qué nombre le pondrían al nuevo tipo de padre?



## CARTILLAS PAPÁS SIN ETIQUETAS

### Nuevos Roles Paternos

#### PAPÁ AFECTIVO

Los padres afectivos tienen muestras de amor, preocupación y cercanía; son cariñosos, responsables, colaboradores, escuchan y buscan fortalecer lazos familiares.



Logo: **salud+prevención**, **OBSERVATORIO de medios** (Ministerio de Ciencia e Innovación), **calandria** (Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social), **UNSAAC** (Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa), **Apoyate** (Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo), **Cooperación Española** (Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación).

### Nuevos Roles Paternos

#### PAPÁ COMPROMETIDO

Los padres comprometidos satisfacen las necesidades básicas de los hijos, están presentes en su vida diaria y participan activamente en su crianza y cuidado.



Logo: **salud+prevención**, **OBSERVATORIO de medios** (Ministerio de Ciencia e Innovación), **calandria** (Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social), **UNSAAC** (Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa), **Apoyate** (Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo), **Cooperación Española** (Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación).

### Nuevos Roles Paternos

#### PAPÁ CUIDADOR

Los padres cuidadores aseguran el cuidado de los hijos tanto dentro como fuera del hogar, sin violencia.



Logo: **salud+prevención**, **OBSERVATORIO de medios** (Ministerio de Ciencia e Innovación), **calandria** (Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social), **UNSAAC** (Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa), **Apoyate** (Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo), **Cooperación Española** (Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación).

### Nuevos Roles Paternos

#### PAPÁ DEMOCRÁTICO

Los padres democráticos fomentan la exploración y desarrollo de habilidades de los hijos sin estereotipos de género ni etiquetas sociales.



Logo: **salud+prevención**, **OBSERVATORIO de medios** (Ministerio de Ciencia e Innovación), **calandria** (Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social), **UNSAAC** (Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa), **Apoyate** (Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo), **Cooperación Española** (Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación).

## CARTILLAS PAPÁS SIN ETIQUETAS

**Estereotipos Paternos**

**PAPÁ DÉBIL**

Es visto así por ser afectuoso, asumir la crianza, cuidado y enseñanza de las y los hijos. Causa asombro en contraste con los demás.

TIENES QUE SER MÁS DURO

SER CARINOSO ES LABOR DE LA MADRE





**Estereotipos Paternos**

**PAPÁ EDUCADOR**

Educa en base al miedo, impone reglas, se muestra como un castigador. Transmite normas y habilidades para la supervivencia de los hijos.

SUS HIJOS LE TIENEN MIEDO ESO ESTA BIEN

ES UN BUEN PAPÁ, SUS HIJOS SON OBEDIENTES





**Estereotipos Paternos**

**PAPÁ PROVEEDOR**

Es visto como estricto, dominante y trabajador. No tiene participación en la crianza de los hijos y delega esa responsabilidad a su pareja.

ES UN BUEN PAPÁ SIEMPRE ESTA TRABAJANDO

A SUS HIJOS NO LES FALTA NADA







## Herramienta 2: ¿Dónde está el micromachismo?

### ¿De qué trata?

Una dinámica para poner a prueba la capacidad de tu público para identificar micromachismos a partir de un video.

**Número de participantes:**  
Sin mínimo de participantes

### ¿A quién se dirige?

Jóvenes y adultos

**¿Cuánto tiempo necesito?**  
De 10 a 15 minutos

### ¿Qué se necesita?

- **Video Si no lo has visto, ¡míratelo!**<sup>32</sup>
- Opcional: premios para participantes
- Papel y lápiz para cada participante



Mira el video Si no lo has visto, ¡míratelo!



<sup>32</sup> YouTube - Video Si no lo has visto, ¡míratelo! (Asociación Paz con Dignidad, 2019): <https://youtu.be/pDx0GgmDHIQ?si=yZPROUuAxaW3IFD>



## ¿Qué pasos seguir?



### ✓ Prepara tu material:

→ Entrégale a cada uno de tus participantes papel y lápiz para anotar lo que verán.

✓ **Prepara a tus participantes:** Explica a tus participantes qué son los micromachismos. Apóyate en la definición del capítulo de esta guía. Explica que verán un video para ilustrar mejor el punto.

✓ **Inicia la dinámica:** Reproduce el video Si no lo has visto, ¡míratelo! Solo hasta el minuto 00:02:40. Reta a tus participantes a encontrar 18 micromachismos en el video.

### ✓ Reflexiona con tus participantes:

→ Discute con tus participantes las siguientes preguntas:

- ◆ ¿Cuántos micromachismos encontraron?
- ◆ ¿Cuáles fueron más evidentes y cuales fueron más difíciles de detectar? ¿Por qué?
- ◆ ¿Conocen alguna variación de los micromachismos encontrados?
- ◆ ¿Cómo podrían clasificar los micromachismos encontrados?

### ✓ Cierra la dinámica:

- ◆ Revisa la lista completa de micromachismos en la web <https://www.pazcondignidad.org/blog/donde-esta-los-18-micromachismos-del-corto-si-no-lo-has-visto-miratelo/>

- ◆ Reproduce el video desde el min. 00:02:40 para conocer qué micromachismos te perdiste.
- ◆ Opcionalmente: Premia a quien ubicó más micromachismos y evalúa con el grupo si hombres/mujeres o personas de distintos grupos etarios y culturales tuvieron hallazgos distintos.

## ¿Dónde puedes usarlo?



- Como ejercicio central en talleres presenciales. Como base de una conversación en el tema o reforzar el concepto con la práctica.
- Puedes adaptar la misma dinámica con otros productos audiovisuales, como fragmentos de telenovelas. Recuerda seleccionar con atención el producto en referencia, que sea significativo para tu segmento de público.
- Puedes retar a tu público a grabar su propio corto con micromachismos y retar a otros a detectarlos. Puedes darles un tema o un listado de situaciones concretas.
- Puedes crear ejercicios posteriores o crear concursos para improvisar o dramatizar escenas e historias con micromachismos. Puedes tematizarlos o realizarlos por grupo etario para distinguir mejor los resultados.



### Herramienta 3: ¿Cómo se construye un hombre?

#### ¿De qué trata?

Una dinámica para identificar frases o demandas que se hacen a los hombres, por ser hombres.

#### Número de

#### participantes:

de 6 a 9 participantes  
(grupos múltiples de 3)

#### ¿A quién se dirige?

Hombres adultos y adolescentes

#### ¿Cuánto tiempo necesito?

De 15 a 20 minutos

#### ¿Qué se necesita?

- Plumones
- Papelógrafos
- Post-its de 03 colores distintos
- **Video ¿Qué es y qué no es la masculinidad?**<sup>33</sup>

Mira el video ¿Qué es y qué no es la masculinidad?



<sup>33</sup> YouTube – Video ¿Qué es y qué no es la masculinidad? (Iniciativa Spotlight Argentina, 2020): <https://youtu.be/qz6cztnaD2Q?si=50kxZdD5nOpVNayg>



## ¿Qué pasos seguir?



### ✓ Prepara tu material:

- ◆ Descarga el video si es posible.
- ◆ Reparte plumones, papelografos y post-its entre participantes.

### ✓ Prepara a tus participantes:

- ◆ Coméntales brevemente por qué seleccionaste el video.

### ✓ Inicia la dinámica:

- ◆ Reproduce el video con tus participantes.
- ◆ Pregunta de manera abierta a los participantes: ¿qué es y qué no es ser hombre? Escribe las ideas en un papelógrafo que dejaras a la vista de todos.
- ◆ Divide a las y los participantes en equipos. Entrega a cada equipo un papelógrafo y plumones.
- ◆ Indica que dividan el papelógrafo en tres columnas tituladas niño, adolescente y adulto.
- ◆ Anoten con post-it en cada columna qué acciones, comportamientos o tareas les exigen otras personas por ser hombres, según su etapa de vida, usando colores distintos.
- ◆ Pueden usar de referencia algunas ideas del ejercicio anterior.

### ✓ Reflexiona con tus participantes:

- ◆ ¿Hubo elementos en común los participantes respecto a los elementos requeridos para ser hombre?
- ◆ ¿Cómo se sintieron al recordar esas exigencias?
- ◆ En su experiencia personal, ¿cuán diferentes son a las que les hacen a las mujeres?

- ◆ Si tuvieran hijos ¿replicarían esas enseñanzas? ¿Por qué?

### ✓ Cierra la dinámica:

- ◆ Pregunta a tus participantes ¿cómo podríamos construir un nuevo hombre? entrégales un nuevo papelógrafo a cada grupo y divídanlo nuevamente en tres.
- ◆ Escriban en cada columna del papelógrafo ideas de acciones, comportamientos o tareas a los que pueden comprometerse los hombres hoy en día, en cada etapa de vida, siendo aliados de las mujeres.
- ◆ Para el cierre, es importante destacar que las personas nos construimos socialmente, nada en la naturaleza del hombre dicta que son o deben ser violentos, insensibles o estar en control de todo y todos.

## ¿Dónde puedes usarlo?



- Como ejercicio central en talleres presenciales.
- Puede acotarse el ejercicio, abarcando una etapa de vida o determinadas etapas dependiendo del público y tu objetivo.

### Extra

Revisa la sección ¿Cuáles son los estereotipos y mitos en torno a nuevas masculinidades y paternidades? y en base a los 03 estereotipos y mitos discute: ¿hay alguno más que propondrían? ¿cómo se expresan? Aterrizo en un contexto más específico. Puedes hacer el ejercicio por ámbitos. En una primera tanda, solicita que señalen las acciones, comportamientos o tareas en la escuela, en el trabajo y en la familia.



## Herramienta 4: Derribando mitos de hombre a hombre

### ¿De qué trata?

Una dinámica con un tablero y dados para debatir sobre mitos y verdades sobre ser hombre hoy en día, poniendo a prueba su sentido de urgencia sobre el problema de los estereotipos y las conductas que más frecuentemente se comprometen.

**Número de participantes:**  
02-04 jugadores

### ¿A quién se dirige?

Hombres adultos y adolescentes

**¿Cuánto tiempo necesito?**  
30 minutos

### ¿Qué se necesita?

→ Tablero *Derribando mitos*

→ 02 dados (preferiblemente de colores distintos)

→ Celular o laptop con acceso a internet

### ¿Qué pasos seguir?



#### ✓ Prepara tu material:

- ◆ Imprime el tablero, preferiblemente a color. Para jugar con más de 04 participantes, se sugiere aumentar la cantidad de tableros.
- ◆ Organiza a tus participantes en grupos y elige un orden para que cada jugador lance los dados.

#### ✓ Prepara a tus participantes:

- ◆ Explica a los participantes que jugarán con un tablero sin ganadores. El juego es simple: se lanzan los dados y se responden preguntas.
- ◆ Aclara desde el inicio que en este juego no existen

ganadores, muchas preguntas son cuestionadoras y otras de conocimientos "googleables". El juego está diseñado para pasar un buen rato aprendiendo entre amigos.

- ◆ Se espera que cada participante participe activamente para aprender sobre la marcha los conceptos que no conoce.

- ◆ El juego termina cuando se completan la mayor parte de preguntas o al terminar el tiempo límite para la dinámica.
- ✓ **Inicia la dinámica:** Lancen los dados. Tomen en cuenta que un dado dará la indicación de fila y el otro de columna.
- ✓ **Reflexiona con tus participantes:** Respondan y debatan según indicaciones de la casilla.

- ✓ **Cierra la dinámica:** Es importante que como facilitador te mantengas presente para apoyar en la comprensión de las preguntas y reforzar conceptos según tu propio programa.

### ¿Dónde puedes usarlo?



- En un stand en ferias publicas
- Como ejercicio central en talleres presenciales.

## TABLERO DERRIBANDO MITOS DE HOMBRE A HOMBRE

**Desmitifica**  
Comparte la respuesta

**Debate en grupo**  
Explica por qué

**Recuerda**  
Cómo era antes y cómo es ahora...

**Reacciona**  
Responde lo que venga a tu mente

**Googlea el término**

	1	2	3	4	5	6
1	¿Por qué no llamamos igualismo al feminismo?	3 cosas que harían llorar a un hombre	Temas tabú para hombres	Cosificación	Ser padre de familia	¿Papá solo apoya?
2	¿Qué colores son para hombres y cuáles para mujeres?	Copaternar	5 formas de ser buen papá	¿Por qué no hay un Día Internacional del Hombre?	Carga mental	¿Solo los hombres proveen?
3	5 frases que le dicen solo a los hombres	Ser el hijo hombre mayor	2 tareas de casa para niña y 2 tareas en casa para niños	Micromachismo	5 formas de ser buen esposo	Razones para que un hombre sea infiel
4	Paternidad activa	La fidelidad es para feos	El hombre lleva y la mujer se deja	Ser esposo	¿Pagar la cuenta es de caballeros?	Macho explicación (Mansplaining)
5	3 disfraces para un niño	Una película o serie que te ayudó a repensar qué es o cómo debe comportarse un hombre	Completa la frase: "En la familia, el hombre es..." Y explica por qué	Diferencia entre sexo y género	Masculinidad tóxica	Una película o serie que te ayudó a repensar qué es o cómo debe comportarse una mujer
6	¿Alguna vez sentiste cuestionada tu masculinidad?	Masculinidad hegemónica	¿Qué les preocupaba a los padres hace 50 años a diferencia de ahora?	Menciona 3 palabras que ejemplifican un lenguaje sexista	¿Qué tipo de personas representan lo que SÍ ES la masculinidad?	Completa la frase: "En la familia, la mujer es..." Y explica por qué

## 5.4. Mensajes clave

A continuación, listamos algunos mensajes clave en los que puedes inspirarte para adaptar las herramientas o las reflexiones en torno a los mismos. Selecciona aquellos que refuercen tus objetivos de taller, clase, contenido mediático o intervención en calle.

### › Frente a estereotipos de nuevas masculinidades

- Se puede ser hombres sin ser macho: sin usar la fuerza bruta, aprendiendo a manejar las propias emociones, actuando con integridad, cuidando a la familia.
- La verdadera fuerza masculina reside en la capacidad de actuar con integridad. Redefinamos la masculinidad en términos positivos, para celebrar la diversidad, la sensibilidad y el respeto mutuo.
- ¿Qué clase de hombre quieres ser? Deja de lado los privilegios, el sexismo, la homofobia. Asume una masculinidad más sana, en armonía con otros y respetuosa en tu vida y en la de tus comunidades.
- Independientemente del tipo de relación que tengamos (relaciones abiertas, monógamas, poliamorosas), tenemos que buscar entablar vínculos significativos, cuidándonos a nosotros mismos y a la gente que nos quiere.
- Los hombres Sí podemos ser fieles. Ser fiel es una elección, ser infiel también.
- Ser honestos con nosotros mismos y con las personas con las que nos relacionamos es dar un salto hacia la mejor versión del hombre que queremos ser.
- Separemos las cosas. Pagar las cuentas no es hacer nuestra parte en casa.
- Un hombre que gestiona su sensibilidad no es menospreciado ni subestimado por ella.

### › Frente a mitos de las paternidades

- **Sobre la feminización del cuidado:**
  - ◆ Un hombre que cuida es mejor persona, hijo, padre y pareja.
  - ◆ Cuidar es amar mutuamente. Por eso, no es cosa de mujeres ni puede ser su tarea exclusiva, sino de ambos.
  - ◆ Tenemos que tomar responsabilidad. Recargar tareas de cuidado en solo una de las partes de la pareja limita su descanso y crecimiento personal.
- **Sobre el aprendizaje y responsabilidades en el cuidado:**
  - ◆ Cuidarte es liderarte. Los hombres sí podemos cuidarnos, ocuparnos de nuestro

propio bienestar, y hacerlo pasa por un ejercicio de autocrítica y diálogo interno, de conocernos y potenciar nuestra corresponsabilidad.

- ◆ Cuidar no es un superpoder de las mujeres, se aprende a cuidar de uno mismo y cuidar de otros.
- ◆ Los hombres de hoy "comparten" las tareas, no "ayudan" en ellas; se responsabilizan por el bienestar propio y asumen corresponsabilidad por el de otros.

→ **Sobre la crianza:**

- ◆ Un padre presente disfruta su paternidad y aprende a cuidar a los integrantes de la familia.
- ◆ Educa a tus hijos, hijas e hijos para que en un futuro sean autónomos/independientes, prepáralos desde el hogar cuestionando los roles de género en las tareas del cuidado. ¿Cómo los haces partícipes de las tareas de la casa?
- ◆ Cuestionemos como asumimos en la sociedad los roles género y lograremos cambiar las relaciones en las familias.



Que crían hombres más que machos



Que celebran los triunfos de las mujeres



Que cocinan para ellos y ellas



Que comparten tareas y sueños



Que no violentan los cuerpos de las mujeres

Es una campaña que les habla a hombres que son de "esos" que sienten que la sociedad está cambiando y los motiva a cambiar de actitud también.

Cuando la campaña se refiere a "esos", alude a una generación de hombres que hoy rechazan la violencia de género, estereotipos normalizados en la vida cotidiana, se solidarizan con las mujeres y asumen la igualdad. A través del lema **creamos comunidad** e invitamos a esos hombres a identificarse como parte de un colectivo.

**Conoce más aquí:**



[www.seamosdeesos.com](http://www.seamosdeesos.com)

# Capítulo 6



**Violencia de Género  
contra las mujeres:**  
Fortalecer la prevención  
desde los Medios de  
Comunicación

## Estereotipos de belleza

GUÍA PARA  
COMUNICAR Y EDUCAR SOBRE  
GÉNERO EN EL ESPACIO PÚBLICO,  
AULA Y MEDIOS

## 6.1. Introducción



Las redes sociales y los medios de comunicación son claves para normalizar estereotipos que se están transformando en un deber ser de los cuerpos. Frente a los estereotipos de belleza, debemos recordar que lo que hoy es bello, a través de los tiempos no lo ha sido siempre. Y también, que cada cultura define sus propios estándares de belleza.

La moda y la publicidad suelen ser donde se cristalizan los estándares de la época, dictando aspiraciones para hombres y mujeres sobre cómo deberían ser nuestros cuerpos. Esos estereotipos de belleza suelen constituirse en mandatos que condicionan comportamientos, hábitos e incluso relaciones con los demás.

Aunque la belleza es una construcción social que parte justamente de la opinión, los mensajes de los medios, las fotos que se difunden en redes sociales, sustentan en esa opinión un ideal de belleza en vez de un ideal de persona. Así también surgen expresiones como "la mujer siempre debe estar arreglada" y "así no se viste una señorita que se hace respetar", mezclando los ideales de belleza con la cosificación de la mujer.

## 6.2. Estereotipos de belleza

### Mujer bonita

El estereotipo de hombre "macho" es repetido de padres —e incluso de madres— a hijos, y se ha convertido en uno de los pilares de la masculinidad a través de los tiempos. La idea base va más allá de criticar la capacidad de no mostrar emociones: **no es necesario ni admisible tenerlas, no se diga gestionar las propias emociones.**

### (CARACTERÍSTICAS VALORADAS POR EL MODELO DE BELLEZA)<sup>34</sup>

Características positivas		Características negativas	
Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Delgadez	Físico contorneado y musculoso	Uso de anteojos	Orejas prominentes
Piel blanca	Cabello rubio o castaño	Cicatrices	Granos en el rostro
Estatura alta o media	Ojos claros	Piel morena	Estatura baja
Dentadura perfecta y blanca	Vello depilado	Cabello colorado	Gordura o flacidez
Físico musculoso			
Ojos claros			
Vello depilado			



<sup>34</sup> Fuente: Extraído y adaptado de "ESI en primera persona. 4 - Estereotipos de belleza y género. ACA, Iniciativa Spotlight, ESI y Ministerio de Educación de Argentina. Disponible en: [https://argentina.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/cuadernillo\\_4\\_estereotipos\\_final.pdf](https://argentina.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/cuadernillo_4_estereotipos_final.pdf)



# BELLEZA MUTANTE<sup>35</sup>

## BELLEZA MUTANTE

Que los cánones de belleza femenina pasen de venerar cuerpos regordetes y palidez, a ansiar pieles megabronceadas sobre "solo huesos", para luego imponer justo lo contrario, dice mucho de LO INÚTILES, INSANOS y FALSOS QUE SON.

### POR CULTURAS

Por cierto, herramienta que es todo un símbolo del ideal de belleza impuesto.

¿Sabías que en países de África la gordura es un "plus" de belleza y es un requisito para casarse mejor? Y las jóvenes recurren a pastillas para engordar.

En Japón usan ortodancias para torcer sus dientes, "yaeba", se llama la moda, como la "diastema" o separarse los palatos que se puso de moda en Europa.

En Asia, cuanto más pálidas mejor.

Y en Tayikistán ser "uniceja" es lo más...

### Belleza Experimentada:

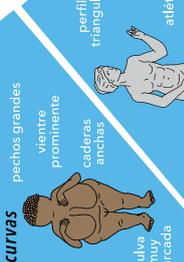
Para demostrar la subjetividad cultural de la belleza, Esther Honig envió una foto suya, a 40 profesionales de diferentes países del mundo. Les pidió solo una cosa: "Pomme guapa, photoshopeame según tu cultura". Recibió 40 cánones de belleza radicalmente diferentes, incluso contrarios!

A lo largo de la historia, se han creado-divulgado-impuesto cánones de belleza femenina que imponen la modificación corporal (con el método que haga falta) y la alternancia de 2 modelos antagonísticos.



### PREHISTORIA: (40.000-5.000 a.c.)

**Cuerpo Abundante, xxl**  
curvas  
pechos grandes  
vientre prominente  
caderas anchas



### GRECIA (s. viii-i a.c.)

**Belleza Olímpica**  
robustas  
pechos pequeños  
sin sensualidad



### EDAD MEDIA (s. v-xv)

**Cuerpo xxs**  
finas  
tez pálida  
ojos, nariz y labios pequeños  
pechos pequeños  
caderas estrechas



### RENACIMIENTO (s. xv-xvi)

**Cuerpo Full-Curvy**  
redondas  
piel blanca  
ojos grandes  
caderas y pechos grandes  
narices y labios redondeados



### BARROCO (xvii-xx)

**Cuerpo apretado**  
constreñidas  
pelucas pomposas  
maquillaje extremo  
la torsura del corsé y coquetería a tope



REBELATE CONTRA UNA SOCIEDAD A LA QUE LE INCOMODA LA BELLEZA QUE NO ES PARA CONSUMO.

¡VIVA EL ACTIVISMO DE LA DIVERSIDAD CORPORAL Y LAS BELLEZAS INCLUYENTES!

¿Para ser guapa hay que sufrir? Nooo, hay que reír, ser feliz.

¡O qué curiosa! Delgadez y bronceado se escribían a ser padre, campesina.

### Y TÚ, REBELDE DEL S. XXI

¿QUÉ HACES?



Me pongo guapa queriéndome



Se inicia la industria masiva de productos para adelgazar.

Si Marilyn Monroe viviera hoy, ¿a qué realidad para adelgazar.

### Exaltación del posturo y de filtros

Con mil "modas" (curvy, morritos, culazos...) que sirven para lo de siempre, se exhibiendo cuerpos y opinando... ¡fotografía online!

Y así siguen, diciendo que "belleza" es esto, lo otro... y todo lo contrario.

Para, además, tener bien tus tetas. (Grandes (uno, coligadas of course), y sé muy delgada pero con curvas...)

¡Y los implantes de glúteos aumentan un 58%! Los culos han destronado a las tetas, ¡con los tallas! ¡Incluido!

El aumento de pecho es el top de la tecnología estética.

### Exaltación culística

curvas

Exaltación tetuna delgadas lo justo

altas bronceadas  
labios prominentes  
pómulos  
tripa plana  
piernas largas

MITAD 90s-2000

### Exaltación "heroin chic"

extrema delgadez

aspecto demacrado  
piel pálida  
"esqueletos andantes" destilando

1990s

### Cuerpo "animado"

extrema delgadez

pestañas postizas  
pechos planos  
caderas estrechas

1960s

### Cuerpo "reloj-arena"

con curvas

melenas onduladas  
divas tonatas  
curvas marcadas  
voluptuosas (90-60-90)

1950s

### Cuerpo andrógino

sin curvas

pelo garcón  
pechos pequeños  
añiñadas  
delgadas

1920s

Playboy y Barbie se crean en esta época.

Extraído de "Rebeldes de género: Despatriarcando cuerpos" (p. 22)

35 Extraído de Rebeldes de género: Despatriarcando cuerpos. Consejería de Educación, Universidades, Cultura y Deportes del Gobierno de Canarias (2020). Disponible en: <https://observatoriofiex.es/wp-content/uploads/2022/08/Rebeldes-de-genero-despatriarcando-cuerpos.pdf>

## Señorita decente

Si el anterior estereotipo manda sobre cómo debe "verse" una mujer, este marca en mayor medida sus comportamientos. "Así no se viste una señorita" o "así no se comporta una señorita" son expresiones que ponen en tela de juicio las elecciones de la mujer y se le regaña por no comportarse de manera respetable, según la sociedad. Se condenan comportamientos sexuales, como vestirse con faldas cortas, abrir las piernas para sentarse, comer rápido, reírse muy fuerte. En general, se cancelan comportamientos que la muestran agresiva, ansiosa, inestable, tomar cerveza. Por lo general, este estereotipo viene acompañado de advertencias, tales como "no tomes si no quieres que te falten el respeto".

## Mujer bonita

Según el manual "Rebeldes de género: Despatriarcando cuerpos", se han inventado a lo largo de la historia modelos de mujer:

- La virgen: Surge durante el apogeo de la iglesia, ensalzando la labor de la madre abnegada que se entrega y sacrifica, que no tiene vida y es "asexual".
- La ama de casa feliz y aniñada: Surge en un contexto de capitalismo, cuyo ámbito impuesto es el doméstico y disfruta las labores del hogar.
- La modelo photoshopada: Surge en lo que llamamos "la dictadura de la belleza" ejerciendo una nueva forma de control social, autoimpuesto para las mujeres, quienes idealizan un tipo de cuerpo imposible. En este contexto, las mujeres están: ocupadas y preocupadas por transformar su cuerpo, rechazan y critican cuerpos ajenos y propios, odian o son incapaces de aceptar su imagen desde niñas.



<sup>36</sup> Ídem.

## DISCURSOS SOBRE EL CUERPO DE LA MUJER



Extraído de "Rebeldes de género: Despatriarcando cuerpos" (p. 24)



# 25 Herramientas para abordar los mitos y estereotipos de género



## 6.3. Herramientas para combatir los estereotipos

Título	Descripción
 <p>Muestra a la mujer bonita</p>	<p>Usa una galería fotográfica de mujeres con distintas corporalidades o pieles para cuestionar los cánones de belleza con los que convive tu público y reflexionar sobre los estereotipos.</p>
 <p>Así no se viste una señorita</p>	<p>Usa muñecas recortables para diseñar el vestuario ideal de "una señorita" para distintas ocasiones. Cuestiona a tu público sobre qué podría constituir un atuendo adecuado en cada uno, reflexionando sobre los estereotipos.</p>
 <p>¿Cuántos estereotipos ves?</p>	<p>Descubre las reacciones de tu público a distintas imágenes publicitarias que rompen el estereotipo. Observa con ellos las características típicas y reflexiona sobre las atípicas de un "cuerpo bello".</p>
 <p>Cuerpo exquisito</p>	<p>Basado en la dinámica de "cadáver exquisito" ayudarás a tus participantes a armar el cuerpo ideal y conversarán sobre las diferencias en sus visiones. Podrán usar imágenes de un estudio internacional sobre percepciones de belleza.</p>
 <p>Más que belleza</p>	<p>Usando exhibiciones online disponibles en la aplicación y web de Google Arts, descubre con tus participantes cómo la representación de la belleza en la mujer no se limita solo a rasgos, ha sido vinculada a su comportamiento y ha cambiado a lo largo del tiempo. Con ayuda del arte y las miradas de artistas, reflexionen la conexión entre cuerpo y belleza en el caso de las mujeres, y cómo ha evolucionado a través de los tiempos.</p>
 <p>Cuerpo tabú</p>	<p>Usando una compilación de publicidad disruptiva, conversa con un grupo de participantes sobre sus reacciones y temas que son normalmente tabú cuando se trata de hablar del cuerpo femenino y su belleza.</p>



## Herramienta 1: Muestra a la mujer bonita

### ¿De qué trata?

Usa una galería fotográfica de mujeres con distintas corporalidades o pieles para cuestionar los cánones de belleza con los que convive tu público y reflexionar sobre los estereotipos.

### Número de participantes:

2 a 4 participantes. También pueden ser participaciones individuales.

### ¿A quién se dirige?

Mujeres y hombres adultos o jóvenes

### ¿Cuánto tiempo necesito?

5 minutos

### ¿Qué se necesita?

- Papelógrafo
- Cinta adhesiva
- Cartulinas de colores
- Plumones delgados
- Galería de imágenes de mujeres

### ¿Dónde conseguir las imágenes?

Te recomendamos usar las del proyecto #Muéstranos de Getty Images, Dove y Girlgaze, una revolucionaria biblioteca con fotos que rompen con los estereotipos de belleza. Disponible en: <https://www.gettyimages.com.mx/showus>

También puedes conseguir las en revistas o en repositorios de imágenes, tales como Unsplash u Adobe Stock. Búscalas con el término "mujer bonita" o cualquier variable del término.

## ¿Qué pasos seguir?



### ✓ Prepara tu material:

- ◆ Coloca en un panel o papelógrafo las fotografías seleccionadas para el ejercicio.
- ◆ Acomoda en otro panel o papelógrafo un espacio con el título "Ranking".

### ✓ Prepara a tus participantes:

- ◆ Explícales que se les dará de 5 a 10 imágenes de mujeres "bonitas" para escoger.

### ✓ Inicia la dinámica: Una vez elegidas las imágenes, pídeles que las rankeen de menos a más bonitas.

### ✓ Reflexiona con tus participantes:

Respondan y debatan según indicaciones de la casilla.

- ◆ ¿Por qué son bellas las mujeres en imágenes?
- ◆ ¿Qué características tienen las mujeres más bellas?
- ◆ ¿Qué tiene la más bonita que no tiene el resto?

### ✓ Analiza las respuestas:

- ◆ Escribe las respuestas en cartulinas y coloquen las cartulinas alrededor de las fotografías correspondientes.
- ◆ Contrástenlas con las características de la lista en la sección sobre Mitos y estereotipos de belleza de esta guía. ¿En qué difieren? ¿En qué se parecen? ¿Dónde están las mayores coincidencias? Discutan sus respuestas. Puedes elaborar otra referencia con una lista más precisa o distinta.

### ✓ Cierra la dinámica: Como cierre, pídele al participante o grupo que reflexionen en torno a las siguientes preguntas. Registra las respuestas en un panel o documento para mostrarlo a próximos participantes.

- ◆ De la lista, ¿cuáles características se encuentran más frecuentemente?
- ◆ ¿Qué otras características crees que hacen bella a una mujer, pero no están en la lista?
- ◆ ¿La belleza solo es externa?

## ¿Dónde puedes usarlo?



- Como dinámica en talleres mixtos
- En intervenciones públicas fijas u itinerantes.
- ¿Quieres fijar ideas sobre un estereotipo en concreto? Para facilitar la dinámica, puedes elaborar una guía o cartilla con la información de estereotipos de esta guía.
- ¿Tienes un grupo diverso? Si trabajas con grupos mixtos o por edades, puedes dividir a las y los participantes para comparar respuestas.



## Herramienta 2: Así no se viste una señorita

### ¿De qué trata?

Usa muñecas recortables para diseñar el vestuario ideal de "una señorita" para distintas ocasiones. Cuestiona a tu público sobre qué podría constituir un atuendo adecuado en cada uno, reflexionando sobre los estereotipos.

### Número de participantes:

2 a 4 participantes. También pueden ser participaciones individuales.

### ¿A quién se dirige?

Integrantes de grupo familiar o parejas adultas

### ¿Cuánto tiempo necesito?

10 minutos

### ¿Qué se necesita?

- Papelógrafo
- Cinta adhesiva
- Cartulinas de colores
- Plumones delgados

- Infografía "Discursos sobre el cuerpo de la mujer: La Pinta, la Niña y la Santa María" del capítulo sobre Estereotipos de belleza de esta guía.
- Prendas de muñecas recortables

### ¿Dónde conseguir las imágenes?

Aunque el stock online es amplio, te recomendamos concentrar la búsqueda en Pinterest <https://www.pinterest.com/> con el término de búsqueda "munecas-recortables" o "paper-doll-printable". ¡Existen muchas opciones!

### ¿Qué pasos seguir?

#### ✓ Prepara tu material:

- ◆ Escoge e imprime las imágenes de prendas diversas, entre ellas faldas cortas, faldas largas, pantalones deportivos, shorts, pantalones sastre, blusas escotadas, blusas de manga larga y de manga corta, etc.



### ✓ **Prepara a tus participantes:**

- ◆ Explícales que les serán entregadas imágenes de prendas diversas y al elegir las deberán tener en mente cómo se ve una señorita. Revisa con ellos la infografía "Discursos sobre el cuerpo de la mujer: La Pinta, la Niña y la Santa María" del capítulo sobre Estereotipos de belleza de esta guía.

### ✓ **Inicia la dinámica:**

Invita a tus participantes a escoger prendas que consideren "para una señorita" lo más acorde a su imagen mental, o bien para distintos escenarios. Por ejemplo:

- ◆ Andar en casa
- ◆ Una cita romántica
- ◆ Una cita con el médico
- ◆ Ir a la universidad
- ◆ Ir a una reunión familiar
- ◆ Salir con un grupo de amigos (mixto)

### ✓ **Reflexiona con tus participantes:**

Coloca sobre un papelógrafo la palabra "Permitido" y "No permitido" y coloca prendas según correspondan:

- ◆ ¿Qué prendas son permitidas "para señorita" y cuáles no? ¿Por qué?
- ◆ ¿Qué prendas están permitidas para tus hijas, nueras o sobrinas? ¿Por qué en unas ocasiones sí y en otras no?

### ✓ **Analiza las respuestas:** En base a las prendas que son "para señorita", pregunta a tus participantes lo siguiente:

- ◆ ¿A qué ideal de mujer corresponde cada prenda?
- ◆ ¿Por qué una prenda u otra es para cada ocasión?
- ◆ ¿Tienen las prendas una intención?
- ◆ ¿Crees que las mujeres deberían ser más conscientes de usar algunas ropas en algunos lugares?

### ✓ **Cierra la dinámica:** En base a lo conversado, pregunta a tus participantes si cambiarían su elección de prendas "para señorita" según la ocasión o algún otro factor.

### ¿Dónde puedes usarlo?



- Como dinámica en talleres mixtos
- En intervenciones públicas fijas u itinerantes.
- ¿Trabajas con público joven y una buena conexión a internet? Adapta la dinámica para usar una de las aplicaciones de muñecas recortables disponibles en Google Store. Búscalas con el término "paper-doll" en <https://play.google.com/>
- ¿No tienes acceso a muñecas recortables? Reemplázalas recortando atuendos de revistas o periódicos. También puedes adaptar la dinámica para que las personas dibujen los atuendos.



## Herramienta 3: ¿Cuántos estereotipos ves?

### ¿De qué trata?

Descubre las reacciones de tu público a distintas imágenes publicitarias que rompen el estereotipo. Observa con ellos las características típicas y reflexiona sobre las atípicas de un "cuerpo bello".

### Número de participantes:

Mínimo 3 participantes

### ¿A quién se dirige?

Adolescentes, jóvenes y adultos, mujeres u hombres

### ¿Cuánto tiempo necesito?

5 minutos

### ¿Qué se necesita?

- Papel y lápiz
- Premios (opcional)
- Imágenes publicitarias estereotipadas (impresas o en celular)
- Imágenes publicitarias no estereotipadas (impresas o en celular)

### ¿Dónde conseguir imágenes publicitarias no estereotipadas?

Te recomendamos usar las de la campaña "Queremos que nos representen". Una campaña que nace a partir de ver las publicidades de moda de la temporada de verano en Argentina, donde la falta de representación de la diversidad corporal sigue siendo una problemática social. Son 13 imágenes disponibles en el link:

<https://bellamente.com.ar/queremos-que-nos-representen/>

### ¿Qué pasos seguir?

#### ✓ Prepara tu material:

- ◆ Recopila imágenes estereotipadas de publicidades en internet, revistas, catálogos o periódicos. Procura que sean de cuerpos de mujeres y de hombres si trabajaras con un grupo mixto de participantes.



- ◆ Identifica y haz una lista de todos los estereotipos de cuerpo que contienen las imágenes recopiladas.
- ◆ Descarga las imágenes de la campaña "Queremos que nos representen". De ser posible, elabora un collage de ello, donde se pueda ver todo.
- ◆ En base a las imágenes de campaña, elabora una lista de cómo cada imagen desafía un estereotipo.
- ◆ ¡Lo más importante! Mantén esta lista oculta de tus participantes hasta el final.
- ◆ Prepara una sola imagen (collage) con todas las fotografías y mantenla en reserva.

✓ **Prepara a tus participantes:** Explícales que verán una serie de imágenes de publicidad y, en tiempo récord (3 segundos) deberán identificar y contar la cantidad de estereotipos que el cuerpo desafía.

✓ **Inicia la dinámica:**

- ◆ Comparte con tu público las imágenes de publicidades estereotipadas, ¡pero solo muéstralas 3 segundos!
- ◆ Después de mostrar cada imagen, permite que tus participantes anoten en su papel lo que descubrieron.
- ◆ A continuación, muestrales las imágenes de la campaña "Queremos que nos representen", de ser posible en collage. Coméntales el contexto de la campaña

✓ **Reflexiona con tus participantes:**

- ◆ ¿Qué tipo de cuerpos no ves representado en la publicidad?
- ◆ ¿Cómo se diferencian los estereotipos para hombres y mujeres?
- ◆ ¿Cómo te hace sentir que la

publicidad se encasille (o no) en estereotipos de cuerpo?

- ◆ ¿Cómo podrían superarse estos estereotipos de cuerpos en la publicidad?
- ◆ ¿Qué tipo de cuerpos estaban siendo representados en la publicidad de campaña?

✓ **Analiza las respuestas:**

- ◆ Elaboren un ranking de las mejores soluciones que propongan los participantes.
- ◆ Sin volver a ver las imágenes de campaña, hagan una lista de lo que más les sorprendió ver representado en la publicidad de campaña.

✓ **Cierra la dinámica:**

- ◆ Repasa con tus participantes las imágenes estereotipadas y premia a quienes descubrieron más estereotipos usando tu lista como base.

### ¿Dónde puedes usarlo?



- Como parte de dinámicas en talleres y/o aula
- En intervenciones públicas fijas u itinerantes
- Si estás trabajando con un grupo, puedes anotar puntajes de cuantos estereotipos y mandatos logró identificar cada uno.

- ¿Te gustaría profundizar en el análisis de publicidad audiovisual? Puedes hacer un ejercicio similar seleccionando spots publicitarios en lugar de fotografías.
- ¿Estás trabajando en un aula? Puedes solicitar que, como trabajo posterior, las y los alumnos lleven sus propios ejemplos de publicidad que desafía los estereotipos.



## Herramienta 4: Cuerpo exquisito

### ¿De qué trata?

Basado en la dinámica de "cadáver exquisito" ayudarás a tus participantes a armar el cuerpo ideal y conversarán sobre las diferencias en sus visiones. Podrán usar imágenes de un estudio internacional sobre percepciones de belleza.

### Número de

#### participantes:

de 4 a 6 participantes.

### ¿A quién se dirige?

Adolescentes

### ¿Cuánto tiempo necesito?

5 minutos

### ¿Qué se necesita?

- Hojas A4 y tijeras
- Papelógrafo y plumones
- Siluetas de cuerpos diversos (revistas de moda y/o deportes)



## ¿Dónde conseguir siluetas de cuerpos diversos?

Aunque podrías conseguirlas de periódicos y revistas, te recomendamos usar las del estudio global "Percepciones de la imperfección", donde diseñadores gráficos de todo el mundo retocaron con Photoshop siluetas femeninas y masculinas haciéndola, a su criterio, más atractivas. El resultado por país se muestra en la web, aunque la información del estudio se encuentra en inglés.

Accede a las imágenes y análisis de resultados:

→ Estudio en imágenes de mujeres

<https://onlinedoctor.superdrug.com/perceptions-of-perfection.html>

→ Estudio en imágenes de hombres

<https://onlinedoctor.superdrug.com/perceptions-of-perfection-part-ii-men.html>



## ¿Qué pasos seguir?



### ✓ Prepara tu material:

- ◆ Corta partes de las siluetas seleccionadas, tales como la nariz, la boca, los ojos, el pecho, la cintura y caderas, pies, muslos y pantorrillas. El detalle del recorte depende de ti. Asegúrate de elegir siluetas de hombres y mujeres sobre todo si el grupo con el que trabajas es mixto.

### ✓ Prepara a tus participantes:

- ◆ Explícales que el grupo recibirá un conjunto de partes de cuerpo. Su tarea individual será seleccionar las "mejores partes" a su criterio.
- ◆ Opcionalmente, antes de iniciar, explora con tus participantes los

resultados e imágenes del estudio "Percepciones de imperfección" sobre percepciones interculturales de la belleza de cuerpos.

### ✓ Inicia la dinámica:

- ◆ Pídeles a tus participantes que comenten qué les llamó la atención sobre los resultados del estudio.
- ◆ Con las partes seleccionadas por cada persona, separa a tus participantes en 2 grupos y pídeles que junten sus partes. Armen el cuerpo ideal de pies a cabeza. Asegúrate que tengan partes que en cada grupo completen un cuerpo, en la medida de lo posible.

### ✓ Reflexiona con tus participantes:

- ◆ Los cuerpos logrados no son armoniosos, ¿por qué?
- ◆ ¿Se espera lo mismo de los cuerpos de hombres y mujeres? ¿cuáles son los estándares para cada uno?
- ◆ ¿Por qué creen que nos presionamos a alcanzar determinados estándares para tener cuerpos bellos?
- ◆ Si usaste imágenes del estudio, explica a tus participantes más sobre su origen y el porqué de la iniciativa. Pregúntales. ¿por qué creen que varían tanto las percepciones de belleza por país?
- ◆ ¿Qué relación crees que tienen los estereotipos de cuerpos con los estereotipos de género?

### ✓ Cierra la dinámica:

Invita a tus participantes a escribir en la pizarra lineamientos e ideas para una publicidad no sexista que retrate cuerpos reales y diversos de forma respetuosa.

### ¿Dónde puedes usarlo?



- Como parte de dinámicas en talleres y/o aula
- En intervenciones públicas fijas u itinerantes
- ¿Trabajas en un aula? Puedes solicitar que, como trabajo posterior, las y los alumnos lleven sus propios ejemplos de publicidad que desafía los estereotipos.
- Atrévete a seleccionar otros ejemplos. Puedes hacer un ejercicio similar seleccionando spots publicitarios en lugar de fotografías, o reemplazando las de la muestra con fotografías de revistas de moda y/o ropa. Observatorios de publicidad de todo el mundo recogen ejemplos de publicidad sexista.



## Herramienta 5: Más que belleza

### ¿De qué trata?

Usando exhibiciones online disponibles en la aplicación y web de Google Arts, descubre con tus participantes cómo la representación de la belleza en la mujer no se limita solo a rasgos, ha sido vinculada a su comportamiento y ha cambiado a lo largo del tiempo. Con ayuda del arte y las miradas de artistas, reflexionen la conexión entre cuerpo y belleza en el caso de las mujeres, y cómo ha evolucionado a través de los tiempos.

**Número de participantes:**  
3+ participantes.

### ¿A quién se dirige?

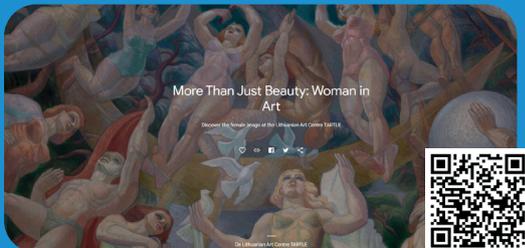
Adolescentes

**¿Cuánto tiempo necesito?**  
30 minutos

### ¿Qué se necesita?

- Computadora o tablet con acceso a internet
- Pizarra o papelógrafo y plumones
- **Exposición virtual *Más que solo belleza: la mujer en el arte*<sup>37</sup>**
- **Exposición virtual *Evolución de la belleza*<sup>38</sup>**

### Toma un tour virtual por *Más que solo belleza*



### Toma un tour virtual por *Evolución de la belleza*



<sup>37</sup> Google Arts – Exposición virtual *More Than Just Beauty: Woman in Art* (Lithuanian Art Centre TARTLE): [https://artsandculture.google.com/story/\\_QR\\_hlei6ejKA](https://artsandculture.google.com/story/_QR_hlei6ejKA)

<sup>38</sup> Google Arts – Exposición virtual *Evolución de la belleza* (Curadora Vanessa Addington): [https://artsandculture.google.com/usergallery/NgJCSMC8H\\_ZtLA](https://artsandculture.google.com/usergallery/NgJCSMC8H_ZtLA)

## ¿Qué exposiciones hay en Google Arts sobre la belleza?

Google Arts es una plataforma y aplicación con infinidad de recursos artísticos de diversos museos del mundo. Accede a través de su web <https://artsandculture.google.com> o a través de la aplicación en Google Play o en AppStore.



## ¿Qué pasos seguir?



### ✓ Prepara tu material:

- ◆ Preparar una presentación explicando la vinculación entre cuerpo y belleza y cómo históricamente ha cambiado.
- ◆ Para dar un contexto más amplio sobre el tema, puedes imprimir o apoyarte en la infografía Belleza mutante<sup>39</sup> del capítulo sobre Estereotipos de belleza de esta guía.

### ✓ Prepara a tus participantes:

- ◆ Envía el material con anticipación a tus participantes. Invítalos a ver las exposiciones antes de la sesión.

### ✓ Inicia la dinámica:

- ◆ Comparte tu exposición.
- ◆ Repasa el material de la exposición con tus participantes.
- ◆ Pregúntales ¿cómo abordan el tema de la belleza en las mujeres las exposiciones?
- ◆ Escribe la lluvia de ideas en la pizarra.

### ✓ Reflexiona con tus participantes: En la exposición Más que solo belleza, ¿qué estereotipos han aparecido a lo largo del tiempo? ¿qué características tienen las imágenes de mujeres en...?

- ◆ Los encantos de la infancia
- ◆ Maternidad
- ◆ Un objeto de deseo
- ◆ Visto por los etnógrafos

### ✓ Cierra la dinámica: Haz una lluvia de palabras clave con el grupo.

¿Qué relación encuentran entre los estereotipos de género y los estereotipos de belleza?



### ¿Dónde puedes usarlo?

Como parte de dinámicas en talleres y/o aula. En intervenciones públicas fijas u itinerantes.

### Extra

Si te encuentras trabajando con un grupo, puedes anotar puntajes de cuantos estereotipos y mandatos logró identificar cada uno. Adapta un ejercicio similar seleccionando spots publicitarios en lugar de fotografías, o reemplazando las de la muestra con fotografías de revistas de moda y/o ropa.

Si usas esta herramienta en aula, puedes solicitar que las y los alumnos lleven sus propios ejemplos de publicidad que desafía los estereotipos.



<sup>39</sup> Web – Infografía Belleza mutante (Consejería de Educación, Universidades, Cultura y Deportes del Gobierno de Canarias, 2020 - p. 22): <https://observatoriofiex.es/wp-content/uploads/2022/08/Rebeldes-de-genero-despatriarcando-cuerpos.pdf>





## Herramienta 6: Más que belleza

### ¿De qué trata?

Usando una compilación de publicidad disruptiva, conversa con un grupo de participantes sobre sus reacciones y temas que son normalmente tabú cuando se trata de hablar del cuerpo femenino y su belleza.

### Número de participantes:

Sin mínimo de participantes

### ¿A quién se dirige?

Adolescentes, comunicadores

### ¿Cuánto tiempo necesito?

30 minutos

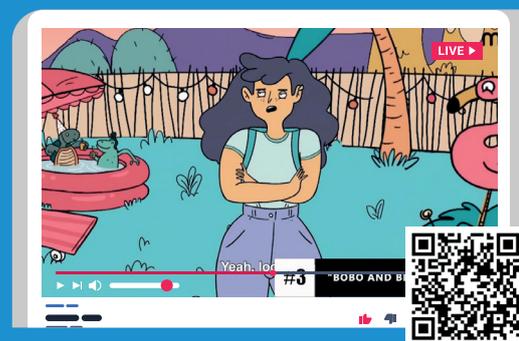
### ¿Qué se necesita?

- Computadora o tablet con acceso a internet
- [Reportaje La publicidad 'real' triunfa: estas 10 campañas "body positive" muestran el cuerpo sin complejos](#)<sup>40</sup>
- [Video #BodyPositive: 10 campañas que muestran el CUERPO AL NATURAL](#)<sup>41,42</sup>

### Lee el reportaje de campañas "body positive"



### Mira las campañas que muestran el cuerpo natural



<sup>40</sup> Web - Reportaje La publicidad 'real' triunfa: estas 10 campañas "body positive" muestran el cuerpo sin complejos (Marketing Directo.com, 2019): <https://www.marketingdirecto.com/marketing-general/publicidad/publicidad-real-triunfa-estas-10-campanas-body-positive-muestran-el-cuerpo-sin-complejos>

<sup>41</sup> YouTube - #BodyPositive: 10 campañas que muestran el cuerpo al natural (Marketing Directo.com, 2019) <https://www.youtube.com/watch?v=FMv0GccghHo>

<sup>42</sup> Recuerda que el video se encuentra disponible en inglés, pero el grupo puede ponerse al día rápidamente con el reportaje escrito en español.



## ¿Qué pasos seguir?



### ✓ Prepara tu material:

- ◆ Descarga el reportaje y el video.
- ◆ Opcional: Imprime copias del reportaje para tus participantes, envíalo previo a la sesión o prepara una gigantografía.
- ◆ Prepara una presentación sobre los estereotipos de belleza y sobre el reportaje de publicidad.
- ◆ Dibuja en un papelógrafo la silueta de un cuerpo humano de una mujer, y en otro la silueta de un hombre.

### ✓ Prepara a tus participantes:

- ◆ Presenta la información o mensajes deseados sobre estereotipos de género y sus consecuencias.
- ◆ Puedes reseñar el reportaje de publicidad para hablar de la relevancia del tema de estereotipos de belleza en publicidad y la importancia de mostrar cuerpos reales, tanto de hombres de como de mujeres.

- ¿Qué tipo de cuerpos no ves representado en la publicidad?
- ¿Conoces algún otro estereotipo de cuerpos que suela verse en publicidad?
- ¿Cómo se diferencian los estereotipos para hombres y mujeres?
- ¿Cómo te hace sentir que la publicidad se encasille (o no) en estereotipos de cuerpo?

### ✓ Inicia la dinámica:

- ◆ Invítalos a marcar colectivamente con equis en el papelógrafo las zonas que perciben son tabús en la sociedad de hoy, para hombres y para mujeres.
- ◆ Reproduce el video e invita a comentar sus primeras reacciones: ¿qué les llama la atención de las publicidades? ¿a qué estereotipos de cuerpos aluden?

### ✓ Cierra la dinámica:

- ◆ Permite que todos vean las respuestas de todos. Escoge la mejor estrategia para ello (rotación, pegarlas en el piso, etc.)
- ◆ Seleccionen colectivamente las respuestas más representativas alrededor de los cuerpos.

### ✓ Reflexiona con tus participantes:

- ◆ Invítalos a responder algunas preguntas en cartulinas, las que más les provoquen:

## ¿Dónde puedes usarlo?



- Como parte de dinámicas en talleres y/o aula.
- En intervenciones públicas fijas u itinerantes.

### Extra

Si te encuentras trabajando con un grupo, puedes anotar puntajes de cuantos estereotipos y mandatos logró identificar cada uno. Adapta un ejercicio similar seleccionando spots publicitarios en lugar de fotografías, o reemplazando las de la muestra con fotografías de revistas de moda y/o ropa.

Si usas esta herramienta en aula, puedes solicitar que las y los alumnos lleven sus propios ejemplos de publicidad que desafía los estereotipos.

## 6.4. Mensajes clave

A continuación, listamos algunos mensajes clave en los que puedes inspirarte para adaptar las herramientas o las reflexiones en torno a los mismos. Selecciona aquellos que refuercen tus objetivos de taller, clase, contenido mediático o intervención en calle.

- Celebremos nuestra diversidad corporal. El cuerpo es parte de nuestra identidad y no hay una sola forma de belleza.
- Todas, todos y todes tenemos derecho a disfrutar de nuestro cuerpo.
- Construyamos discursos más empáticos con los cuerpos reales.

## Lineamientos Finales

En cuanto a mensajes de comunicación, el llamado a la acción (Call to Action) es quizás la pieza más importante que debe expresarse en los distintos lenguajes o formatos (sonoros, escritos, visuales). La comunicación hace más que informar: muestra, guía u orienta sobre una posibilidad real de cambio.

### Combate los estereotipos de género desde tus materiales de comunicación

- **Usa el lenguaje inclusivo.** Refiérete a hombres y mujeres o diferencia los géneros cuando sea necesario, en lugar de usar, por ejemplo, solo pronombres masculinos.
  - Para facilitar la lectura de textos largos o titulares, usa sustantivos neutros. El lenguaje inclusivo no puede limitarse solo a las personas que se consideran hombre y mujer.
  - Según tu público, deberás también dirigirte a la comunidad LGBTQ entre quienes se encuentran personas que no se identifican con un sexo determinado o mantienen identidades no binarias (no desean identificarse ni como hombre ni como mujer).
- **Muestra a hombres y mujeres compartiendo tareas de cuidado y de la casa, invirtiendo los roles tradicionales.** Por ejemplo, hombres al cuidado de los hijos/as y mujeres al frente de un negocio, mujeres haciendo tareas de reparación y hombres enseñando a sus hijos/as a cocinar.
- **Evita mostrar a hombres y mujeres en oficios, profesiones o tareas estereotípicas, o recurrir solo a hombres como figura de autoridad.** Evita mostrar a hombres en roles de autoridad, mayor jerarquía o con mayor éxito, y a mujeres en roles asistenciales, de menor jerarquía o menos exitosas.
  - Cuida que no siempre el contenido técnico lo plantee un hombre, o que las imágenes de apoyo que se utilicen sean inclusivas (mostrando a mujeres y hombres).
  - Plantea dilemas similares para ambos sexos: satisfacción o insatisfacción con su carrera, preocupación por la familia y pareja frente a la carga laboral; mostrándolos capaces de sentir y priorizar de manera similar en aquello para lo que estereotípicamente se les separa.
  - Incorpora personajes mujeres de distintas culturas ocupando puestos de liderazgo e involucradas en temas científicos/técnicos.
- **Retrata servicios, entornos laborales y de estudio amigables y abiertos a los nuevos roles.** De ser posible y coherente con tu narrativa, muestra a un padre llevando a su hija al trabajo o

saliendo temprano para copaternal; padre y madre acudiendo juntos al control médico de su hijo/a. Normalicemos su existencia.

- **Muestra a familias y parejas diversas.** Al mostrar o hablar de familias o parejas, incluye a familias y parejas diversas, madres o padres solteros, familia ampliada (tíos/as, abuelos/as), y también a parejas del mismo sexo o de la comunidad LGTBIQ, con o sin hijos/as, con hijos/as adoptados, etcétera. Evita recurrir (de manera exclusiva) al modelo tradicional (hombre, mujer; padre, madre o hijo/a).
- **Describe en tus historias el sistema de apoyo que hace posible la superación de las brechas de género y recargar las tareas de cuidado en la madre.** Servicios de apoyo como una guardería municipal, en la universidad o centro de trabajo; la crianza de niños con apoyo de otras mujeres o vecinos de la comunidad; el apoyo de las y los abuelos, tíos; son realidades para todo cuidador/a que necesita equilibrar las labores del hogar con el cuidado infantil.
- **Atrévete a retratar a hombres y mujeres con la menor cantidad de rasgos estereotípicos.** Evita mostrar solo a mujeres delgadas, hombres de cabello corto, tez blanca y personas altas, etcétera. Por el contrario, busca expresar distintas corporalidades, razas, orígenes y diversidad sexual si lo que buscas es incluir e interpelar a un segmento de público amplio.

### Adapta tus mensajes, hazte las siguientes preguntas

- **¿Has identificado más hombres que mujeres entre tus públicos?**
  - Analiza cómo puedes diferenciar el mensaje para que sepan que está dirigido a ellos y si deberías diferenciarlo del remitido a una mujer.
  - Pregúntate ¿cómo les afecta de manera diferente? y, siendo así, ¿a qué quieres que se comprometan? (llamado a la acción).
  - Una buena forma es validando tus mensajes con una muestra (no representativa) de tu público objetivo.
- **¿Existen grandes brechas generacionales en tus audiencias?**
  - Segmenta y vencerás. Los estereotipos de género se perciben distinto de generación en generación. Lo que era normal para una generación, para la siguiente es machista, y también cuentan con referentes culturales distintos.
  - Identifica las oportunidades y riesgos comunicacionales según el segmento al que te diriges.

- Habla con expertos o técnicos que trabajen con distintos segmentos etarios, para validar tu propuesta y mejorarla.

➤ **¿Qué mirada quieres cambiar?**

- Igual que en el ejercicio de la página xxx todos y todas partimos de una mirada o lente distinto para ver la realidad.
- Identifica de donde parte tu audiencia y hacia donde quieres orientarla.
- Involucra a un equipo mixto de creativos y/o creadores para los materiales, hombres y mujeres que puedan aportar desde distintas miradas.

➤ **¿Visibilizas las contribuciones de otras poblaciones?**

- Indígenas, afodescendientes, extranjeros, adultos mayores y otras poblaciones también son víctimas de los estereotipos. Estudia cómo evitar salir de un estereotipo (de género) para entrar en otro (racial, etáreo, etc.).
- Documentate o valida mensajes para distinguir cómo en distintos grupos poblacionales podrías hacer efectivo, aceptado, útil y claro el mensaje; y con qué barreras te encontrarías.







El proyecto “**Violencia de género contra las mujeres - Prevenir la violencia desde los medios de comunicación**” tiene como objetivo reducir la tolerancia hacia la violencia contra la mujer, interpelando los estereotipos de género que justifican la violencia, liderado por A.C.S. Calandria, con el apoyo de AECID y Unión Europea. Las acciones realizadas bajo este proyecto son: un observatorio de medios, estudios e investigaciones, desarrollo de capacidades a periodistas y comunicadores, encuentros entre periodistas, comunicadores y autoridades, producción de materiales y campañas de comunicación.

¿Quieres conocer más del proyecto?



Una de las iniciativas relevantes es el **OBSERVATORIO DE MEDIOS** que tiene como objetivo promover y proponer mejoras en los medios de comunicación para el cumplimiento de la Ley de Radio y Televisión del Perú, sobre su rol en la prevención de la violencia contra la mujer y el grupo familiar en los programas informativos, de entretenimiento y la publicidad, en el marco del derecho a la comunicación.

  
**OBSERVATORIO  
de medios**  
Iniciativa de Calandria & ConcorTV



Apoyan:



UNIÓN EUROPEA

