

LENGUA CASTELLANA Y LITERATURA
2º BACHILLERATO

EL
RESPETO
es muy bonito

úsalo en
Carnaval



DATOS TÉCNICOS DE LA SITUACIÓN DE APRENDIZAJE

Título de la SA: EL RESPETO ES MUY BONITO	Etapas: Bachillerato	Curso: 2ª
Autoría: Inmaculada Bueno García	Trimestre: Segundo	
Área/Materia: Lengua Castellana y Literatura	N.º sesiones: 5	

IDENTIFICACIÓN

Descripción:

En esta situación de aprendizaje el alumnado **aprenderá a** analizar, producir y evaluar textos orales y audiovisuales procedentes de los medios y las redes de comunicación social (canciones, anuncios, campañas publicitarias,...), en los que abunda la utilización de estereotipos o valores que se alejan de una propuesta de convivencia basada en la igualdad y el respeto, ante los que la población juvenil es especialmente influenciable; también aprenderá a producir textos expositivos y argumentativos orales y escritos, con rigor y claridad, en contextos de aprendizaje formal. Estos aprendizajes se conseguirán, tras algunas actividades de lectura comprensiva de un cartel publicitario (relacionado con la **campaña “El respeto es muy bonito”**) y del análisis de algunas letras de canciones, **a través de** la preparación de una exposición grupal centrada en la respuesta argumentada a la siguiente pregunta: ¿Podemos hacer algo para impedir que las manifestaciones sexistas presentes en ámbitos sociales como el mundo de la música y de la publicidad creen “cultura” en la infancia y en la juventud? Además, el alumnado, trabajando en parejas, redactará un texto escrito exponiendo y argumentando su postura en relación al tema en cuestión. Se culminará la situación de aprendizaje con la celebración de una “Gymkhana del respeto” en la que el alumnado, después de analizar en grupo la campaña y de acercarse de manera crítica a algunas manifestaciones sociales que atentan contra la libertad y el respeto, entre otros valores, deberá pasar distintas pruebas en las que practique en grupo la integración del significado profundo del término “respeto”.

Estos objetivos de aprendizaje y productos se proponen **para** que alumnas y alumnos, de manera reflexiva y crítica, integren en sus relaciones personales y sociales, especialmente en el ámbito de las relaciones sexuales y/o amorosas, un modelo de comunicación basado en el respeto a sí mismos o a sí mismas y a las otras personas, en la igualdad, en la no discriminación, en el cuidado y el autocuidado y, en definitiva, en todos aquellos valores que incidan en el establecimiento de relaciones sanas e igualitarias, libres de estereotipos que limitan el crecimiento integral tanto de las mujeres como de los hombres.

Justificación:

El reto central de esta situación de aprendizaje consiste en prepararse para participar con éxito, en grupos colaborativos, en una “Gymkhana del respeto” asociada a los valores que quiere transmitir la campaña “El respeto es muy bonito”. Para ello, se plantean al alumnado actividades para el desarrollo de

habilidades relacionadas con el análisis, la producción y la evaluación de textos orales y audiovisuales de los ámbitos personal y social (canciones, anuncios, campañas publicitarias,...) presentes de manera significativa en su vida diaria, así como a la producción de textos orales y escritos expositivos y argumentativos, atendiendo así a los aprendizajes esperados asociados a los criterios de evaluación seleccionados para esta situación de aprendizaje.

El alumnado trabajará cooperativamente, en grupos heterogéneos, y reflexionará sobre el uso del lenguaje sexista en sus contextos más próximos, sobre el arraigo de los estereotipos de género en la sociedad, a pesar de los avances, sobre los beneficios de practicar el respeto y otros valores básicos para el desarrollo en igualdad de hombres y mujeres. Todo esto conecta con la práctica de la convivencia positiva que debe desprenderse del **Plan de Convivencia** y del **Plan de Acción Tutorial**, así como con la cultura de igualdad que suponga una convivencia de calidad para todas las personas, integrada en los **Planes de igualdad** de los centros educativos. Por otra parte, se espera que el alumnado respete las pautas de la ortofonía y dicción de la norma culta canaria en sus producciones orales, pronunciando con corrección y claridad, conectando con el **Programa de contenidos canarios** “enSeñas”. Algunos de los productos y documentos o entornos de trabajo están relacionados con el Plan TIC. Y, por último, como parte de las estrategias que debe recoger el **Plan de Comunicación Lingüística** del centro, el desarrollo de habilidades de comprensión lectora, de expresión y comprensión de textos orales, de comprensión y expresión escrita, constituyen el grueso de los aprendizajes que desarrollará el alumnado en esta situación de aprendizaje, en la que las situaciones comunicativas son el eje conductor.

Evaluación:

La evaluación se efectuará a partir de la recogida de evidencias durante el desarrollo de las actividades que se proponen a lo largo de la situación de aprendizaje, teniendo como referencia los criterios de evaluación, los estándares de aprendizaje evaluables y los aprendizajes esperados que se especifican. Desde la perspectiva de los agentes, estarán presentes la heteroevaluación y la coevaluación. Se utilizarán como técnicas de evaluación por parte del o de la docente la observación sistemática y el análisis de documentos y de producciones. Las herramientas (fichas de coevaluación y heteroevaluación, escalas de valoración y rúbricas generales) deberán ser manejadas por el alumnado desde el inicio de las actividades correspondientes, de manera que conozcan los indicadores para el desarrollo óptimo de estas o para mejorar a partir de la evaluación de los resultados, con lo que el enfoque de la evaluación es constructivo. Por último, los instrumentos (situaciones de comunicación en el aula (formales e informales: debates internos en los equipos, intervenciones en gran grupo), producciones orales, escritas y audiovisuales) están en consonancia con los aprendizajes que debe adquirir el alumnado en relación a los criterios de evaluación seleccionados (criterios 1, 2 y 3), que se trabajarán de manera parcial, y a sus competencias.

FUNDAMENTACIÓN CURRICULAR

Criterios de evaluación:

Código	Descripción
BLCL02C01	<p>Producir textos expositivos y argumentativos orales, con rigor y claridad, en contextos de aprendizaje formal, contraponiendo puntos de vista enfrentados, defendiendo una opinión personal con argumentos convincentes y siguiendo para ello un proceso de planificación, documentación, evaluación y mejora de sus textos, con el apoyo de las tecnologías de la información y la comunicación. Demostrar la comprensión de este tipo de textos sintetizando su contenido, por medio del desarrollo de la escucha activa, entendiendo la importancia de esta como un medio para la adquisición de conocimientos y como vehículo que le permite participar de forma responsable y asertiva en cualquier tipo de interacción social. Todo ello con la finalidad de reconocer la importancia de la comunicación oral como un medio para adquirir conocimientos y progresar en el aprendizaje autónomo.</p> <p>Con este criterio se pretende evaluar la capacidad del alumnado para planificar, producir y evaluar producciones orales expositivas y argumentativas, de forma individual o en grupo, en contextos académicos (entrevistas culturales, disertaciones científicas...), profesionales (conferencias, mesas redondas ...) y empresariales (charlas, videoconferencias ...) sobre un tema polémico, analizando posturas enfrentadas y defendiendo una opinión propia mediante argumentos convincentes, de manera que afiance su autoconfianza y sentido crítico. Para ello, se comprobará que consulta fuentes de información diversa para recopilar información, que utiliza apoyos audiovisuales o gráficos, y que sigue un guion previamente establecido para estructurar la información obtenida, utilizando correctamente los procedimientos para citar. Se verificará, además, que se expresa con claridad, precisión y corrección, de acuerdo a las características gramaticales y la ortofonía de la norma culta del español de Canarias, adaptando los elementos verbales y no verbales (entonación, tono, timbre velocidad, gestos...) a las condiciones de la situación comunicativa (tema, ámbito discursivo, tipo de destinatario...), empleando un léxico preciso y especializado, y empleando los recursos expresivos propios del registro formal. Se comprobará que para ello consulta fuentes de información diversas, utilizando las tecnologías de la información y la comunicación. Asimismo, se comprobará que el alumnado comprende este tipo de textos, por medio del desarrollo de la escucha activa, de manera que puede discriminar la información relevante para resumirlos por escrito, de reconocer las distintas formas de organización del discurso y de analizar los recursos verbales y no verbales empleados por el emisor, valorándolos en función de los elementos de la situación comunicativa. Por último, se evaluará si el alumno o la alumna puede evaluar sus producciones y las de sus compañeros o compañeras, detectando las dificultades estructurales y expresivas, y diseñando estrategias para mejorar sus prácticas orales y progresar en el aprendizaje autónomo.</p>
Aprendizajes esperados:	Competencias
Planificar y producir en grupo producciones orales expositivas y argumentativas, sobre un tema polémico, analizando posturas enfrentadas y defendiendo una opinión propia mediante argumentos convincentes.	CL

Expresarse con claridad, precisión y corrección, de acuerdo a las características gramaticales y la ortofonía de la norma culta del español de Canarias.		CL
Desarrollar la escucha activa, de manera que pueda reconocer la organización del discurso y de analizar los recursos verbales y no verbales empleados por el emisor, valorándolos en función de los elementos de la situación comunicativa.		CL, CSC
Evaluar sus producciones y las de sus compañeros o compañeras, detectando las dificultades estructurales y expresivas, y diseñando estrategias para mejorar sus prácticas orales.		CL, AA
Estándares de aprendizaje evaluables 3, 5, 6, 7, 8, 9	Contenidos 2	Competencias CL, AA, CSC

Código	Descripción
BLCL02C02	<p>Analizar la intención comunicativa, el tema y la estructura de textos orales y audiovisuales, periodísticos y publicitarios, procedentes de los medios y las redes de comunicación social, identificando los rasgos propios del género periodístico, así como los recursos verbales y no verbales utilizados, y valorando de forma crítica su forma y su contenido. Relacionar los aspectos formales del texto con la intención comunicativa del emisor y con el resto de los factores de la situación comunicativa. Aplicar estos aprendizajes en la planificación, producción y evaluación de este tipo de textos. Todo ello para desarrollar su sentido crítico, consolidar su madurez personal y social y valorar la importancia de la escucha activa como un medio de adquisición de conocimientos.</p> <p>Con este criterio se pretende evaluar la capacidad del alumnado para analizar, producir y evaluar textos orales y audiovisuales procedentes de los medios y las redes de comunicación social (informativos, tertulias radiofónicas, reportajes, debates, publicidad audiovisual, blogs...). De esta manera, demostrará que reconoce los rasgos propios de los principales géneros de información y de opinión, así como las distintas formas de organización del contenido en una argumentación oral, analizando los recursos verbales y no verbales empleados por el emisor y valorándolos en función de la situación comunicativa; Se constatará también que interpreta diversos anuncios sonoros y audiovisuales, identificando la información y la persuasión, reconociendo los elementos que utiliza el emisor para seducir al receptor, valorando críticamente su forma y su contenido, y rechazando las ideas discriminatorias. Asimismo, se verificará que, en sus propias producciones, defiende una opinión propia mediante argumentos razonados, consultando fuentes de información diversa para recopilar información y utilizando apoyos audiovisuales o gráficos; siguiendo un guion previamente establecido para estructurar la información obtenida y utilizando correctamente los procedimientos de cita. Además, se comprobará que se expresa con claridad, precisión y corrección, atendiendo a la dicción y ortofonía de la norma culta del español de Canarias, y adaptando su actuación verbal y no verbal (entonación, tono, timbre velocidad, gestos...) a las condiciones de la situación comunicativa (tema, ámbito discursivo, tipo de</p>

	destinatario...). Asimismo, se verificará que el alumno o la alumna evalúa sus producciones y las de sus compañeros y compañeras, detectando las dificultades estructurales y expresivas y diseñando estrategias para mejorar sus prácticas orales y progresar en el aprendizaje autónomo.	
Aprendizajes esperados:		Competencias
Analizar textos publicitarios, identificando la información y la persuasión, reconociendo los elementos que utiliza el emisor para seducir al receptor, valorando críticamente su forma y su contenido, y rechazando las ideas discriminatorias.		CL
Producir textos publicitarios aplicando sus conocimientos sobre las características de esta tipología textual.		CL, CD
Evalúa sus producciones y las de sus compañeros y compañeras, detectando las dificultades estructurales y expresivas y diseñando estrategias para la mejora.		CL, AA
Estándares de aprendizaje evaluables 1, 2, 4	Contenidos 2	Competencias CL, CD, AA

Código	Descripción
BLCL01C03	<p>Producir, con el apoyo de las tecnologías de la información y la comunicación, textos escritos expositivos y argumentativos en contextos formales de aprendizaje con rigor, claridad y corrección ortográfica y gramatical, con adecuada atención a las particularidades del español de Canarias, ajustando su expresión a la intención comunicativa y al resto de las condiciones de la situación comunicativa, a partir de un esquema previo que contemple la planificación, realización, revisión y mejora del texto, empleando distintas estructuras expositivas (comparación, problema-solución, enumeración, causa-consecuencia, ordenación cronológica...) o defendiendo, en su caso, la opinión u opiniones que se sostienen a través de una posición crítica bien argumentada y convincente. Demostrar la comprensión de este tipo de textos a través de su análisis y de la síntesis de su contenido, discriminando la información relevante y accesorio. Todo ello con la finalidad de valorar la escritura como un medio de expresión de emociones y sentimientos, y de desarrollo del espíritu crítico.</p> <p>Este criterio permitirá evaluar si el alumnado planifica y produce textos escritos sobre un tema especializado con rigor, claridad y corrección ortográfica y gramatical, empleando un léxico preciso y especializado, aplicando los conocimientos gramaticales y pragmáticos para mejorar la expresión escrita, ajustando su expresión a las condiciones de la situación comunicativa (tema, ámbito discursivo, tipo de destinatario, género textual...), empleando los recursos expresivos propios del registro formal y</p>

	evitando el uso de coloquialismos. Se valorará igualmente la coherencia y cohesión en la presentación de los contenidos o la relevancia de los argumentos seleccionados en función de la tesis desarrollada, cuando proceda. Se comprobará asimismo si el alumnado es capaz de evaluar sus propias producciones escritas y las de sus compañeros y compañeras, reconociendo las dificultades estructurales y expresivas, recurriendo a obras de consulta tanto impresas como digitales para su corrección y diseñando estrategias para mejorar su redacción y avanzar en el aprendizaje autónomo. Por último se evaluará si el alumnado es capaz de comprender y de analizar textos escritos de carácter expositivo y argumentativo de tema especializado, propios del ámbito académico o de divulgación científica y cultural, identificando el tema y la estructura, distinguiendo las ideas principales y secundarias, analizando los recursos verbales y no verbales presentes y valorándolos en función de los elementos de la situación comunicativa (intención comunicativa del autor, tema y género textual).	
Aprendizajes esperados:		Competencias
Planificar y producir textos expositivos y argumentativos escritos sobre un tema especializado con rigor, claridad y corrección ortográfica y gramatical.		CL
Presentar con coherencia y cohesión los contenidos de sus textos escritos .		CL
Evaluar sus propias producciones escritas y las de sus compañeros y compañeras, reconociendo las dificultades estructurales y expresivas, recurriendo a obras de consulta tanto impresas como digitales para su corrección.		CL,CD, AA
Estándares de aprendizaje evaluables 14, 15, 16	Contenidos 1	Competencias CL, CD, AA

FUNDAMENTACIÓN METODOLÓGICA: CONCRECIÓN

Modelos de enseñanza:

Enseñanza directa
Enseñanza no directiva

Fundamentos metodológicos:

Dadas las características de esta situación de aprendizaje que está asociada inicialmente a una campaña concreta que requiere, para su comprensión, de procesos de reflexión tanto en relación a la tipología de textos, como al contexto de difusión de la campaña y a su finalidad, requiere de la intervención moderada del/de la docente, cuyo papel se limitará a guiar al alumnado a través de explicaciones, cuando sean precisas, y del uso de organizadores que incidan en la práctica de habilidades para analizar e interpretar la información, así como para afrontar su procesos creativos. Este planteamiento encaja por una parte con el concepto del modelo de **Enseñanza Directa (EDIR)** que se aplicará de manera puntual, con un rol docente concebido para proporcionar recursos, verificar que el trabajo se está desarrollando correctamente, facilitar la interacción grupal y cuando el profesor o la profesora vea necesaria su intervención para alguna aclaración o explicación, y con el de **Enseñanza no Directiva (END)** , por otra, ya que el alumnado se enfrentará a la resolución de sus tareas principalmente sin intervención del o de la docente.

Será predominante la técnica de aprendizaje cooperativo: el alumnado trabajará mayoritariamente en pareja y en pequeño grupo, propiciando el trabajo colaborativo y el aprendizaje entre iguales. Se utilizarán algunos organizadores para la reflexión conjunta y para la aportación equilibrada de los y las integrantes de los grupos de trabajo, así como fichas de auto y coevaluación para ir regulando los procesos.

Contribución al desarrollo de las competencias:

La presente situación de aprendizaje se centra, fundamentalmente, en procesos relacionados con el desarrollo de habilidades de comunicación oral y escrita. Así, la competencia lingüística (CL) constituye el eje central de los criterios de evaluación seleccionados.

Esta situación de aprendizaje contribuye al desarrollo de la competencia de aprender a aprender (AA), fuertemente vinculada al desarrollo de la competencia lingüística y a la evolución de la autonomía para utilizar las habilidades de comprensión y expresión oral, lectora y escritora.

El análisis de los textos publicitarios, de letras de canciones y de otros documentos, desde una visión crítica, facilitará el desarrollo de valores como la tolerancia, la igualdad, el respeto y la convivencia pacífica, asociados a las competencias sociales y cívicas (CSC). Por otra parte, el trabajo en grupos cooperativos se muestra ideal para el desarrollo de ciertas destrezas fundamentales para el ejercicio de la ciudadanía, tales como la capacidad de comunicarse de una manera constructiva, mostrar tolerancia y respeto por las diferencias, comprender y expresar otros puntos de vista y huir de las fórmulas sexistas.

El fomento de tareas cooperativas contribuye además al desarrollo de la competencia de sentido de iniciativa y espíritu emprendedor (SIEE), ya que en ellas el alumnado debe revisar y evaluar lo aprendido, valorando otras aportaciones, cuidando el equilibrio entre el trabajo individual y en equipo y propiciando valores como la responsabilidad y el compromiso para transformar su realidad más cercana y el espíritu crítico.

Agrupamientos:

Trabajo en parejas (TPAR)
Grupos heterogéneos (GHET)
Gran grupo (GGRU)
Trabajo individual (TIND)

Recursos:

Cartones, pinturas para el cuerpo, folios, cartulinas, rotuladores o lápices de colores, ordenadores o tablets.

Espacios:

Aula
Aula con recursos TIC
Biblioteca o espacio alternativo para el “Rincón del respeto”.

FUNDAMENTACIÓN METODOLÓGICA: SECUENCIA DE ACTIVIDADES

Actividad 1: ¡¡Abre bien los ojos!!!...

En esta primera actividad, que se desarrollará en dos sesiones, el o la docente explicará al alumnado qué aprenderá a lo largo de esta situación de aprendizaje, cómo se generarán los aprendizajes y con qué finalidad, según se recoge en su descripción.

La primera parte de la sesión 1 estará dedicada al conocimiento por parte del alumnado de la campaña “El respeto es muy bonito”, diseñada con la finalidad de prevenir las agresiones sexuales en Carnaval. El o la docente mostrará el cartel e invitará al alumnado a observarlo con detenimiento, parándose en todos sus elementos (imágenes, colores, textos, tipología de las letras, distribución de las palabras, frases e imágenes,). Seguidamente, activará la generación de ideas formulando algunas preguntas que inviten a reflexionar y ayuden al alumnado a entrar en materia:

- ¿Para qué crees que se ha lanzado esta campaña?
- ¿Por qué crees que es necesaria?
- ¿Con qué relacionas su nombre/eslogan? (Di si has oído la frase en tu entorno familiar, si la relacionas con algún sentimiento en particular).
- ¿Piensas que es válida solo para Carnaval?

Después de dedicar algunos minutos a la intervención del alumnado, se proyectará el vídeo de la campaña, tras lo cual el profesor o la profesora dará indicaciones para la formación de grupos de trabajo heterogéneos de entre cuatro y cinco alumnas y alumnos, de manera que haya un total de cuatro grupos en el aula. Constituidos los grupos, se repartirán las funciones según las cartas de roles (**Recurso 3**). Si el grupo tuviera más de cuatro integrantes, se duplicaría alguno de los roles (coordinador/coordinadora o controlador/controladora). Cada equipo de trabajo elegirá un nombre que lo identifique, procurando que guarde relación con el lema de la campaña.

El o la docente hará entrega a cada grupo del **Recurso 4**, “Lectura del cartel de la campaña” y el alumnado procederá a desarrollar las actividades tal y como se describe en el propio recurso, utilizando la técnica de trabajo cooperativo 1, 2, 4, y consultando los **Recurso 5 y 6**, “Características del texto publicitario 1” y “Características del texto publicitario 2”. Este trabajo comenzará a realizarse en esta primera sesión, si el tiempo lo permite, y continuará desarrollándose en la siguiente sesión. De manera opcional, si él o la docente lo considera pertinente, se podrá utilizar el **Recurso 7**, “Leer publicidad en el MUVAP” que, aunque dirigido a la etapa de secundaria, puede ayudar a identificar los elementos de un cartel publicitario.

Una vez concluido, se expondrán en gran grupo **los elementos del cartel** de cada equipo para la fiesta de Carnaval del centro, y el alumnado cumplimentará la escala de valoración correspondiente (**Recurso 8**), que también servirá al o a la docente para su evaluación. Así mismo, el equipo deberá evaluar la colaboración grupal a través del **Recurso 9**.

Criterios de evaluación	Competencias	Técnicas de evaluación	Herramientas de evaluación	Instrumentos de evaluación
BLCL02C02	CL, CD, AA	-Observación sistemática. -Análisis de documentos.	-Escala de valoración de elementos del cartel planificado. -Ficha de evaluación de la colaboración grupal.	Actividades de lectura y planificación del cartel.
Productos		Tipos de evaluación según el agente		
		Coevaluación. Heteroevaluación.		
Agrupamientos	Sesiones	Recursos	Espacios	Observaciones
Trabajo en parejas (TPAR) Grupos heterogéneos (GHET) Gran grupo (GGRU) Trabajo individual (TIND)	2	Recurso 1: Cartel de la campaña “El respeto es muy bonito”. Recurso 2: Vídeo de la campaña “El respeto es muy bonito”. Recurso 3: Cartas de roles. Recurso 4: Lectura y planificación de cartel. Recurso 5: Ficha características del texto publicitario 1. Recurso 6: Ficha características del texto publicitario 2. Recurso 7: Leer publicidad en el MUVAP. Recurso 8: Escala de valoración de los elementos del cartel. Recurso 9: Ficha de evaluación de la colaboración grupal.	Aula. Aula con recursos TIC.	

FUNDAMENTACIÓN METODOLÓGICA: SECUENCIA DE ACTIVIDADES

Actividad 2: ...¡Y los oídos también!!

Teniendo en cuenta que las adaptaciones curriculares deben nutrirse de la programación de aula, el profesorado responsable de la aplicación de esta SA deberá buscar la correspondencia de los criterios de evaluación vinculados a la misma con los de los distintos referentes curriculares del alumnado con adaptación curricular, de tal forma que la propuesta de actividades sea inclusiva.

La segunda actividad se dedicará a la preparación de una exposición grupal centrada en la respuesta debidamente argumentada a la siguiente pregunta: ¿En qué ámbito de actuación debemos trabajar de manera prioritaria para impedir que las manifestaciones sexistas presentes en el mundo de la música y de la publicidad creen “cultura” en la infancia y en la juventud? El proceso de preparación se desarrollará siguiendo los siguientes pasos:

- El análisis, en el seno de los equipos, de un texto publicado en *La Vanguardia.com* titulado “El preocupante triunfo de las letras machistas de ‘reggaeton’” ([Recurso 10](#)) y de algunas letras de canciones, recogidas en el **Recurso 11** (Lo que encierran las letras), que no pertenecen a este género, pero que también encierran una fuerte presencia de elementos sexistas, haciendo de la música un factor cultural promotor de la desigualdad, de la cosificación de la mujer y de la violencia de género. El trabajo del alumnado consistirá en etiquetar con todas las características que considere oportunas los distintos fragmentos de canciones del **Recurso 11**, ayudándose de las apreciaciones que pueda extraer del **Recurso 10** (por ejemplo: “hacen apología de la violencia directa hacia las mujeres” o “encierran una lógica gansteril”).
- Tras ese análisis, se proporcionará al alumnado un anuncio de reciente publicación que apuesta por la renuncia a los valores machistas en la publicidad: el vídeo “El mejor hombre que podría ser” ([Recurso 12](#)), y enlaces a dos artículos publicados en revistas online sobre la reacción de la ultraderecha conservadora a dicho anuncio:
 - ¿Por qué la ultraderecha está tirando a la basura los productos de Gillette? ([Recurso 13](#)).
 - Por qué los hombres de la ultraderecha están tirando sus maquinillas Gillette ([Recurso 14](#)).

Aunque se haga una primera lectura del vídeo y de los artículos en la primera sesión de esta actividad, se encargará al alumnado que trabaje los textos en casa extrayendo las ideas principales de ambos y contrastándolas posteriormente con el resto de su equipo. Si se viera necesario, por falta de tiempo para desarrollar todas las actividades en clase, podrá encargarse al alumnado que vea el vídeo y lea los artículos en casa.

- En la segunda sesión el alumnado preparará, a partir de un organizador gráfico de “Toma de decisiones” (**Recurso 15**) la exposición argumentada que suponga una propuesta grupal para responder a la pregunta planteada. Acabado este trabajo, el grupo ensayará su exposición, debiendo repartirse las intervenciones de manera equilibrada. En esta ocasión les puede servir de ayuda el **Recurso 16**, Fichas con características de tipologías textuales.

- Por último, el alumnado realizará su exposición al gran grupo, y cada equipo será valorado a partir de la ficha de coevaluación de la exposición oral (**Recurso 17**), que también servirá al profesor o a la profesora para su evaluación.

Para finalizar, cada alumna y cada alumno deberá escribir un artículo de opinión con su postura personal. Podrá ayudarse del **Recurso 18**, “Ficha de ayuda para la elaboración de un texto escrito. Artículo de opinión.”, y apoyarse de nuevo en el Recurso 16, “Fichas con características de tipologías textuales”.

El o la docente, proporcionará al alumnado la *Guía exprés del hombre igualitario* (**Recurso 19**) para que la lean, la analicen con detenimiento y determinen su finalidad, tarea que también desarrollarán en casa.

Criterios de evaluación	Competencias	Técnicas de evaluación	Herramientas de evaluación	Instrumentos de evaluación
BLCL02C01	CL, AA, CSC	-Observación sistemática. -Análisis de documentos.	-Ficha de evaluación exposición oral.	Exposición oral
BLCL02C03	CL, CD, AA	-Observación sistemática. -Análisis de documentos.	-Rúbricas generales	Artículo de opinión
Productos		Tipos de evaluación según el agente		
Etiquetado de letras de canciones. Organizador gráfico para la toma de decisiones.		Coevaluación. Heteroevaluación.		
Agrupamientos	Sesiones	Recursos	Espacios	Observaciones
Grupos heterogéneos (GHET) Gran grupo (GGRU) Trabajo individual (TIND)	2	Recurso 10: “El preocupante triunfo de las letras machistas de ‘reggaeton’”. Recurso 11: Lo que encierran las letras. Recurso 12: “El mejor hombre que podría ser”. Recurso 13: ¿Por qué la ultraderecha está tirando a la basura los productos de Gillette? Recurso 14: Por qué los hombres de la ultraderecha están tirando sus maquinillas Gillette. Recurso 15: Organizador gráfico para toma de decisiones. Recurso 16: Fichas con características de tipologías textuales. Recurso 17: Ficha de coevaluación de la exposición oral. Recurso 18: Ficha de ayuda para la elaboración de un texto escrito. Artículo de opinión. Recurso 19: Guía exprés del hombre igualitario.	Aula	

FUNDAMENTACIÓN METODOLÓGICA: SECUENCIA DE ACTIVIDADES

Actividad 3: Aquí gana todo el mundo: la gymkhana creativa.

Esta sesión estará dedicada al desarrollo de una “gimkhana” en la que el alumnado, ya metido en materia, pasará por cuatro juegos creativos no competitivos.

En el aula, en la que, preferiblemente, debe haber un ordenador o tablet por equipo, se prepararán cuatro rincones por los que irán rotando los grupos hasta haber trabajado en todos ellos:

1. **Está permitido/no está permitido.** En este rincón cada equipo tendrá que aportar cuatro acciones/ideas/actitudes que están permitidas y cuatro que no están permitidas en relación a los comportamientos que permitan que se desarrolle un Carnaval sano y feliz para todas las personas que quieran disfrutar de esta fiesta. Las tiras de papel para escribir las aportaciones podrán obtener en el **Recurso 19**.
2. **Hombres con principios.** En esta ocasión, cada grupo deberá idear tres pequeños carteles según los modelos que aparecen en el **Recurso 20**, en el que los chicos del equipo, con la colaboración sus compañeras, expresarán una idea igualitaria en la que tengan un papel protagonista.
3. **HeforShe. Me sumo.** Este es el rincón del compromiso. Cada grupo se sumará a lo que piensan millones de personas según el cartel del **Recurso 21**.
4. **La imagen.** El grupo podrá dejar constancia pública de su visión a través de las redes sociales de manera similar a como se muestra en el **Recurso 22**, con un marco de Instagram “El respeto es muy bonito”.

Si el grupo quiere usar Instagram y algún alumno o alumna no tiene cuenta, podrá encontrar información en el **Recurso 23** ¿Cómo creo una cuenta de Instagram? Cada grupo creará un hashtag representativo de la campaña y será elegido por votación en gran grupo el hashtag del grupo-clase. Para obtener información sobre el sentido de crear un hashtag y sobre qué características debe tener, el alumnado podrá consultar el **Recurso 24** (Qué es un hashtag). Aunque el mensaje de la web enlazada va dirigido a empresas, se puede contextualizar.

Al terminar, se comunicará al alumnado que todo el material generado servirá para crear el rincón del respeto. En el rincón se turnará el alumnado para pintar con las plantillas y pinturas para el cuerpo el “pseudo-tattoo” con el lema de la campaña (**Recurso 25**).

Criterios de evaluación	Estándares de aprendizaje evaluables	Contenidos	Competencias	Técnicas de evaluación	Herramientas de evaluación	Instrumentos de evaluación
Productos				Tipos de evaluación según el agente		
Tarjetas “Está permitido, no está permitido”. Carteles “Hombres con principios”. Textos “HeforShe. Me sumo”. Fotos con marco de Instagram o vídeos.						
Agrupamientos	Sesiones	Recursos			Espacios	Observaciones
Grupos heterogéneos (GHET)	1	Recurso 20: Está permitido, no está permitido. Recurso 21: Hombres con principios. Recurso 22: HeforShe. Me sumo. Recurso 23: La imagen. Recurso 24: ¿Cómo creo una cuenta de Instagram? Recurso 25: ¿Qué es un hashtag? Recurso 26: Plantilla con lema de la campaña.			Aula con recursos TIC	

FUNDAMENTACIÓN METODOLÓGICA: RECURSOS, FUENTES, OBSERVACIONES, PROPUESTAS Y VALORACIÓN DEL AJUSTE.

Recursos:

Recurso 1: Cartel de la campaña “El respeto es muy bonito”.

Recurso 2: Vídeo de la campaña “El respeto es muy bonito”.

Recurso 3: Cartas de roles.

Recurso 4: Lectura y planificación de cartel.

Recurso 5: Ficha características del texto publicitario 1.

Recurso 6: Ficha características del texto publicitario 2.

Recurso 7: Leer publicidad en el MUVAP.

Recurso 8: Escala de valoración de los elementos del cartel.

Recurso 9: Ficha de evaluación de la colaboración grupal.

Recurso 10: “El preocupante triunfo de las letras machistas de ‘reggaeton’”.

Recurso 11: Lo que encierran las letras.

Recurso 12: “El mejor hombre que podría ser”.

Recurso 13: ¿Por qué la ultraderecha está tirando a la basura los productos de Gillette?

Recurso 14: Por qué los hombres de la ultraderecha están tirando sus maquinillas Gillette.

Recurso 15: Organizador gráfico para toma de decisiones.

Recurso 16: Fichas con características de tipologías textuales.

Recurso 17: Ficha de coevaluación de la exposición oral.

Recurso 18: Ficha de ayuda para la elaboración de un texto escrito. Artículo de opinión.

Recurso 19: Guía exprés del hombre igualitario.

Recurso 20: Está permitido, no está permitido.

Recurso 21: Hombres con principios.

Recurso 22: HeforShe. Me sumo.

Recurso 23: La imagen.

Recurso 24: ¿Cómo creo una cuenta de Instagram?

Recurso 25: ¿Qué es un hashtag?

Recurso 26: Plantilla con lema de la campaña.

Fuentes:

Los textos publicitarios. Slideshare.

<https://es.slideshare.net/CndidaVsquez/los-textos-publicitarios-49072375>

Características y elementos del texto publicitario.

<https://prezi.com/ufzm0heljhw-/caracteristicas-y-elementos-del-texto-publicitario/>

Textos publicitarios. Bachillerato.

<https://puenteydbh1lengua.files.wordpress.com/2016/11/textos-publicitarios-pautas.pdf>

Canciones machistas que seguro que has bailado y cantado.

https://www.europafm.com/noticias/musica/canciones-machistas-que-seguro-que-has-bailado-cantado_201708045984483d0cf2c0f4136d9388.html

Texto Argumentativo - Formación docente - Idoneos.

https://formacion-docente.idoneos.com/didactica_de_la_lengua/tipos_de_textos/texto_argumentativo/

Diez características del texto argumentativo. Disponible en:

<https://www.caracteristicas.co/texto-argumentativo/>

LENGUA CASTELLANA Y LITERATURA

2º BACHILLERATO

Recursos

Recurso 1: Cartel de la campaña “El respeto es muy bonito”.

Recurso 3: Cartas de roles.

Recurso 4: Lectura y planificación de cartel.

Recurso 6: Ficha características del texto publicitario 2.

Recurso 8: Escala de valoración de los elementos del cartel.

Recurso 9: Ficha de evaluación de la colaboración grupal.

Recurso 11: Lo que encierran las letras.

Recurso 15: Organizador gráfico para toma de decisiones.

Recurso 16: Fichas con características de tipologías textuales.

Recurso 17: Ficha de coevaluación de la exposición oral.

Recurso 18: Ficha de ayuda para la elaboración de un texto escrito.

Artículo de opinión.

Recurso 19: Guía exprés del hombre igualitario.

Recurso 20: Está permitido, no está permitido.

Recurso 21: Hombres con principios.

Recurso 22: HeforShe. Me sumo.



Recurso 23: La imagen.

Recurso 26: Plantilla con lema de la campaña.

EL RESPETO es muy bonito

úsalo en
Carnaval



 elrespetoesmuybonito.com
 [@elrespetoesmuybonito](https://www.instagram.com/elrespetoesmuybonito)



EL RESPETO es muy bonito

#1 Pregúntale.

Espera su respuesta. Acepta tanto el sí como el no.

#2 Acércate.

Respetuosamente. Sigue, cuando esté claro que también quiere. No te aproveches del disfraz.

#3 Diviértete.

Sin cruzar los límites, hazlo por ti y por los demás.

#4 Goza.

Plenamente. De forma segura.

#5 Respeta.

La diversidad es lo real. Hace la vida más emocionante.



 elrespetoesmuybonito.com

 [@elrespetoesmuybonito](https://www.instagram.com/elrespetoesmuybonito)

úsalo en
Carnaval



CARTAS DE ROLES

COORDINADORA/COORDINADOR

- 1 Comprueba que todos los miembros del equipo han anotado y comprendido la actividad o tarea que deben realizar.
- 2 Propone sugerencias para organizar el trabajo, indicando las tareas que cada persona debe realizar en cada momento.
- 3 Dirige la evaluación grupal.
- 4 Anima al equipo a seguir avanzando.

COORDINADORA/COORDINADOR

- 1 Comprueba que todos los miembros del equipo han anotado y comprendido la actividad o tarea que deben realizar.
- 2 Propone sugerencias para organizar el trabajo, indicando las tareas que cada persona debe realizar en cada momento.
- 3 Dirige la evaluación grupal.
- 4 Anima al equipo a seguir avanzando.

COORDINADORA/COORDINADOR

- 1 Comprueba que todos los miembros del equipo han anotado y comprendido la actividad o tarea que deben realizar.
- 2 Propone sugerencias para organizar el trabajo, indicando las tareas que cada persona debe realizar en cada momento.
- 3 Dirige la evaluación grupal.
- 4 Anima al equipo a seguir avanzando.

COORDINADORA/COORDINADOR

- 1 Comprueba que todos los miembros del equipo han anotado y comprendido la actividad o tarea que deben realizar.
- 2 Propone sugerencias para organizar el trabajo, indicando las tareas que cada persona debe realizar en cada momento.
- 3 Dirige la evaluación grupal.
- 4 Anima al equipo a seguir avanzando.

COORDINADORA/COORDINADOR

- 1 Comprueba que todos los miembros del equipo han anotado y comprendido la actividad o tarea que deben realizar.
- 2 Propone sugerencias para organizar el trabajo, indicando las tareas que cada persona debe realizar en cada momento.
- 3 Dirige la evaluación grupal.
- 4 Anima al equipo a seguir avanzando.

COORDINADORA/COORDINADOR

- 1 Comprueba que todos los miembros del equipo han anotado y comprendido la actividad o tarea que deben realizar.
- 2 Propone sugerencias para organizar el trabajo, indicando las tareas que cada persona debe realizar en cada momento.
- 3 Dirige la evaluación grupal.
- 4 Anima al equipo a seguir avanzando.



CARTAS DE ROLES

CONTROLADORA/CONTROLADOR

- 1 Se encarga de que el equipo mantenga un tono de voz adecuado para no molestar a las demás personas y que se muevan entre los grupos sin hacer ruido.
- 2 Controla el tiempo.
- 3 Vigila que todo quede recogido y ordenado.
- 4 Custodia los materiales.

CONTROLADORA/CONTROLADOR

- 1 Se encarga de que el equipo mantenga un tono de voz adecuado para no molestar a las demás personas y que se muevan entre los grupos sin hacer ruido.
- 2 Controla el tiempo.
- 3 Vigila que todo quede recogido y ordenado.
- 4 Custodia los materiales.

CONTROLADORA/CONTROLADOR

- 1 Se encarga de que el equipo mantenga un tono de voz adecuado para no molestar a las demás personas y que se muevan entre los grupos sin hacer ruido.
- 2 Controla el tiempo.
- 3 Vigila que todo quede recogido y ordenado.
- 4 Custodia los materiales.

CONTROLADORA/CONTROLADOR

- 1 Se encarga de que el equipo mantenga un tono de voz adecuado para no molestar a las demás personas y que se muevan entre los grupos sin hacer ruido.
- 2 Controla el tiempo.
- 3 Vigila que todo quede recogido y ordenado.
- 4 Custodia los materiales.

CONTROLADORA/CONTROLADOR

- 1 Se encarga de que el equipo mantenga un tono de voz adecuado para no molestar a las demás personas y que se muevan entre los grupos sin hacer ruido.
- 2 Controla el tiempo.
- 3 Vigila que todo quede recogido y ordenado.
- 4 Custodia los materiales.

CONTROLADORA/CONTROLADOR

- 1 Se encarga de que el equipo mantenga un tono de voz adecuado para no molestar a las demás personas y que se muevan entre los grupos sin hacer ruido.
- 2 Controla el tiempo.
- 3 Vigila que todo quede recogido y ordenado.
- 4 Custodia los materiales.



CARTAS DE ROLES

SECRETARIA/SECRETARIO

- 1 Se encarga de prestar atención al material necesario para el equipo, pedirlo y tenerlo disponible.
- 2 Anota las decisiones y opiniones del equipo cuando las tareas lo requieran.
- 3 Recuerda los compromisos grupales e individuales.
- 4 Comprueba que todos los miembros del equipo hayan anotado y traído la tarea.

SECRETARIA/SECRETARIO

- 1 Se encarga de prestar atención al material necesario para el equipo, pedirlo y tenerlo disponible.
- 2 Anota las decisiones y opiniones del equipo cuando las tareas lo requieran.
- 3 Recuerda los compromisos grupales e individuales.
- 4 Comprueba que todos los miembros del equipo hayan anotado y traído la tarea.

SECRETARIA/SECRETARIO

- 1 Se encarga de prestar atención al material necesario para el equipo, pedirlo y tenerlo disponible.
- 2 Anota las decisiones y opiniones del equipo cuando las tareas lo requieran.
- 3 Recuerda los compromisos grupales e individuales.
- 4 Comprueba que todos los miembros del equipo hayan anotado y traído la tarea.

SECRETARIA/SECRETARIO

- 1 Se encarga de prestar atención al material necesario para el equipo, pedirlo y tenerlo disponible.
- 2 Anota las decisiones y opiniones del equipo cuando las tareas lo requieran.
- 3 Recuerda los compromisos grupales e individuales.
- 4 Comprueba que todos los miembros del equipo hayan anotado y traído la tarea.

SECRETARIA/SECRETARIO

- 1 Se encarga de prestar atención al material necesario para el equipo, pedirlo y tenerlo disponible.
- 2 Anota las decisiones y opiniones del equipo cuando las tareas lo requieran.
- 3 Recuerda los compromisos grupales e individuales.
- 4 Comprueba que todos los miembros del equipo hayan anotado y traído la tarea.

SECRETARIA/SECRETARIO

- 1 Se encarga de prestar atención al material necesario para el equipo, pedirlo y tenerlo disponible.
- 2 Anota las decisiones y opiniones del equipo cuando las tareas lo requieran.
- 3 Recuerda los compromisos grupales e individuales.
- 4 Comprueba que todos los miembros del equipo hayan anotado y traído la tarea.



CARTAS DE ROLES

PORTAVOZ

- 1 Anima para que los y las integrantes participen de forma igualitaria, con los mismos tiempos y turnos de palabra, y aporten según sus posibilidades.
- 2 Pregunta las dudas del grupo al profesor o profesora.
- 3 Presenta las tareas realizadas.
- 4 Refuerza el trabajo bien hecho y los éxitos del equipo.

PORTAVOZ

- 1 Anima para que los y las integrantes participen de forma igualitaria, con los mismos tiempos y turnos de palabra, y aporten según sus posibilidades.
- 2 Pregunta las dudas del grupo al profesor o profesora.
- 3 Presenta las tareas realizadas.
- 4 Refuerza el trabajo bien hecho y los éxitos del equipo.

PORTAVOZ

- 1 Anima para que los y las integrantes participen de forma igualitaria, con los mismos tiempos y turnos de palabra, y aporten según sus posibilidades.
- 2 Pregunta las dudas del grupo al profesor o profesora.
- 3 Presenta las tareas realizadas.
- 4 Refuerza el trabajo bien hecho y los éxitos del equipo.

PORTAVOZ

- 1 Anima para que los y las integrantes participen de forma igualitaria, con los mismos tiempos y turnos de palabra, y aporten según sus posibilidades.
- 2 Pregunta las dudas del grupo al profesor o profesora.
- 3 Presenta las tareas realizadas.
- 4 Refuerza el trabajo bien hecho y los éxitos del equipo.

PORTAVOZ

- 1 Anima para que los y las integrantes participen de forma igualitaria, con los mismos tiempos y turnos de palabra, y aporten según sus posibilidades.
- 2 Pregunta las dudas del grupo al profesor o profesora.
- 3 Presenta las tareas realizadas.
- 4 Refuerza el trabajo bien hecho y los éxitos del equipo.

PORTAVOZ

- 1 Anima para que los y las integrantes participen de forma igualitaria, con los mismos tiempos y turnos de palabra, y aporten según sus posibilidades.
- 2 Pregunta las dudas del grupo al profesor o profesora.
- 3 Presenta las tareas realizadas.
- 4 Refuerza el trabajo bien hecho y los éxitos del equipo.



LEER PUBLICIDAD

Para resolver las siguientes cuestiones, con el fin de garantizar la participación de la totalidad de los y las integrantes del equipo, te proponemos que tu grupo trabaje la técnica cooperativa 1, 2, 4, procediendo de la siguiente manera:

-En primer lugar, durante diez minutos, cada integrante reflexionará de manera individual y responderá a las preguntas en la tabla de “Respuestas individuales”.

-A continuación, y durante los cinco minutos siguientes, se unirán en parejas y pondrán en común sus respuestas, intentando redactarlas de manera que reúnan las ideas comunes y las que se complementan. Utilizarán la tabla de “Respuestas en pareja”.

-Por último, en la tabla “Respuestas grupales”, se volcarán las respuestas que acuerde el grupo una vez contrastadas las respuestas de las parejas. Para ello, contarán con cinco minutos.

Deberán seguir el mismo procedimiento tanto para la lectura del cartel de la campaña “El respeto es muy bonito”, como para la propuesta de creación del cartel de la fiesta del centro.



LEER PUBLICIDAD: RESPUESTA INDIVIDUAL

	PREGUNTAS	RESPUESTAS
DESCRIPCIÓN	¿Qué producto/idea se “vende”?	
	¿Qué personas/dibujos aparecen?	
	¿Qué otros elementos observas?	
	¿Qué tipo de plano se emplea?	
	¿Qué punto de vista se ha utilizado?	
	¿Qué eslogan se incluye?	
INTERPRETACIÓN	¿A quiénes parece dirigido el anuncio?	
	¿Qué elementos podrían aparecer y están omitidos?	
	¿Qué metáfora visual aparece y qué connotaciones añade al producto?	
	¿Qué modelo social tópico aparece y con qué finalidad?	
	¿Puede tener algún significado el encuadre de la imagen? ¿Por qué se utiliza ese tipo de plano?	
	¿Por qué se emplea ese punto de vista? ¿Añade algún significado ese enfoque?	
	¿Qué connotaciones aportan los colores y la iluminación?	
	¿Por qué se usa ese texto? ¿Qué función tiene? ¿Se ha utilizado algún recurso retórico?	



LEER PUBLICIDAD: RESPUESTA EN PAREJA

	PREGUNTAS	RESPUESTAS
DESCRIPCIÓN	¿Qué producto/idea se “vende”?	
	¿Qué personas/dibujos aparecen?	
	¿Qué otros elementos observas?	
	¿Qué tipo de plano se emplea?	
	¿Qué punto de vista se ha utilizado?	
	¿Qué eslogan se incluye?	
INTERPRETACIÓN	¿A quiénes parece dirigido el anuncio?	
	¿Qué elementos podrían aparecer y están omitidos?	
	¿Qué metáfora visual aparece y qué connotaciones añade al producto?	
	¿Qué modelo social tópico aparece y con qué finalidad?	
	¿Puede tener algún significado el encuadre de la imagen? ¿Por qué se utiliza ese tipo de plano?	
	¿Por qué se emplea ese punto de vista? ¿Añade algún significado ese enfoque?	
	¿Qué connotaciones aportan los colores y la iluminación?	
	¿Por qué se usa ese texto? ¿Qué función tiene? ¿Se ha utilizado algún recurso retórico?	



LEER PUBLICIDAD: RESPUESTAS GRUPALES

	PREGUNTAS	RESPUESTAS
DESCRIPCIÓN	¿Qué producto/idea se “vende”?	
	¿Qué personas/dibujos aparecen?	
	¿Qué otros elementos observas?	
	¿Qué tipo de plano se emplea?	
	¿Qué punto de vista se ha utilizado?	
	¿Qué eslogan se incluye?	
INTERPRETACIÓN	¿A quiénes parece dirigido el anuncio?	
	¿Qué elementos podrían aparecer y están omitidos?	
	¿Qué metáfora visual aparece y qué connotaciones añade al producto?	
	¿Qué modelo social tópico aparece y con qué finalidad?	
	¿Puede tener algún significado el encuadre de la imagen? ¿Por qué se utiliza ese tipo de plano?	
	¿Por qué se emplea ese punto de vista? ¿Añade algún significado ese enfoque?	
	¿Qué connotaciones aportan los colores y la iluminación?	
	¿Por qué se usa ese texto? ¿Qué función tiene? ¿Se ha utilizado algún recurso retórico?	



LEER PUBLICIDAD

Ahora, imagina que tu equipo va a organizar una fiesta de Carnaval en tu centro. Tienen muy claro que quieren que todas las personas que acudan a ella se diviertan por igual, así que deciden diseñar un cartel que recoja los mismos valores que encierra la campaña “El respeto es muy bonito”. Reflexiona sobre los elementos que podría tener ese cartel, siguiendo con la técnica cooperativa 1, 2, 4.



LEER PUBLICIDAD: RESPUESTAS INDIVIDUALES

CREACIÓN (Decisiones que debes tomar)	¿En qué soporte publicarás tu anuncio?	
	¿Qué se anuncia?	
	¿A qué audiencia se dirige? ¿Por qué a esa audiencia?	
	¿Qué personas aparecen en el anuncio (si aparece alguna)? ¿Responden a algún estereotipo?	
	¿Qué otros elementos aparecen? (fondos, objetos, seres,...) ¿Qué pretendes con su inclusión?	
	¿Qué encuadre de imagen eliges? ¿Por qué?	
	¿Desde dónde vas a enfocar la imagen? ¿Qué pretendes conseguir con ese enfoque?	
	¿Qué luz y qué colores vas a emplear? ¿Cuál quieres que sea el efecto sobre el público?	
	¿Qué eslogan podría atraer al público receptor?	
	¿Qué reclamos (estrategia de persuasión) vas a utilizar para llegar al público?	



LEER PUBLICIDAD: RESPUESTAS EN PAREJA

CREACIÓN (Decisiones que debes tomar)	¿En qué soporte publicarás tu anuncio?	
	¿Qué se anuncia?	
	¿A qué audiencia se dirige? ¿Por qué a esa audiencia?	
	¿Qué personas aparecen en el anuncio (si aparece alguna)? ¿Responden a algún estereotipo?	
	¿Qué otros elementos aparecen? (fondos, objetos, seres,...) ¿Qué pretendes con su inclusión?	
	¿Qué encuadre de imagen eliges? ¿Por qué?	
	¿Desde dónde vas a enfocar la imagen? ¿Qué pretendes conseguir con ese enfoque?	
	¿Qué luz y qué colores vas a emplear? ¿Cuál quieres que sea el efecto sobre el público?	
	¿Qué eslogan podría atraer al público receptor?	
	¿Qué reclamos (estrategia de persuasión) vas a utilizar para llegar al público?	



LEER PUBLICIDAD: RESPUESTAS GRUPALES

CREACIÓN (Decisiones que debes tomar)	¿En qué soporte publicarás tu anuncio?	
	¿Qué se anuncia?	
	¿A qué audiencia se dirige? ¿Por qué a esa audiencia?	
	¿Qué personas aparecen en el anuncio (si aparece alguna)? ¿Responden a algún estereotipo?	
	¿Qué otros elementos aparecen? (fondos, objetos, seres,...) ¿Qué pretendes con su inclusión?	
	¿Qué encuadre de imagen eliges? ¿Por qué?	
	¿Desde dónde vas a enfocar la imagen? ¿Qué pretendes conseguir con ese enfoque?	
	¿Qué luz y qué colores vas a emplear? ¿Cuál quieres que sea el efecto sobre el público?	
	¿Qué eslogan podría atraer al público receptor?	
	¿Qué reclamos (estrategia de persuasión) vas a utilizar para llegar al público?	



TEXTO PUBLICITARIO

Texto que busca convencer al receptor de que compre determinado producto, contrate determinado servicio o se convenza de alguna idea en particular.

Estructura del texto publicitario:

Se combinan de manera unitaria el texto (sonoro o escrito) y la imagen. No presentan una estructura fija, aunque suelen reconocerse tres partes:

- **Encabezamiento:** presentación para captar la atención.
- **Cuerpo:** descripción del producto y argumentos para convencer.
- **Eslogan o lema:** Literalmente significa “grito de batalla”. Debe contener rapidez y exactitud; es decir, debe ser una frase corta, eficiente y fácil de recordar.

Otras características

- Originalidad en el mensaje y en los recursos gráficos, lingüísticos y fónicos. El mensaje debe ser llamativo y quedar grabado en la memoria del receptor.
- Debe ser breve y conciso para que sea efectivo y logre captar la completa atención del receptor.
- Debe ser sugerente para así transmitir los valores deseados o estereotipos.
- Debe ser claro y específico, con un significado común para la población.
- Apela a las emociones, sensaciones y sentimientos del receptor

Rasgos lingüísticos:

- Empleo de enunciados **sin verbos**.
- Uso de la **segunda persona** para mostrar cercanía y respeto.
- Predominio de **oraciones enunciativas e imperativas**, aunque pueden aparecer los otros tipos (interrogativas, dubitativas, desiderativas, exclamativas).
- Utilización de **recursos literarios** con finalidad estética y persuasiva.
- Uso creativo del lenguaje cotidiano.
- Presencia de **registros diversos** como expresiones coloquiales, tecnicismos, etc.
- Predominio del **uso connotativo de la lengua** (metáforas, metonimia, hipérboles).

Recurso 6

Funciones del lingüísticas	Clasificación
<p>Tres principalmente:</p> <ul style="list-style-type: none">• Representativa• Apelativa• Poética. <p>A veces, también la función fática.</p>	<p>a)Según el contenido del texto y la finalidad del emisor:</p> <ul style="list-style-type: none">• Comercial: presenta un producto para ser comprado. Finalidad persuasiva.• Institucional: contiene información para concienciar o divulgar una idea. Finalidad informativa y persuasiva.• Propagandístico: contiene argumentos aparentemente objetivos para que alguien decida algo. Finalidad ideológica y persuasiva. <p>b)Según los elementos que contenga el texto:</p> <p>Auditivo: con material sonoro, se difunde por la radio.</p> <p>Visual: contiene material gráfico, se difunde en la prensa, vallas publicitarias, camisetas, paradas de autobús, etc.</p> <p>Audiovisual: gráfico y sonoro, se difunde por televisión, cine, internet, etc</p>



ESCALA DE VALORACIÓN DE LOS ELEMENTOS DEL CARTEL

(coevaluación y heteroevaluación)

Cada equipo debe valorar al resto de los grupos.

INTEGRANTES DEL GRUPO EVALUADOR:

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

5. _____

Recurso 8

GRUPO EVALUADO:

	NADA	POCO	BASTANTE	MUCHO
Se expresa de manera atractiva la idea que se vende.				
Se justifica por qué se elige la audiencia a la que se dirige.				
Se explica la intención al incluir otros elementos.				
Se razona el encuadre de la imagen.				
Se explica qué se pretende con el enfoque elegido.				
Se explicitan las connotaciones que derivan de los colores y la luz elegidos.				
El eslogan resulta atractivo e impactante.				

GRUPO EVALUADO:

	NADA	POCO	BASTANTE	MUCHO
Se expresa de manera atractiva la idea que se vende.				
Se justifica por qué se elige la audiencia a la que se dirige.				
Se explica la intención al incluir otros elementos.				
Se razona el encuadre de la imagen.				
Se explica qué se pretende con el enfoque elegido.				
Se explicitan las connotaciones que derivan de los colores y la luz elegidos.				
El eslogan resulta atractivo e impactante.				

Recurso 8

GRUPO EVALUADO:

	NADA	POCO	BASTANTE	MUCHO
Se expresa de manera atractiva la idea que se vende.				
Se justifica por qué se elige la audiencia a la que se dirige.				
Se explica la intención al incluir otros elementos.				
Se razona el encuadre de la imagen.				
Se explica qué se pretende con el enfoque elegido.				
Se explicitan las connotaciones que derivan de los colores y la luz elegidos.				
El eslogan resulta atractivo e impactante.				

GRUPO EVALUADO:

	NADA	POCO	BASTANTE	MUCHO
Se expresa de manera atractiva la idea que se vende.				
Se justifica por qué se elige la audiencia a la que se dirige.				
Se explica la intención al incluir otros elementos.				
Se razona el encuadre de la imagen.				
Se explica qué se pretende con el enfoque elegido.				
Se explicitan las connotaciones que derivan de los colores y la luz elegidos.				
El eslogan resulta atractivo e impactante.				

Recurso 8

GRUPO EVALUADO:

	NADA	POCO	BASTANTE	MUCHO
Se expresa de manera atractiva la idea que se vende.				
Se justifica por qué se elige la audiencia a la que se dirige.				
Se explica la intención al incluir otros elementos.				
Se razona el encuadre de la imagen.				
Se explica qué se pretende con el enfoque elegido.				
Se explicitan las connotaciones que derivan de los colores y la luz elegidos.				
El eslogan resulta atractivo e impactante.				

Recurso 9



CUESTIONARIO PARA LA EVALUACIÓN DE LA COLABORACIÓN

Cada integrante del equipo debe cumplimentar el cuestionario.

Factores de colaboración	Totalmente de acuerdo	En algunos casos de acuerdo	En algunos casos en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Hemos establecido objetivos comunes				
Nos hemos comunicado bien con el grupo				
Hemos asignado roles sin dificultades				
Todos hemos contribuido de la misma manera al proceso				
Todos hemos contribuido de la misma manera al producto final				
Hemos dispuesto del tiempo y de los recursos adecuados para complementar la tarea				
Estoy satisfecho/a con el modo en el que hemos trabajado				
Estoy satisfecho/a con los resultados obtenidos				
He aprendido con la realización de la actividad				

Por favor, añade cualquier comentario que consideres necesario para explicar tus respuestas:

Recurso 9

Fuente: Agencia para la calidad del sistema universitario de Cataluña. “Guía para la evaluación de las competencias en las ciencias sociales”. Disponible en: http://www.aqu.cat/doc/doc_14646947_1.pdf



LO QUE ENCIERRA EL REGGAETON Y OTROS GÉNEROS

Observa las letras de los siguientes fragmentos de canciones. Utiliza las etiquetas vacías de la derecha para llenarlas con apreciaciones sobre “lo que encierra” cada uno de los párrafos. Ayúdate del artículo de La Vanguardia “El preocupante triunfo de las letras machistas del reggaetón” y crea todas las etiquetas que consideres necesarias.

Me pongo las gafas Cartier saliendo del aeropuerto
Vestío de Osiris, zapatos en pie
Tú tienes tú mi cuenta de banco y el número de la Master Card
Tú eres mi mujer oficial

La pelirroja chichando es la más que se moja
Le encojona que me llame y no lo coja
Peleamos y me bota la ropa y tengo que llamar a cotorra pa' que la recoja

Me tienen en un patín
Comprando en San Valentín
Ya me salieron más caras que un reloj de UlyssesNardin
Digan qué más quieren hacer
El dirty las va a entretener
En la casa gigante y un party en el yate que él quiere tener
No sé si me entiendes bebé
MALUMA Cuatro babies

Bebiendo jodiendo en un club y en hoteles rompiendo colchones,
andamos con Ali Baba buscando y matando a cuarenta ladrones
aquí todos estamos casados pero en secreto tenemos mujerones”
KIUBBAH MALON Árabe

Tú estás con él
Pero yo sé que cuando estás en la camita piensas en mí
Y tu duermes con el pensamiento de lo que te hacía a ti
Que no me importa que tu estés con él mami vente aquí
Pa' hacerte así

NICKY JAM Piensas En Mí

Yo no quiero amarte, yo no quiero amarte (mamacita)
Quiero recogerte un Viernes y entregarte un Martes
(Zion, baby)
Que conmigo la pases como con nadie
Quiero conocer más allá de tu timidez (tu timidez,
ah-ahh)
Yo sé que tienes un lado oscuro (solamente hay que
sacártelo)
Esta noche voy a mí, yo te aseguro (baby, baby)
Yo no quiero amarte, yo no quiero amarte (yo no quiero
amarte, su-su)

Digo, quiero saciarme
Poco a poquito, hoy está bueno pa' escaparse
Solamente tú y yo, donde pueda desnudarte
Y llegar a tu interior, no importa cuánto voy a gastarme
Vale más de un millón
Algo distinto

J. QUILES No Quiero Amarte

Sexo a cambio de dinero y regalos

TUS ETIQUETAS

Recurso 11

Sé mi mujer, nena
Yo seré tu hombre
Sé mi mujer, nena
Yo seré tu hombre
Sí, yo cocinaré
Sí, yo limpiaré
Además, mantendré la na-na dulce para alimentarte
Sí, serás el jefe, sí, te respetaré
Lo que sea que me digas, porque es el juego en el que
estás escupiendo
DAVID GUETTA Y NICKI MINAJ Hey Mama

Cada aliento que tomes,
cada movimiento que hagas,
cada atadura que rompas, cada paso que des,
te estaré vigilando.
Todos y cada uno de los días,
y cada palabra que digas,
cada juego que juegues, cada noche que te quedes,
te estaré vigilando.
Oh, ¿no puedes ver
que tú me perteneces?
cómo duele mi pobre corazón
con cada paso que das.
THE POLICE Every breath you take

Yo solía amarla
Pero tuve que matarla
Yo solía amarla, mm, sí
Pero tuve que matarla
Tuve que ponerla seis pies bajo tierra
Y todavía puedo oírla quejarse
GUNS N ROSES Used to love her





TOMA DE DECISIONES

Necesitamos decidir:

OPCIONES

En este apartado el equipo debe contemplar todas las opciones. Se puede hacer una ronda entre los y las integrantes del grupo. Recuerden que lo realmente importante es argumentar bien la opción elegida, sea cual sea.

1.
2.
3.
4.
5.
...

OPCIÓN CONSIDERADA



CONSECUENCIAS

¿Qué ocurrirá si tomamos esta decisión?
(tanto positivas como negativas)

EVIDENCIA

¿En qué nos basamos para pensarlo?

VALOR

¿Qué importante es esta consecuencia? ¿Por qué?
(Clasifiquen en: Muy importantes, importantes, no importantes)



FICHAS DE TIPOLOGÍAS TEXTUALES

NARRACIÓN

Forma del discurso que se usa para contar acontecimientos que se desarrollan en el tiempo

Elementos de la narración:

Narrador/a, acción, personajes, espacio y tiempo.

Intención comunicativa:

Contar historias, sucesos.

Formas textuales:

Escritas: Novelas, noticias, cuentos...

Orales: Chistes, cuentos, anécdotas, retransmisiones.



Rasgos lingüísticos:

- Empleo de verbos en **pretérito perfecto simple** para enunciar los hechos: *Llegó a las ocho.*
- Uso del **pretérito imperfecto de indicativo** para las acciones en desarrollo: *Caminaba por la calle cuando sonó el teléfono.*
- Predominio de **oraciones enunciativas**.
- Relevancia de los **complementos circunstanciales de tiempo y de lugar**: *Llegó muy tarde; Llegó cuando todos dormían; Escribía donde podía.*
- Utilización de **verbos de movimientos, de acción y de lengua**: *Corrió tras ella; Le dijo que no estaba.*
- Empleo de **adverbios de lugar y de tiempo**: *Ocurrió allí; Lo descubrió ayer.*

Estructura:

PLANTEAMIENTO

NUDO

DESENLACE

Esta organización responde a la estructura clásica de la narración, pero en la literatura no siempre se cumple. A veces, la historia puede empezar en un punto del desarrollo o se presenta un final abierto, sin desenlace.

DESCRIPCIÓN

Modalidad textual por medio de la cual se lleva a cabo la representación de objetos, personas o procesos.

Formas de la descripción:

Puede realizarse de dos formas:

-De manera **objetiva**.

-De manera **subjetiva**,

transmitiendo no solo una imagen sino también las emociones y valoraciones que provoca lo descrito.

Intención comunicativa:

Pintar con palabras, destacar cualidades.

Formas textuales:

Folletos, guías, catálogos, cuentos...



Rasgos lingüísticos:

- Uso de verbos en **pretérito imperfecto y en presente de indicativo**: *Era callado y triste. Tiene una hermosa sonrisa.*
- Predominio de la tercera **persona**.
- Abundancia de **sufijos apreciativos**, si la descripción es subjetiva: *Tiene ojillos picarones.*
- Predominio de **oraciones enunciativas**.
- Preferencia por las **oraciones atributivas**: *Es soberbia, magnífica.*
- Importancia del **sustantivo** para nombrar lo descrito: *Coches con carrocería sólida, ruedas de perfil bajo y línea vanguardista.*
- Uso abundante del **adjetivo**, tanto descriptivo, en la descripción objetiva: *Tiene hojas caducas*, como valorativos, en la descripción subjetiva: *Tiene una mirada bondadosa.*
- Uso de **verbos de estado**: *Está elegantísima.* Es una sustancia pura.
- Presencia de **adverbios cualitativos**: *Hablaba dulcemente.*

Recursos estilísticos en la descripción

En la descripción literaria se suelen utilizar recursos estilísticos como el símil, la metáfora, el epíteto o la hipérbole para resaltar las características más llamativas del referente descrito.

EXPOSICIÓN

Forma del discurso cuyo fin es desarrollar un tema de manera objetiva. Se pretende que el receptor entienda la información sin dificultad, por eso su estilo es claro, conciso y ordenado.

Formas de la exposición:

Puede consistir en:

-Una simple **presentación de características**.
-**Exposición de ideas** que se demuestran por medio de argumentos, participando así de los rasgos de los textos argumentativos.
Puede realizarse siguiendo varios métodos:

- **Deductivo:** se parte de afirmaciones generales para llegar a lo particular.
- **Inductivo:** lo particular es el punto de partida para llegar a lo general.
- **Problema-solución.**
- **Causa-consecuencia.**

Formas textuales:

Manuales, definiciones, ponencias, trabajos monográficos...

Rasgos lingüísticos:

- Predominio de la tercera **persona**.
- A veces se recurre al **nosotros** (plural de modestia).
- Uso del **presente de indicativo** con valor atemporal.
- Predominio de **oraciones enunciativas**.
- Uso de **oraciones atributivas**.
- Presencia de **subordinadas** adverbiales de causa, finalidad y consecuencia.
- Uso de estructuras explicativas.
- Selección léxica determinada por el tema e intención del texto.
- Presencia de tecnicismos y adjetivos especificativos que aportan precisión a la exposición científica.
- Léxico denotativo.
- Presencia de marcadores discursivos.



Intención comunicativa:

Hacer comprender, enseñar.

Temas en la exposición

Para la exposición suelen usarse temas de diversa índole, y así es vehículo para los temas humanísticos, científicos, técnicos...

ARGUMENTACIÓN

Modalidad discursiva en la que se aportan razones para demostrar la validez de las ideas presentadas y convencer al receptor.

Elementos de la argumentación:

-**Tesis:** afirmación que constituye el punto de partida y en torno a la cual se reflexiona.
-**Desarrollo** o cuerpo de la argumentación: argumentos que la confirman o refutan.
-**Conclusión**, que se deriva de lo anterior.

Tipos de argumentos

-Desarrollo de la argumentación por medio de la **explicación de las causas** que producen un hecho: "El tabaco es perjudicial...porque daña los pulmones".
- Utilización de **ejemplos** para confirmar las afirmaciones realizadas: "Por ejemplo, sólo en EEUU, el número de enfermos de cáncer de pulmón es..."
-Construcción de argumentos recurriendo a la **comparación**: "El tabaco daña los pulmones de la misma manera que lo hace el polvo que respiran los mineros".
-Procedimiento **por contraste** con los argumentos de otros: "Pero a diferencia del polvo de las minas, la carencia de tabaco genera ansiedad y desasosiego".
-Recurso al **criterio de autoridad** utilizando citas de autores u organizaciones competentes en el tema como manera de dar validez a los argumentos propios: "El tabaco es perjudicial para la salud, tal como afirma la OMS".

Intención comunicativa:

Defender una idea, convencer, persuadir.

Formas textuales:

Escritas: Ensayos, artículos de opinión.
Orales: Discursos políticos, debates, conversaciones...

Rasgos lingüísticos:

-Uso de la **primera o tercera persona**, en función del mayor o menor grado de subjetividad de la argumentación.
-Predominio de **períodos oracionales extensos**.
-Presencia de **subordinadas adverbiales** de causa, condicional...
-Uso de **verbos de voluntad, de lengua y de pensamiento**: No quiero decir nada nuevo, sino reflexionar sobre lo ya dicho.
-Presencia de **sustantivos abstractos**: La valoración estuvo muy condicionada.
-Uso de **adjetivos calificativos valorativos**, excepto en la argumentación científica: Es una opinión inadmisble.



FICHA DE COEVALUACIÓN Y HETEROEVALUACIÓN DE EXPOSICIÓN ORAL

ASPECTOS PARA SU VALORACIÓN	INDICADORES	NUNCA	A VECES	BASTANTE	SIEMPRE
ASPECTOS INTRA E INTERRELACIONALES	Respetan el turno de palabra.				
	Muestran actitud de respeto a los otros grupos.				
	Mantienen una escucha atenta.				
	Los tiempos de intervención de las y los componentes del equipo están equilibrados.				
EXPRESIÓN	Utilizan gestos, contacto visual, tono de voz, fórmulas de cortesía y nivel de entusiasmo apropiados.				
	Evitan repeticiones y silencios.				
	Se expresan con claridad, orden y buena dicción.				
	Evitan el uso de muletillas.				
	Hacen uso correcto del vocabulario del tema.				
INFORMACIÓN	La información aportada responde a lo solicitado.				
	Se presenta de manera ordenada.				
	Toda la información presentada es clara, precisa y minuciosa.				
ELEMENTOS DEL DISCURSO	Se exponen las propuestas argumentando su viabilidad y efectividad.				
	Se utilizan los conectores adecuados para dar cohesión a la exposición de las ideas.				
	Se cuida la concordancia.				
	La línea discursiva guarda coherencia.				



FICHA DE AYUDA PARA EL DE UN TEXTO ESCRITO ARTÍCULO DE OPINIÓN

Para sintetizar y ayudar a la **planificación**, elaborarás un esquema boceto o atendiendo a los siguientes apartados:

1. ¿Para quién voy a escribir?
2. ¿Para qué quiero que sirva a quien escribo? ¿Por qué estoy escribiendo?
3. ¿Qué conozco sobre el tema? (torbellino de ideas, consulta a diversas fuentes).
4. ¿Qué pienso acerca del tema? ¿Cuál es mi postura? ¿Con qué argumentos la defendería?
5. Si fuera necesario, ¿cómo puedo agrupar más ideas/conocimientos/argumentos sobre el tema para defender mi postura?
- EN RELACIÓN A LA ESTRUCTURA DEL ARTÍCULO, DEBO TENER EN CUENTA:
6. ¿Qué idea/conocimiento o ideas/conocimientos puedo escribir en la **introducción**? ¿Cuál es mi **tesis** y cómo la formularé?
7. ¿Qué argumentos manejaré? ¿Qué **tipos de argumentos** voy a utilizar en el desarrollo o demostración (¿explicación de las causas, comparación, contraste con otros argumentos, criterio de autoridad?
8. ¿Qué escribiré en la conclusión?

Autoayuda para la fase de **redacción**:

1. Escrita las primeras ideas, me pregunto ¿Es lo mismo que quiero decir realmente?
2. ¿Va quedando claro? ¿Lo entenderán mis lectores?
3. ¿He escrito todo lo que quería escribir sobre mis ideas acerca del problema, de la solución, de mi punto de vista,...?
4. ¿Puedo añadir algo más que le dé más claridad a mis argumentos? ¿Estoy siguiendo una secuencia de argumentos ordenada o mezclo mis ideas? ¿Tengo que corregir la expresión de algunos argumentos?
5. ¿Es coherente la conclusión que he formulado con la tesis y los argumentos utilizados?
6. ¿Se adapta el título al tema o asunto sobre el que estoy escribiendo?
¿Hay algún signo de puntuación que creo que no está bien empleado?
¿Creo que hay algún error ortográfico?
¿La escritura que estoy realizando es clara y legible?

Revisión, mejora y corrección del texto:

1. Revisión del tema que le da unidad al texto.
-Revisar qué ideas del texto se relacionan con el tema y cuáles no.
-Con las ideas y argumentos seleccionados, se comprobará que su organización corresponde a la estructura textual de los textos argumentativos.

2. Análisis de los párrafos:
- Están bien separados y ordenados.
 - Están precedidos por los conectores* adecuados para ordenar los argumentos.
 - La relación entre ellos es correcta.
 - No se han mezclado conceptos, hechos o datos.
 - No se ha dejado ninguna idea, frase u oración sin terminar.

*Del mismo modo que en los textos expositivos, en las secuencias argumentativas hay conectores característicos que indican el avance en la enunciación de las ideas:

Tipo de argumento	Conectores
Clarificar argumentos adversos (clarificación).	Es cierto que... pero no en cuanto a que...
Ejemplificar, pasando de afirmaciones generales a casos particulares(ejemplificación).	Es decir, como, por ejemplo..., del mismo modo que...,
Explicar o ampliar una idea para facilitar la comprensión (explicación).	O sea que..., así que..., en otros términos
Objetar parcialmente alguna afirmación o concepto del autor (concesión).	Si bien..., por otra parte..., sin embargo..., aunque...
Descartar la validez de un argumento(desmentida).	En oposición contrariamente a..., no es cierto que...
Presentar ventajas y desventajas (hesitación).	Es cierto que..., pero..., desde otro punto de vista o modo...

3. Corrección de repeticiones:
- De frases, oraciones y palabras.
 - De conectores o muletillas (“puesto que”, “y después”, “y entonces”).
 - De expresiones y vocablos.

4. Corrección de ortografía y puntuación.

3ª edición de la Guía Express del Hombre Igualitario

GUÍA hombres CONIGUALDAD

hombres.conigualdad.org

Rubén Castro Torres

En apoyo de/In support of



HeForShe

UN Women Solidarity Movement
for Gender Equality



Premio de Periodismo Joven sobre
violencia de género del Ministerio de
Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad
(Gobierno de España)

NOTA de la tercera edición:

Esta nueva edición es publicada tras más de 250.000 visualizaciones de las anteriores versiones de la Guía Express del Hombre Igualitario. En 2013 el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad del Gobierno de España premió esta publicación. Asimismo ha sido recomendada en numerosos medios de comunicación, organismos públicos de igualdad, facultades de universidades e incluso institutos, además de webs sobre coeducación.

En esta ocasión se amplían y mejoran los contenidos, aportando las estrategias que ONU Mujeres está promoviendo mediante su campaña He for She.



Guía Hombres.Conigualdad - III Edición de la “Guía Express del Hombre Igualitario”

Texto e ilustraciones: Rubén Castro Torres

3ª edición: agosto de 2015

Obra registrada. Algunos derechos reservados. Licencia Creative Commons

Los logotipos y emblemas de “He for She” forman parte y son propiedad de Naciones Unidas y UN Women.

introducción

Hoy en día y en muchos países, las cosas han cambiado respecto a hace unos siglos, cuando eran muy pocas las mujeres que tenían un empleo remunerado, las leyes monopolizaban todo el poder en manos masculinas o incluso se toleraban los malos tratos legalmente. Pero **que las leyes establezcan una igualdad legal no significa que automáticamente sea real y efectiva**: Por ello cuando se pregunta si un hombre se comporta de una forma igualitaria suele contestarse algo así como *“Yo ayudo a mi pareja o a mi mujer en las tareas de la casa”*

Pero aunque eso es un comienzo y hay que valorarlo, es ridículo pensar que solo con colaborar en unas pocas tareas ya hemos solucionado el problema, sabiendo que **por cada hora que los hombres dedican a las tareas del hogar, las mujeres realizan tres**.

Además, creer en la igualdad y actuar en consecuencia va mucho más allá de compartir las tareas domésticas, los cuidados, y el tiempo libre.

Es primordial **alejarse de los arquetipos que otorgan unos papeles diferenciados a ellos y ellas**: romper con las barreras que excluyen a las mujeres de los puestos de decisión (en la economía, política, etc), romper con las ideas que priorizan una dedicación exclusiva al empleo e impiden una mínima corresponsabilidad personal y familiar, etc.

Y **romper con la violencia** que millones de mujeres viven cada año: Una violencia causada por hombres. Algunos hombres violentos que se comportan de forma injusta e inadmisibles pero no aislada, pues se basan y justifican en los patrones de la aún vigente cultura de la desigualdad.

Todo ello son razones más que suficientes para cambiar, mover ficha y **hacerlo por ellas** (como indica el lema de la campaña de Naciones Unidas a la que esta Guía apoya, *“He for She”*) pero también por ellos. Aunque parezca mentira, la desigualdad tampoco es positiva para los hombres.

Esta publicación pretende acercar valores y herramientas sobre como los hombres pueden ser parte corresponsable del fomento de la igualdad, la libertad y solidaridad. **¡Ponerlo en práctica está en tus manos!**

¿Eres igualitario?

Marca según estés de acuerdo o no con estas afirmaciones.

	De acuerdo	En desacuerdo
Los hombres tienen que tener un empleo de mayor rango (en sueldo, categoría,...) para mantener a su familia		
Está justificado agredir a quién te ha quitado algo tuyo o te ofende		
Las mujeres deben evitar llevar la contraria al hombre al que quieren.		
Los celos son una expresión de amor		
Está bien que los chicos salgan con muchas chicas, pero no al revés		
Los hombres no deben llorar		
Controlar todo lo que hace mi pareja no es maltrato		
Es correcto vigilar con quien puede o no puede hablar, o a donde puede o no puede ir mi pareja		
Las tareas domésticas son más idóneas para las mujeres, por naturaleza		
Para mostrarse atractivo es bueno ser agresivo		
Los cuidados a niñ@s es mejor que los hagan las mujeres		
Las mujeres deben vestir de forma que “no provoquen” a otros hombres		



test

*El test se basa en afirmaciones que permiten detectar si se asumen ideas machistas, violentas o que fomenten la desigualdad

hombres.conigualdad.org

Analiza tus resultados...



Si has contestado afirmativamente a la mayoría de frases te recomendamos repensar mucho tus ideas. La igualdad implica dejar de lado la violencia y la discriminación: esta guía te puede ser de ayuda.

Si estás de acuerdo con alguna de las afirmaciones estaría bien revisar algún aspecto para que te relaciones con más igualdad: ¡merece la pena!

Si estás en desacuerdo con todas las frases es posible que te relaciones de una manera igualitaria, aún así te recomendamos conocer más herramientas y criterios como los que encontraras en esta guía. ¡Adelante!

¿Sabías que...?

el machismo

El machismo

Es una actitud que impone la opinión y poder de los hombres por encima de las mujeres, que ven menoscabadas sus oportunidades y derechos. Al predestinar unos papeles rígidos a mujeres y hombres se encuentra en muchas de las formas de relacionarnos que aún consideramos normales.

Pero, atención: podemos encontrarnos gente que públicamente no se muestran contrarios o atacando a las mujeres, pero asumen ideas y formas que a la práctica también son discriminación y menosprecio.

Es lo que también se denomina “posmachismo” y que aunque asume estar a favor de la igualdad, utiliza todo tipo de estratagemas para negar cualquier avance que haría efectiva esa igualdad.

Así por ejemplo, aseguran que las mujeres ya no están discriminadas y que todo lo que se promueve ahora es contrario a los hombres.

Pero la igualdad es hoy en día un espejismo, como podemos ver con los ejemplos de la página siguiente...

10 realidades que indican que la igualdad es aún un espejismo

- 1 de cada 3 mujeres sufre violencia física y/o sexual en todo el mundo
- El 46% de las noticias refuerza los estereotipos de género
- En los parlamentos solo hay un 22% de diputadas, de promedio, en todo el mundo.
- Solo un 6,9% de las jefas de estado o de gobierno son mujeres.
- Las mujeres ganan un 24% menos que los hombres en todo el mundo.
- Por cada hora que los hombres dedican a tareas domésticas las mujeres dedican tres.
- Solo un 24% de los puestos de alta dirección en empresas está ocupado por mujeres
- Solo un 43% de los países tienen algún tipo de legislación sobre permiso de paternidad
- Para el 30% de las mujeres su primer experiencia sexual fue forzada
- Más de 4 millones de mujeres son explotadas sexualmente en todo el mundo



violencia de género

La **violencia de género** es aquella que se ejerce sobre las mujeres por el propio hecho de serlo, fundamentada en la desigualdad de género. Mediante esta, los hombres agresores pretenden mantener una posición de poder sobre las mujeres, limitando la libertad de actuar de estas.

Este fenómeno **no es algo aislado** ni tiene nada que ver con la edad, origen ni condiciones sociales, y es que va mucho más allá de las agresiones y el maltrato físico, y empieza por actitudes que la cultura patriarcal ha normalizado. Así, se considera normal, e incluso deseable, que los hombres sean quienes controlen todo, se muestren impasibles para defender su autoridad y poder.

De esta manera el maltrato también incluye actitudes como el **control, el sometimiento o los celos constantes**. Pero como veremos, la violencia y las actitudes machistas solo generan temor, dolor y sufrimiento a las mujeres y a su entorno, especialmente sus hijos e hijas (si los tuviera).

Todos los hombres tenemos la oportunidad y responsabilidad de rechazar la violencia y no ejercerla. Los agresores lo son por sus convicciones e ideas, no por tener alguna enfermedad o situación personal concreta.



“Hombre,
¿Eres capaz de ser justo?

Una **mujer** te hace
esta *pregunta*;
al menos no le quitarás ese derecho.

Dime: ¿Quién te ha dado el
soberano poder de
oprimir a mi sexo?,
¿tu fuerza?, „
¿tus talentos?

Declaración de los Derechos de la
Mujer y de la Ciudadana.
Olimpia de Gouges. 1791

hombres.conigualdad.org



Conoce los beneficios COMPARTIDOS

La sola liberación de la vida de las mujeres y su progreso es **motivo más que suficiente para comprometerse con el cambio.**

Pero como veremos, los hombres también son grandes beneficiarios junto a ellas.

Con ello rompemos el mito que dice que “la igualdad es perjudicial para los hombres”. Y es que en realidad, alcanzando la igualdad real, lo único que desaparecerán son las ventajas obtenidas injustamente a costa de una desventaja para las mujeres.

En definitiva, podemos alcanzar beneficios, también para los hombres, pero justamente compartido con las mujeres:



Compartir el sustento de la familia

Recuerda que hasta el momento los hombres siempre han sido socializados para asumir el trabajo productivo (igual que las mujeres el reproductivo y de cuidados) como algo ineludible que ejercer en exclusiva.

Al dificultar que las mujeres accedan al mercado laboral (y en su defecto en puestos y condiciones más precarias), se crea la sensación de que los hombres son los más capacitados para hacerlo. Además se ha considerado que los hombres deben dedicar toda su jornada al empleo, aún a costa de su salud y de su vida personal y familiar.

Anulando entre tod@s esos estereotipos y haciendo uso de los derechos conquistados por la igualdad, podemos **dirigirnos hacia un empleo digno** tanto para mujeres como hombres, remunerado de forma justa...

Y que sobretodo permita corresponsabilizarse del mantenimiento de la familia (que no es una simple cuestión de dinero, pues de nada sirve este sin los cuidados y el tiempo destinado a ello).

Aumentar la complicidad con tu pareja y los demás

Compartir proyectos y vivencias es vital en una relación de pareja, como también puede serlo con los amigos y amigas. Si además, ante esas relaciones, nos comportamos sin atender a los estereotipos sexistas, comprenderemos mejor a las personas, nos sentiremos más unidos.

Si nos comportamos **con empatía, trabajando en equipo desde la confianza y el apoyo mutuo** y anteponeamos siempre el bienestar común, seremos **más libres y felices**.

Aprender nuevas habilidades y competencias

Limpiar el hogar, comprar, cocinar o gestionar la economía familiar son cuestiones que todas y todos deberíamos asumir, no solo por necesidad, sino para **ampliar nuestras expectativas y conocimientos**, con lo que ampliaremos también **nuestro papel social**.

Sabiendo cocinar sabremos cuidarnos y ofrecer una comida sana y apreciable a quienes más queremos. Sabiendo educar a los hijos e hijas sabremos compartir experiencias y valores. Y así con todas las tareas que hasta ahora eran consideradas como femeninas pero que a todas y todos nos conviene ejercer de una forma repartida justamente.

Mejorar la autoestima

Rompiendo con los estereotipos que impiden desarrollar libremente la personalidad y la vida de los hombres se conseguirá acabar con muchas de las desigualdades existentes.

Así, podremos **asumir nuevos roles**, incluidos algunos que se consideraban tradicionalmente femeninos, y dejar atrás cuantas ideas sirven para limitar también la vida de los hombres.



Masculinidad y mitos



“los hombres no lloran”

“los hombres son unas máquinas sexuales”

“los hombres no necesitan cuidarse”

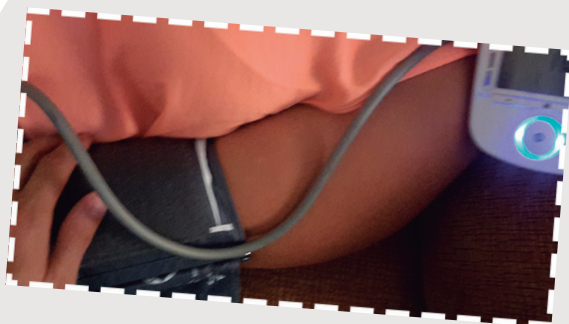
“los hombres no deben ser sensibles ante los demás”

Y seguro que has oído alguno más...

Mejorar el estado de salud personal y familiar

Aprender a cuidarse a sí mismo y cuidar a los demás permite conocer todas las necesidades y trabajarlas en equipo.

Además hay que reconocer que **ante todo está la salud** y que para poder trabajar y aportar algo a los demás, los hombres también necesitan cuidarse y vivir dignamente.



Disfrutar más de los hij@s

Disponiendo de más tiempo para la familia será posible **disfrutar más con los hijos e hijas**, en caso de tenerlos. Con ello también conoceremos mejor sus inquietudes, diversiones y problemas.

En muchas ocasiones es cuestión de anteponer prioridades: parece lógico, pero por ejemplo la crianza y la etapa infantil solo se vive una vez. **¡Aprovechémoslo!**

Valorar a todas las personas y especialmente las mujeres por lo que son

Una nueva masculinidad pasa por romper con el machismo y por lo tanto requiere **valorar con más empatía** a las personas.

Hacerlo por lo que son, sin que su sexo y su condición impliquen discriminación alguna.

De esta manera ampliamos nuestra mirada más allá de lo que los estereotipos habían dejado ver hasta ahora.



Es la hora de pasar a la acción





Cuídate y cuídalos: una responsabilidad personal y colectiva

Cuidarnos a nosotros mismos y a quienes nos rodean es una **necesidad social**, y va más allá de lo que podría mostrarse como una medida de cortesía.

Cuidar incluye tantas cosas como la alimentación, el apoyo emocional, la aportación de seguridad, ayudar a personas en situación de dependencia, etc.

Aprendiendo a cuidar a los demás te sentirás mejor y te relacionarás de una nueva forma con los demás.





Rompe estereotipos: Rechaza estupideces

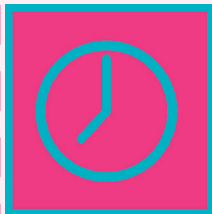
¿Quién dice que los hombres no saben cuidar a niños pequeños, o que no saben gestionar un hogar? En realidad mucha gente lo asume como una verdad incuestionable, pero ¿Acaso los varones que gestionan o trabajan con niños en empresas no pueden aprender a hacer lo propio en su propia casa?

No se es menos hombre por cuidarte a ti mismo y los tuyos, como tampoco se es menos mujer por estar empleada y dedicarse a lo público. Recuerda que **por mucho que algo se haya repetido durante años, no por ello es lo normal**: en este caso lo tradicional ha sido el machismo que limita la vida especialmente la vida de las mujeres.

Por ejemplo, en el cine los hombres son más del 70% de quienes aparecen ejerciendo ocupaciones remuneradas, o quienes más hablan, unos estereotipos muy estúpidos, unas ideas que pueden marcar tendencia.

Por eso los **estereotipos y los roles sexistas están para romperlos**, pues no son innatos ni vienen en los genes, sino que son formulaciones creadas culturalmente.

Solo replanteando todo lo aprendido podrás dejar atrás el prototipo de hombre “macho”, ajeno a los sentimientos y los cuidados. Así **podrás seguir siendo muy hombre**, pero con otra masculinidad, que ya no tiene que sostenerse en la violencia, ni en dar miedo a nadie, ni mostrarse ajeno de lo que te rodea.



Aprovecha todas las oportunidades para conciliar tu vida familiar, laboral y personal.

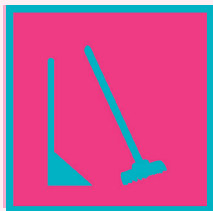
Lamentablemente, aún hoy encontramos la creencia que el empleo requiere la presencialidad y dedicación exclusiva e indiscutible, haciendo prevalecer este a cualquier necesidad personal o familiar.

Con esta idea, unida a la de que los hombres no deben ocuparse tanto de lo privado, no son pocas las veces que se cuestiona que un hombre tome alguna medida que favorezca la conciliación (aún estando amparada en leyes).

En muchos países – aunque no en todos- los hombres tienen derecho a un **permiso de paternidad**, solicitar reducciones de jornada, etc. No se trata de unas “vacaciones” ni un privilegio, sino de permitir que los hombres puedan ser más corresponsables, una responsabilidad que debería ejercerse siempre.

Infórmate de las medidas a las que acogerte, pero sobretodo ¡no dejes pasar ninguna oportunidad! **¿Acaso hay mayor satisfacción que ser parte activa del desarrollo de una persona?**





Implicáte en las tareas domésticas

Si convives en un espacio doméstico, compartirás momentos, espacios y vivencias... pero ¿Por qué no hacemos lo mismo con las tareas de casa?

Las **tareas domésticas son un trabajo**: no está remunerado, nadie cobra por ello en su propio hogar, pero es indudable que exige un trabajo, un esfuerzo en múltiples acciones para mantener un espacio digno y habitable. Si quien está empleado fuera de casa tiene vacaciones y un horario limitado, ¿porqué quien trabaja en casa (generalmente las mujeres) debería hacerlo al 100%, las 24 horas?

La mejor manera de sobrellevar la limpieza, la cocina, la ordenación y todas esas gestiones domésticas, es **repartiéndolas de forma equitativa** entre tod@s: ¡y los hombres no podemos estar ausentes!

Solo replanteando todo lo aprendido podrás dejar atrás el prototipo de hombre "macho", ajeno a los sentimientos y los cuidados. Así **podrás seguir siendo muy hombre**, pero con otra masculinidad, que ya no tiene que sostenerse en la violencia, ni en dar miedo a nadie, ni mostrarse ajeno de lo que te rodea.

Corresponsabilidad

Es el reparto de responsabilidades y tareas de una forma equilibrada entre todos los miembros de una unidad familiar. Entre estas tareas se incluyen las domésticas (como la limpieza, cocina, gestión económica...) y familiares (cuidados, educación, etc.)

DIAGNÓSTICO ¿Cómo os repartís las tareas?

Rellena la tabla con los nombres de quienes componéis la unidad familiar. Después marca con una cruz quienes realizan habitualmente cada acción.

	Yo				
Fregar platos o poner el lavavajillas					
Hacer la comida, cena, desayuno, etc.					
Poner/recoger la mesa					
Ayudar a hacer los deberes a l@s niñ@s					
Jugar o compartir actividades con l@s niñ@s					
Hacer las camas					
Limpiar la casa, barrer, etc.					
Hacer la compra					
Tirar la basura					
Hacer las cuentas y controlar gastos					
Cuidar a familiares que enfermen					
Hacer tareas de bricolaje o arreglos domésticos					
Hacer la colada (lavadora, tender, planchar)					

Analizad los datos

¿Quién hace más tareas? ¿Quién hace menos?

Mirad la manera de repartiros las tareas de una forma equilibrada: ¡tod@s ganáis algo!



Comparte tu tiempo libre con los tuy@s

Más allá de los cuidados y tareas fundamentales en un hogar, cada persona tiene un **tiempo libre** (o así debería ser) que puede dedicar a lo que más le guste.

¿Por qué no aprovecharlo también para disfrutar con la familia?

Pregunta a tu pareja, a tus hij@s, a tu herman@s o padres que es lo que les gusta o que quisieran hacer. **Probar nuevas experiencias** será muy gratificante para tod@s, sobretodo si cada vez elige una persona diferente qué hacer.

Con todo ello os integrareis en papeles que antes podríais considerar propios de las mujeres o viceversa, pero que pueden ser igual de divertidos.



DIAGNÓSTICO

¿Qué os gusta a cada un@?

Rellenad la tabla con las actividades os guste hacer a cada miembro de la unidad familiar (o tu y tu pareja). ¡Lo divertido y edificante es hacerlo en familia!

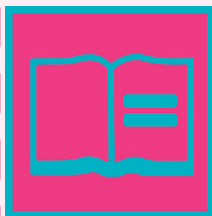
	Yo				
Ejemplo: pasear					

Analizad los datos

¿Hacéis cosas muy diferentes? ¿Son mayores las diferencias entre las actividades de los hombres de las de las mujeres? ¿En cuantas coincidís?

Para poner en práctica

En las actividades que suelen ser diferentes, probad a hacerlas junt@s, aunque sea una vez en semana, para empezar. Prestad atención para romper roles, y no considerar si algo es femenino o es masculino. ¡Eso es algo que podemos y debemos cambiar!



Educa en igualdad

Si ya estás sensibilizado y tienes claro que los hombres deben cumplir otro papel en una sociedad con igualdad ¿por qué no lo transmites a los y las demás? Y sobretodo ¿por qué no hacerlo con los niños y niñas?

No hay mejor forma de transformar sociedades que hacerlo **a través de la educación y el ejemplo**. Recuerda que desde pequeños empieza el proceso de socialización, a través del que se va formando la personalidad y expectativas de los que acabaran siendo los futuros adultos y adultas.

Todas y todos tenemos la responsabilidad de acompañar a las y los pequeños para que crezcan con valores, rechazando la violencia y las actitudes discriminatorias. Eso empieza cuestionando la desigualdad en el reparto de las tareas, el sexismo y los estereotipos que todavía persisten en la literatura, los dibujos o los medios de comunicación, etc.

En los cuentos, series de televisión, películas e incluso en la publicidad y los dibujos animados las mujeres aparecen casi siempre como amas de casa, se les muestra extremadamente delgadas, obsesionadas por la belleza o histéricas, y a los hombres como triunfadores, únicos capacitados para ser políticos, empresarios o personas de éxito.



Debemos adoptar una posición crítica ante todos los contenidos sexistas y estereotipados, para que las y los pequeñ@s sepan que no hay que comportarse ni permitir esas formas. Además podemos buscar otros juguetes, juegos y contenidos que no desarrollen los clásicos roles sexistas.

El siguiente **decálogo** puede ayudaros en esa labor:

Decálogo para jugar en igualdad

No hay colores de niños ni colores de niñas

Tampoco hay juegos de niños ni de niñas, ambos pueden jugar a lo que quieran.

Hay que evitar juegos violentos

Intenta que los juegos integren la diversidad (de género, sexual, origen, etc.)

Fomenta también los juegos en equipo

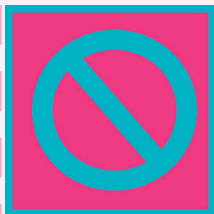
Combina juegos activos con juegos más tranquilos

Incluye juegos que fomenten la creatividad y la imaginación

Escucha de forma activa sus peticiones sin decir que sí a todo.

Fomenta el jugar, leer o ver películas en familia

Introduce juegos que permitan recordar valores (ecología, diversidad, igualdad, etc.)



El amor no es dolor: deja atrás la violencia

Compartir vivencias y experiencias con otra persona es algo reconfortable, pero puede convertirse en una farsa si no se sostiene en la igualdad y libertad de ambos.

Solo si os relacionáis como iguales podréis compartirlo todo, dejando de lado los estereotipos que como hemos visto, limitan la vida de tod@s.

La violencia, ya sea física, sexual, verbal o de cualquier tipo es un hecho inaceptable que nada tiene que ver con la amistad ni con el amor.

No se es más hombre por ser más agresivo o despiadado, pues lo único que se consigue es aislamiento y dolor.

Por ello, hombres y mujeres debemos unirnos para rechazar la violencia hacia las mujeres, apoyando aquellas mujeres que pasen por una relación abusiva para que puedan salir y denunciando aquellas actitudes de hombres violentos.



¡Ojo!

Estas actitudes son violencia:

Mostrarse agresivo para hacer constar nuestras ideas.

Romper objetos o pertenencias suyas.

Hacerla sentir mal, obligar o chantajear para mantener relaciones sexuales.

Impedir que vista de una manera u otra.

Mostrarse celoso

Comunicarse (enviar sms, whatsapp, llamar..) constantemente para ver lo que hace, con quien está, etc.

Enfadarse porque dedique más tiempo a estudiar, trabajar o estar con amistades, familia, etc.

Controlar o limitar el dinero

Empujar, golpear o agredirla físicamente

Mostrarse indiferente o menospreciarla

Insistir en que no hagas cosas que tú si haces

Controlar
Aislar
Amenazar
Pegar
Tratar mal
Hacer sentir mal

No es amor
ES VIOLENCIA

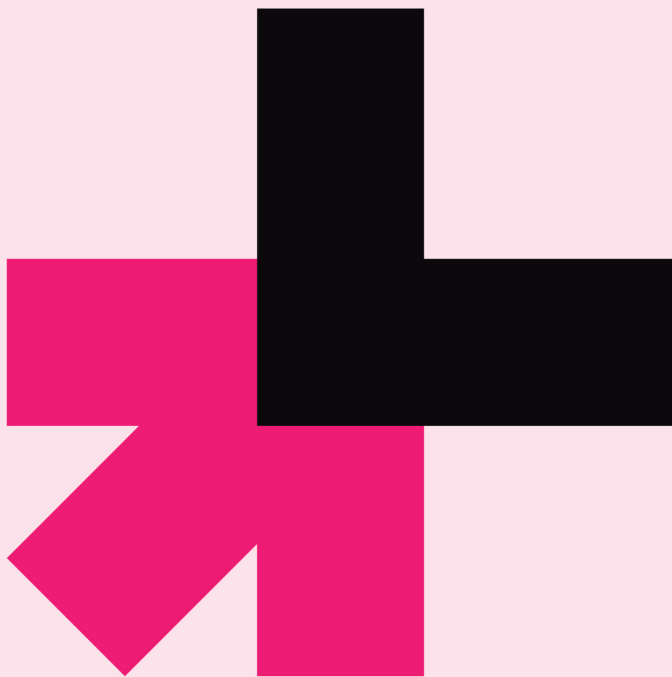


“Si los hombres no necesitaran ser agresivos para ser aceptados, las mujeres no se sentirían obligadas a ser sumisas. Si los hombres no tuvieran la necesidad de controlar, las mujeres no tendrían que ser controladas”

“Quiero que los hombres acepten esta responsabilidad, para que sus hijas, hermanas y madres puedan vivir libres de prejuicios, pero asimismo para que sus hijos tengan permiso de ser vulnerables y humanos ellos también, que recuperen esas partes de si mismos que abandonaron y alcancen una versión más auténtica y completa de su persona”

Emma Watson

Actriz y Embajadora de Buena Voluntad de ONU Mujeres



HeForShe

UN Women Solidarity Movement
for Gender Equality

Logotipo de la campaña "He for She" de las Naciones Unidas

hombres.conigualdad.org

Cambiando el mundo con “He For She”

La entidad de las Naciones Unidas para la igualdad de género, ONU Mujeres ha lanzado la campaña mundial “He for She” – en castellano “El para Ella”- para fomentar la participación e implicación masculina en la consecución de la igualdad de mujeres y hombres.

Con un diseño renovado, materiales didácticos e incluso merchandising, la iniciativa **emplaza a todos los hombres a dar un paso al frente**, y a hacerlo “por ellas”.

Para tal fin se ha formado una plantilla de personas embajadoras, como la actriz Emma Watson así como ejecutivos de grandes empresas, políticos e incluso un equipo de futbol como el Valencia C.F. que se comprometen a apoyar la campaña generando eventos y acciones por todo el mundo.

Pero la incorporación de personas conocidas es tan solo una de las partes de esta campaña.

A esta se le suma la opción de **dar el apoyo personalmente** (o a través de entidades o grupos) al proyecto HeforShe, de manera que todo el mundo pueda expresar el compromiso con unas nuevas masculinidades y la reivindicación de los derechos de las mujeres.

Esas adhesiones están recorriendo el mundo a través de las redes sociales y múltiples eventos solidarios.

Los siete principios de un He For She

Considera que la discriminación contra las mujeres y las niñas es un error; que la violencia contra ellas es inaceptable; y que deben tener igual acceso a social, política y oportunidades económicas.

Entiende que defender la igualdad de género es imprescindible para la humanidad.

Alienta a las mujeres y las niñas a buscar oportunidades sociales y económicas.

Habla cuando ve cualquier forma de discriminación, ya sea interpersonal o institucional.

Da ejemplo en su familia y la comunidad mediante la promulgación de la igualdad en acciones diarias.

Desafía a otros hombres y niños, si los ve actuar o hablar de una manera que es discriminatoria o de acoso a las mujeres y las niñas.

Apoya a otros hombres y mujeres que trabajan por un mundo en el que la discriminación y la violencia contra las mujeres sea eliminada.

(Desarrollados por ONU Mujeres en colaboración con Michael Kimmel)

¿Y tú que puedes hacer para sumarte a He for She?



Regístrate en el **sitio web oficial**:

<http://www.heforshe.org/es>

Sigue a las páginas en:

Twitter: <https://twitter.com/heforshe>

Facebook: <https://www.facebook.com/heforshe>

Youtube: <https://www.youtube.com/user/heforshe>

Comparte contenido en las **redes sociales** con el hashtag **#HeForShe**

Además, no dudes en **generar debates, crear eventos u organizar actividades solidarias** para promover los objetivos de la campaña. En la web de He For She encontrarás un Kit de Acción -además de diferentes formas de contactar con la organización- que te ayudarán a emprender tus acciones.

hombres.conigualdad.org

Enlaces de interés



Teléfono contra la violencia de género en España (gratuito, confidencial, no deja rastro)
Teléfono 016

Servicio de Asesoramiento para la igualdad en la empresa

<http://www.igualdadenaempresa.es>

Instituto de la Mujer

<http://www.inmujer.es>

Teléfono 900 19 10 10

Información a la mujer (Gratuito. De 9 a 23h de lunes a viernes salvo festivos nacionales)

Fondo documental del Instituto Andaluz de la Mujer

<http://www.juntadeandalucia.es/institutodelamujer/index.php/fondo-documental>

He for She. Campaña de las Naciones Unidas

<http://heforshe.org>

Conigualdad.org Portal de recursos para la igualdad de mujeres y hombres

<http://www.conigualdad.org>

Escuela Virtual de Igualdad (cursos gratuitos online)

<http://escuelavirtualigualdad.es>

AHIGE (Asociación de Hombres por la Igualdad de Género)

<http://www.ahige.org/>

Plataforma por Permisos Iguales e Intransferibles de Nacimiento y Adopción (PPi-NA)

<http://igualeseintransferibles.org/>

ONU Mujeres (Entidad de las Naciones Unidas para la igualdad de género)

<http://unwomen.org/>

hombres.conigualdad.org

GUÍA hombres. CONIGUALDAD

3ª edición de la Guía Express del Hombre Igualitario

¿Por qué hay que implicarse por la igualdad? ¿Cómo podemos acabar con la violencia de género? ¿La igualdad es negativa para los hombres? ¿Qué pasos tenemos que dar para ser igualitario?

En esta guía te ofrecemos claves, consejos y herramientas para empezar a ejercer otras masculinidades, algo que no es tarea fácil pero si necesaria si queremos conseguir una sociedad justa.



@conigualdadorg



facebook.com/conigualdadorg



www.conigualdad.org

hombres.conigualdad.org



ESTÁ PERMITIDO NO ESTÁ PERMITIDO

ESTÁ PERMITIDO



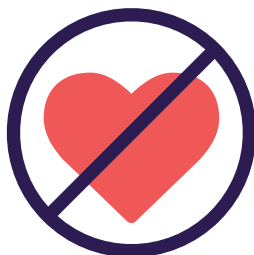
NO ESTÁ PERMITIDO



ESTÁ PERMITIDO



NO ESTÁ PERMITIDO



Recurso 21



HOMBRES CON PRINCIPIOS

Observa los siguientes carteles de diferentes campañas de HeforShe. Utilizándolos como modelo, diseña los tuyos propios. Si cuentas con ordenador o tablet, puedes utilizar imágenes de uso libre para insertar. Si no es así, puedes usar solo texto.

Cartel 1

La ropa sucia se lava en casa...
¡Y la lavo yo!

#NosotrosConEllas
www.heforshe.org

METRO DE SANTIAGO DIRECCIÓN SOCIOCULTURAL Presidencia de la República ONU MUJERES

Luis Jara

Cartel 2

Cuando una mujer dice que no quiere besarte, significa que no quiere besarte.

Respeto a las mujeres. Es simple.

CarnavalElesPorEllas

HeForShe ONU MUJERES Assine: ElesPorEllas.org

Cartel 3

Yo no lastimo a mis amigas, ¿Y tú?

#BoliviaSinViolencia

LEY N° 348
TELÉFONO DE DENUNCIA
800-140348

Banco Fie FUNCIÓN VIVA ONU MUJERES Formas de Chávez

CARTEL 1

GRUPO:

CARTEL 2

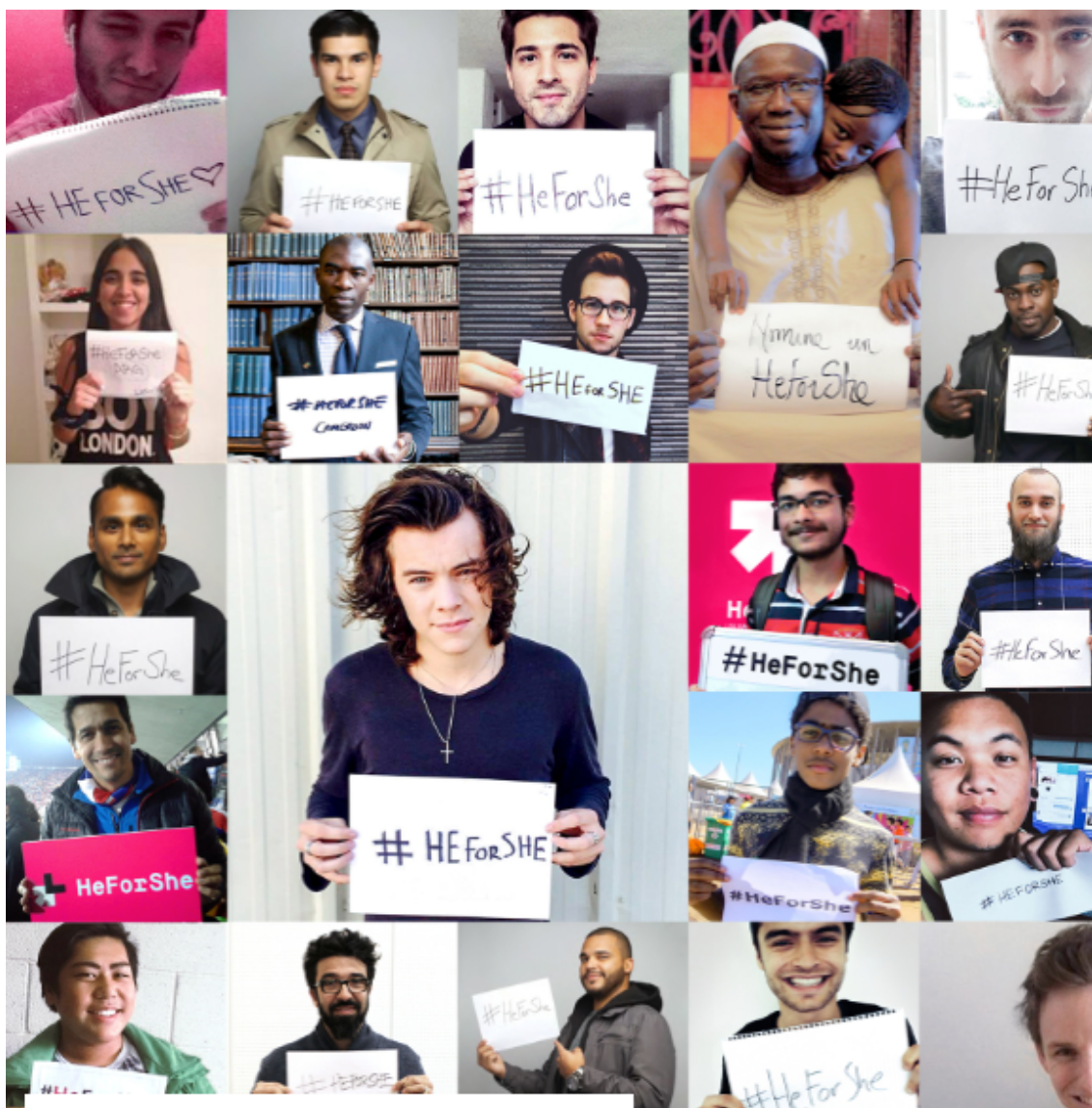
GRUPO:

CARTEL 3

GRUPO:



HE FOR SHE. ME SUMO



SOY UNA DE LAS MILLONES DE PERSONAS...

que creen que todas y todos nacemos
libres e iguales.

Actuaré contra los prejuicios sexistas,
la discriminación

y la violencia para que todas y todos
podamos disfrutar de las ventajas de
la igualdad.

Recurso 22

Ahora le toca a tu grupo. Completa los tres párrafos.

Puedes colocar tu imagen o tu nombre.

SOY UNA DE LAS MILLONES DE
PERSONAS...

que creen

Recurso 22

SOY UNA DE LAS MILLONES DE
PERSONAS...

que creen

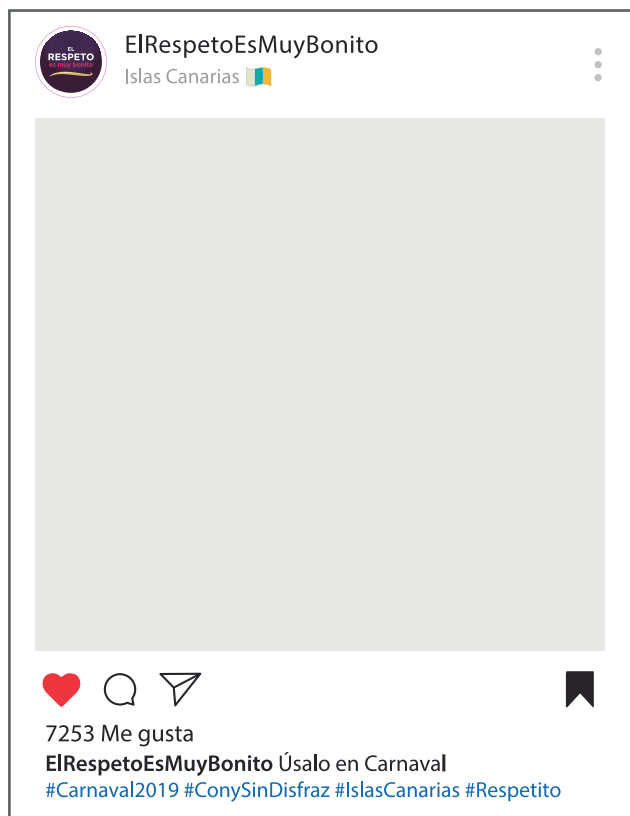
SOY UNA DE LAS MILLONES DE
PERSONAS...

que creen



LA IMAGEN

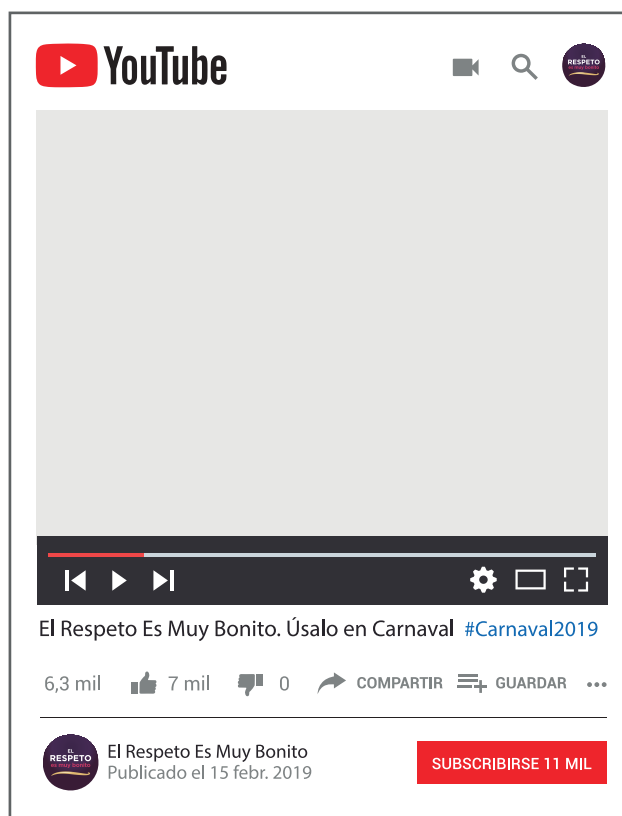
MARCO DE INSTAGRAM



ENLACE DE DESCARGA:

http://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/ecoescuela/elrespetoesmuybonito/files/2019/02/marco-instagram63x82cm_igualdad.pdf

MARCO DE YOUTUBE



ENLACE DE DESCARGA:

http://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/ecoescuela/elrespetoesmuybonito/files/2019/02/marco-youtube63x82cm_igualdad.pdf



EL
RESPECTO
es muy bonito

