



MUNDO MUJERES EN EL MUNDO

Comunicación

La publicidad

La prensa

Releemos las palabras

Cambiamos algunas palabras

“ Se deberían adoptar medidas para garantizar una participación más equilibrada de las mujeres en los medios de comunicación y eliminar la presencia de estereotipos de la mujer en los medios de comunicación ”

“ Los gobiernos y las organizaciones no gubernamentales deberían alentar una presentación más positiva de la mujer en los medios de información mediante estudios, campañas de sensibilización, promoción de la elaboración de códigos de conducta y otras formas de reglamentación propia de las instituciones de información pública, incluidas las asociaciones de publicidad y otras entidades. Se debería promover la difusión de mensajes sobre la igualdad de hombres y mujeres. Las funciones económicas y sociales diversas y cambiantes que desempeña la mujer en la sociedad deberían presentarse con fidelidad a la sociedad en general y a la juventud en particular ”



Comunicación

La publicidad

El principal objetivo de la publicidad es aumentar el consumo de los distintos productos que existen en el mercado. Para conseguirlo, en muchas ocasiones utiliza un lenguaje que distorsiona, desvirtúa y modifica la realidad, ya que simplifica y empobrece la imagen de la sociedad y de las personas. De esta manera, la publicidad no sólo invita a consumir, sino que también transmite determinadas formas de ver la vida. Los análisis realizados en numerosos países, incluido España, revelan que la utilización en la publicidad de la imagen de la mujer contribuye a reforzar los prejuicios sexistas sobre el papel de las mujeres en la sociedad. En España, el Instituto de la Mujer tiene un teléfono (900 19 10 10) que recoge las denuncias de la publicidad de determinados productos en los que exista discriminación sexista para tomar las medidas necesarias para transformar esa situación.

Actividad 1: Os podéis distribuir en grupos y cada grupo verá la televisión durante dos días fijándose cuidadosamente en los anuncios publicitarios para observar cómo se utiliza la imagen de las mujeres y la de los hombres. Anotad las características de lo que veáis y luego, con vuestras compañeras y compañeros, podéis contestar si consideraréis las siguientes frases verdaderas o falsas: (el grupo escribirá en una hoja aparte el porqué de sus respuestas justificándolas con los anuncios que haya visto)

- En la publicidad la mujer representa básicamente la belleza y la seducción.
- Las relaciones femeninas reflejadas en la publicidad suelen estar teñidas de envidia y competitividad.
- En los anuncios de juguetes las niñas y los niños aparecen muy frecuentemente con muñecas.

- En las representaciones publicitarias de la familia es normal que el padre realice algún trabajo doméstico o atienda a su mujer e hijas/os mientras éstos descansan, comen, juegan. La presencia de la madre supone un acontecimiento extraordinario y feliz para las hijas y los hijos, en contraste con la relación que tienen con el padre que es la cotidiana y por tanto no causa sorpresa especial.
- En la mayoría de los anuncios se ven mujeres adultas colaborando entre ellas.
- Las amas de casa, al tener dinero propio, son las destinatarias de la publicidad de los productos caros como los coches, acciones de empresa, etc.
- Cuando en la publicidad de un producto se recurre a la figura de un experto en cualquier tema, éste es casi siempre un hombre.
- Los hombres que aparecen en algunos anuncios están en la cocina, pero nunca limpiando.
- La opinión autorizada, es decir, la voz en off que aconseja lo que hay que hacer en cada caso para resolver los problemas, es femenina.
- Muchos anuncios presentan los cuerpos de las mujeres como objetos utilizados para la seducción que se asocia a la venta del producto.
- Los productos de alimentación son anunciados, casi en su totalidad, por hombres.

- ▶ *A continuación, todos los grupos os podéis intercambiar la información, discutiendo vuestros puntos de vista.*
- ▶ *Por grupos, seleccionaréis un anuncio que consideréis sexista y otro no sexista para representarlo ante vuestras compañeras y compañeros. En la representación, la clase se tendrá que definir sobre cómo los considera (cada uno de los anuncios) y se comprobará si su opinión coincide con la del grupo que lo ha representado.*

Actividad 2: Fíjate en los anuncios que aparecen a continuación y contesta a las preguntas que te planteamos en esta actividad:



- ▶ *¿Qué se utiliza para publicitar el producto?*
- ▶ *¿A quiénes van dirigidos los anuncios?*
- ▶ *¿Cómo aparecen las mujeres?*
 - *Tipo físico*
 - *Actitud*
 - *¿Qué actividad realizan?*
 - *¿Qué edad tienen?*
 - *¿A qué etnia pertenecen?*
- ▶ *¿Qué imagen de fondo tiene el anuncio?*
- ▶ *¿Crees que son así la mayoría de los anuncios?*

- ▶ *A continuación, os dividiréis por grupos y cada grupo se fijará en un soporte publicitario: vallas, cabinas, etc. y revistas y periódicos, centrándose en las preguntas anteriores y esta vez también en cómo aparecen los hombres cuando son los protagonistas de los anuncios. Cuando lo hayáis realizado, comentaréis los resultados de vuestro estudio con vuestros compañeros y compañeras.*

Actividades complementarias

Actividad A: Imagínate que una empresa de electrodomésticos y otra de coches te encarga que hagas un anuncio para una valla publicitaria sobre uno de sus productos. Decide qué productos vas a anunciar y realiza los anuncios sin que sean discriminatorios para las mujeres. No te olvides del eslogan.

Actividad B: Describe y dibuja el tablero de mandos de una lavadora y el salpicadero de un coche con todos los detalles que conozcas sobre cómo es y cómo funciona cada uno de ellos. Después podéis comparar en clase las respuestas de chicas y chicos y observar si existen diferencias y a qué pueden ser debidas, así como quién sabe más de cada cosa. También analizaréis la relación que tienen estos conocimientos con los modelos sociales de hombres y mujeres que transmite la publicidad.



Comunicación

La prensa

Hojeando rápidamente cualquier periódico es fácil comprobar el escaso número de mujeres periodistas que firman los diversos artículos y la poca atención concedida a las noticias protagonizadas por mujeres. Para ver en qué medida esto es así, vamos a realizar las siguientes actividades:

Actividad 1: A continuación, te proponemos un trabajo para analizar la participación de las mujeres y hombres en la elaboración de artículos de prensa. Por grupos, os distribuiréis diferentes periódicos nacionales y locales para revisar. Tenéis que buscar el número de noticias escritas por mujeres y el número de noticias escritas por hombres en las siguientes secciones:

- Nacional
- Internacional
- Artículos de Opinión
- Sociedad
- Cultura y espectáculos
- Educación
- Deportes

- ▶ *Cuando hayáis analizado cada sección, podéis representar vuestros resultados en gráficas.*
- ▶ *¿Qué grupo firma más noticias, las mujeres o los hombres?*
- ▶ *¿Qué sección tiene más firmas de mujeres? ¿y menos firmas de mujeres? ¿por qué creéis que es así?*
- ▶ *Cuando hayáis finalizado el trabajo, haréis una puesta en común con los resultados de toda la clase.*

Actividad 2: Con los mismos periódicos que habéis trabajado en la actividad anterior, analizaréis ahora las imágenes de las mujeres y de los hombres en la prensa. Para ello, buscaréis el número de noticias sobre mujeres y sobre hombres (leyendo los titulares) en las secciones que os hemos señalado en la actividad 1, haciendo tres trabajos:

- ▶ *Por una parte, contaréis las noticias y los resultados los representaréis en gráficas.*
- ▶ *Por otra, analizaréis el contenido de los titulares para comprobar en qué son protagonistas las mujeres y en qué lo son los hombres.*
- ▶ *Por último, os centraréis en las fotografías, contando el número de fotografías que hay, por secciones, de mujeres y de hombres.*
- ▶ *Cuando hayáis finalizado el trabajo, haréis una puesta en común con los resultados de toda la clase.*
- ▶ *Cada grupo realizaréis un informe en el que incluiréis los resultados y las conclusiones de las actividades 1 y 2. Posteriormente, se leerán todos los informes en el aula y entre todas las compañeras y compañeros se elaborará un nuevo informe que incluya todas las conclusiones. Este informe se puede enviar a algún periódico, o dejar al servicio de la comunidad educativa como información, etc.*

Actividades complementarias

Actividad A: Actualmente existen revistas realizadas por mujeres que abordan temas que interesan específicamente a las mujeres porque los tratan desde un punto de vista que las tiene en cuenta. Son editadas desde instituciones públicas o desde asociaciones o grupos de mujeres. Investiga las que existen en tu comunidad y elige una para elaborar un esquema que refleje las secciones de la revista y cómo ha tratado los temas en cada sección.



Comunicación

Releemos las palabras

Tanto la lengua que utilizamos como los diversos materiales (libros de texto, diccionarios, etc.) para su aprendizaje, llevan consigo sesgos sexistas en ocasiones difíciles de identificar si no nos paramos a pensar sobre ello. Un ejemplo de este hecho es que determinadas palabras sólo se utilizan para las mujeres, de forma que las degrada o infravalora. En relación con esto, se ha publicado recientemente una noticia que dice así: “Las mujeres de Tres Cantos piden la abolición del termino ‘maruja’ ” (El País, 4 de marzo de 1995). Estas mujeres explicaban que los términos “maruja” y “marujear” referidos a las amas de casa resultan despectivos e injustos ya que son las mujeres las que realizan el trabajo doméstico cuando los hombres en igual situación “vigilan la buena labor de una asistenta”. Para reflexionar sobre el uso de la lengua, os proponemos las siguientes actividades:

Actividad 1: Trata de buscar una definición de las siguientes palabras y después debate en grupo el significado común que tienen: verdulero, verdulera, hombre público, mujer pública, regente, regenta, asistente, asistenta, gobernante y gobernanta.

- ▶ *¿Existe diferencia de significado según unas mismas palabras estén en femenino o en masculino? ¿Cuáles?*
- ▶ *¿Qué palabras consideraréis que pueden llevar consigo un significado despectivo?*

Actividad 2: Podéis formar grupos pequeños y buscar en el diccionario el significado de la palabra “hombre” y de la palabra “mujer” y contar, en primer lugar, el número de expresiones que acompañan a cada palabra, para luego contar el número de expresiones negativas y positivas para cada una de ellas.

- ▶ *¿Da el diccionario un trato diferencial a la palabra “hombre” y a la palabra “mujer”? ¿Por qué crees que es así?*
- ▶ *Poned las dos actividades anteriores en común con el resto de las compañeras y compañeros y elaborad entre toda la clase un informe que explique los sesgos sexistas de la lengua que habéis observado. Este informe puede figurar en el periódico escolar o en el tablón de anuncios del Centro.*

Actividad 3: A continuación, os presentamos unas frases que tratan sobre la lengua. Después de leerlas, os dividiréis en grupos y haréis una simulación: a unos grupos les tocará defenderlas y estar de acuerdo con su contenido y a otros, estar en desacuerdo con lo que dicen. Los grupos que les haya tocado estar de acuerdo, investigaréis y pensaréis razones y argumentos para convencer a los otros grupos. Por otra parte, los grupos que les haya tocado estar en desacuerdo, harán preguntas sobre el contenido de las frases dudando de su veracidad. Antes de buscar argumentos, podéis leer un fragmento que se encuentra al final de la actividad, que forma parte de un documento entregado por Mercedes Bengoechea¹ al Grupo *Nombra* (Comisión Asesora sobre el lenguaje del Instituto de la Mujer):

¹ Profesora Titular de Sociolingüística en la Universidad de Alcalá de Henares y miembro de Nombra.

Frases:

- La lengua es un espejo de la realidad.
- La lengua nos sirve para comunicarnos y además para aprender actitudes y valores y para interpretar nuestra experiencia y transformarla.
- No se utiliza el femenino porque sería muy engorroso y farragoso, ya que lo importante es la economía del lenguaje.
- Si las personas somos mujeres y hombres, esto significa que tenemos que estar representadas en el lenguaje para no dar lugar a errores.
- No es difícil cambiar la lengua, por ejemplo, palabras como joystick y videojuego se han introducido con toda naturalidad y otras que ya tenían un significado han adquirido uno nuevo: ratón, consola, mando.
- El masculino genérico no siempre incluye a las mujeres, como por ejemplo en la siguiente frase: Durante la II Guerra Mundial, mientras los hombres luchaban en el campo de batalla, las mujeres trabajaban en las fábricas.
- Los cambios lingüísticos tienen su origen en las transformaciones sociales y éstas, a su vez, se ven reforzadas por los cambios en nuestra lengua.

TEXTO DE MERCEDES BENGOCHEA:

“El hecho de que siempre se haya hecho o dicho así no es razón suficiente para oponerse al cambio. Muchas cosas se han realizado de cierta manera durante largo tiempo, hasta que se ha visto que no era justo, necesario o conveniente. Durante siglos a las mujeres africanas se les ha practicado la ablación del clítoris (seccionar o cortar el clítoris), o en los países musulmanes a los ladrones se les han cortado las manos. El escándalo que hoy en día puede suponer que se pegue a un niño o a una niña en un colegio no lo sentían nuestros ancestros. Si el “siempre se ha hecho así” fuera un argumento definitivo, la sociedad nunca se transformaría. Y precisamente el lenguaje es un sistema en constante transformación. El vocabulario y la gramática no son parte de una tradición necesaria que debamos aceptar en su totalidad; a lo largo de la historia muchos usos lingüísticos han prescrito.

Nuestro vocabulario y nuestra gramática se construyeron en unas condiciones socio-históricas que han empezado a cambiar y deben seguir cambiando. Si deseamos que ese cambio se realice en profundidad, necesitamos el auxilio de la palabra. Es imprescindible realzar la presencia de la mujer en el mundo tras siglos de ignorancia y exclusión”.

Actividades complementarias

Actividad A: Lee las siguientes letras de canciones y contesta a las preguntas que tienes a continuación:

La mujer ideal

La mujer ideal
sería fatal y tierna
y me dejaría ser
el hombre de las cavernas.
Capaz en la cocina
alegre en la cama
un espectáculo en la calle
amable por la mañana.
Y si algún día
la llegara a encontrar
no sé si pensaría
que soy su hombre ideal.
(...)
Sé cómo es
y no sé su nombre
ella es el sueño
de cualquier hombre.
La mujer ideal
de curvas perfectas
nunca me dejaría
dormir la siesta.
Al mismo tiempo
sensual y elegante
lo mismo por detrás

Completamente loca

Hoy la vi
hablando con las flores del parque
llorando porque vio un pájaro morir
ella está completamente loca
Ella está
preocupada por lo del Amazonas
rebelada con toda la sociedad
ya lo ves, completamente loca.
Dice que
no entiende la señal de prohibido
que la va a cambiar por pase sin llamar
ella está completamente loca
Si por su manera de pensar
la llaman loca
que me llamen loco a mí también
y les gritaré que no quiero ser como ellos
la gente que piensa que ella está
completamente loca
(...)
Piensa que las peleas
se combaten con los besos
y que el hambre se solucionaría
queriendo hacerlo
hay gente que piensa que esto

que por delante.
 No la puedes buscar
 ni pedir por encargo
 hay que estar atento
 y que no pase de largo.
(Danza Invisible)

ya pasó de moda
 (...)
(Alejandro Sanz)

- ▶ *Enumera las características que tiene que tener la mujer ideal según la canción del grupo musical Danza Invisible. Escribe los estereotipos sexistas² que refleja la canción y el tipo de mujer al que se refiere.*
- ▶ *Enumera las características de la mujer que se describe en la canción de Alejandro Sanz.*
- ▶ *¿En qué se diferencian las dos canciones en lo que a la descripción de mujeres se refiere?*
- ▶ *¿Te sueles fijar en el significado de las letras de las canciones cuando las escuchas o las cantas? ¿Qué opinión te merecen éstas?*
- ▶ *¿Crees que las canciones influyen en la transmisión de actitudes, comportamientos y estereotipos?*
- ▶ *Busca letras de canciones que hablen sobre mujeres y que no reflejen estereotipos sexistas y compártelas con tus compañeras y compañeros.*

² Conjunto de creencias sobre supuestos atributos naturales de las mujeres y hombres. Por ejemplo, estereotipos femeninos: dependencia, frivolidad, ternura, miedo, etc. y estereotipos masculinos: independencia, franqueza, agresividad, valentía, etc.



Comunicación

Cambiamos algunas palabras

En la propuesta de trabajo anterior, hemos analizado algunos aspectos discriminatorios del uso del lenguaje como la existencia de expresiones que, siendo idénticas de forma, adoptan significados diferentes según se empleen en masculino o en femenino o el trato que otorga el diccionario a la palabra mujer. A continuación, vamos a seguir viendo otros usos sexistas del lenguaje, pero antes, como primera reflexión, os presentamos un texto de Ana María Piussi, pedagoga italiana, que se encuentra en el libro *El vacío de la maternidad* de Victoria Sau: a una profesora la preguntaron cómo se forma el femenino, a lo que ella contestó que partiendo del masculino: la *o* final se sustituye por una *a*, y cuando a continuación la preguntaron sobre cómo se forma el masculino, la profesora respondió: el masculino no se forma, existe.

Actividad 1: Lee el siguiente texto de Eulàlia Lledó que trata sobre los géneros femenino y masculino:

“Uno de los fenómenos más graves de discriminación lingüística radica en un aspecto gramatical que articula tanto el castellano como otras muchas lenguas y que consiste en el uso del género masculino como neutro. Es decir, utilizándolo como si abarcara el masculino y el femenino.

(...) La utilización del masculino como presunto genérico contribuye, también, a falsear la realidad. Por ejemplo, en la frase: ‘Todos los espartanos eran educados para luchar desde que eran niños’, la lectora y el lector pueden entender que las mujeres también están comprendidas en ese ‘Todos’.

Pensemos en aquellas octavillas ciclostiladas que a menudo encontramos en el buzón y que invitan a la gente a probar métodos milagrosos para adelgazar: no hay ni una que se refiera únicamente a los ‘gordos’, la mayoría apela a ‘gordos y gordas’ y no creo que sea por un cuidado insólito a evitar el sexismo en la

lengua sino porque es evidente que van dirigidas a un público femenino. Parece, por tanto, que cuando hay alguna persona, institución o empresa que quiere referirse a mujeres y hombres, de una forma u otra lo hace así. Abundando en lo mismo, pensemos en aquellos anuncios que piden *secretarias*, ¿en qué quedamos?, si el masculino nos incluye en un anuncio que busca *ejecutivos o profesores*, también debería incluirnos en uno que busca *secretarios*, porque algún secretario debe de haber, por mal pagado que esté el trabajo...

Un caso similar se dio cuando, en clase, un alumno dijo la frase: “Los hombres se ponen el delantal para fregar platos”, a renglón seguido se oyó un clamor que decía: “y las mujeres también, y las mujeres también...”, que ponía de manifiesto que cuando se dice hombre se está diciendo hombre y no persona u hombre y mujer.

Es cuestión, simplemente de fijarse. En claustros, reuniones y multitud de ocasiones, he visto que la gente -tanto mujeres como hombres- explicita los dos sexos cuando realmente quiere que conste los dos sexos y si no, no. Por ejemplo, el mismo profesor que me discutía y pregonaba que cuando él decía *profesores*, quería decir *todos los profesores* (...) el día que tuvo que denunciar que en el instituto había gente que utilizaba en demasía el teléfono, dijo no los *profesores*, ni los *espabilados*, sino, ¡oh, maravilla!, por una vez en la vida, *los espabilados y las espabiladas*, supongo que quería que quedase claro que tanto podían ser -en este caso, sí- hombres como mujeres”.

Eulàlia Lledó: *El sexismo y el androcentrismo en la lengua: análisis y propuestas de cambio* (Cuadernos para la Coeducación 3, Barcelona: Institut de Ciències de l'Educació, Universitat Autònoma de Barcelona, 1992)

- ▶ *Explica el significado del masculino como genérico y señala por qué crees que falsea la realidad.*
- ▶ *Indica los argumentos que expone la autora para justificar el uso del masculino y del femenino.*

- *Podéis dividir la clase en grupos. Unos grupos buscarán argumentos en contra de lo que defiende la autora y otros a favor. Después se realizará un debate en el que cada grupo exponga sus argumentos basados en hechos o datos y en opiniones propias.*

Actividad 2: En el libro del cual hemos extraído el texto, la autora propone el planteamiento de algunos cambios para que las mujeres también estén representadas en la lengua. Por ejemplo, en vez de escribir o decir “los niños”, podemos decir la infancia, la niñez, los niños y las niñas, etc.

- *Escribe las alternativas que se te ocurran para las siguientes frases y/o palabras, y luego ponlas en común con tus compañeras y compañeros:*

- Los maestros y alumnos*
- Los hijos.....*
- Las reuniones de padres.....*
- Director (rótulo de puerta)*
- Sala de profesores (rótulo de puerta).....*
- Jefe de estudios (rótulo de puerta)*
- Los derechos del hombre*
- Los romanos*
- El hombre urbano*
- El cuerpo del hombre.....*
- Los agredidos*
- Los médicos*
- Los escritores.....*

Actividades complementarias

Actividad A: En el Boletín Oficial del Estado del día 28 de marzo de 1995, el Ministerio de Educación y Ciencia publica una Orden por la que se adecúa la denominación de los títulos académicos oficiales a la condición masculina o femenina de quienes los obtengan. Esto quiere decir que las denominaciones y demás menciones contenidas en los títulos, certificados o diplomas se expresarán de distinta forma según quien lo solicite (hombre o mujer). Este hecho ha sido posible gracias a mujeres que han reivindicado verse “nombradas” en sus títulos académicos, y a instituciones sociales y educativas. A continuación, te proponemos la lectura de un fragmento de dicho boletín:

**MINISTERIO
DE EDUCACION Y CIENCIA**

7639 *ORDEN de 22 de marzo de 1995 por la que se adecua la denominación de los títulos académicos oficiales a la condición masculina o femenina de quienes los obtengan.*

La importancia que tiene el lenguaje en la formación de la identidad social de las personas y en sus actitudes, ha motivado la necesidad de plantear la diferenciación del uso del masculino o femenino en la designación de las múltiples profesiones y actividades para las que se venía empleando tradicionalmente el masculino.

Asimismo, la preocupación por evitar discriminaciones por razón de sexo y de representar adecuadamente a las mujeres, ha llevado a sectores significativos de la sociedad española y a las autoridades educativas a la idea de que, en coherencia con la política de propiciar un uso adecuado del lenguaje, se adopten las medidas necesarias a fin de que los títulos académicos oficiales se adecuen en su expresión a la naturaleza masculina o femenina de quienes los obtengan.

- ▶ Señala las razones que da el boletín para adecuar la denominación de los títulos académicos oficiales a la condición femenina o masculina de quienes los obtengan.
- ▶ ¿Qué opinas sobre esta Orden? ¿Te parece importante su publicación?
- ▶ ¿Qué otras soluciones o medidas piensas que se podrían tomar con respecto al lenguaje para que su uso no suponga una discriminación por razón de sexo?