

Cuando los “**Procesos Sociales**” **no se llevan a cabo adecuadamente** estos pueden ser responsables de **producir y perpetuar en ti** el discrimen y la desigualdad entre los géneros.





# DISCURSO SOCIAL SOBRE LA MASCULINIDAD Y FEMINIDAD

## MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- ✓ Los **medios de comunicación** son los canales que transmiten información en una sociedad.
- ✓ Esta información puede alterar o fortalecer tus costumbres y tu comportamiento social.
- ✓ Son así **uno de los más poderosos reproductores y creadores** de los modelos femeninos y masculinos.
- ✓ En esta **sección** discutiremos los anuncios, la fotografía y los cuentos infantiles.

**Anuncios**



# MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- Anuncios
- Fotografía
- Cuentos Infantiles

Anuncios





# DISCURSO SOCIAL SOBRE LA MASCULINIDAD Y FEMINIDAD

**MEDIOS  
DE  
COMUNICACIÓN**

## • **Anuncios**

- ✓ Los anuncios contienen información y persuasión.
- ✓ Pero en general tienen un mayor componente persuasivo que informativo.





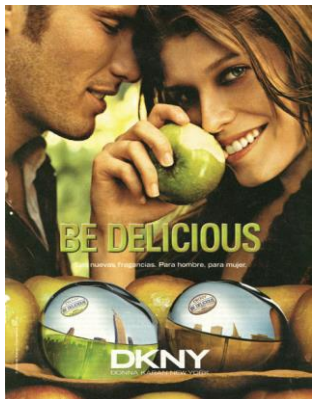


# DISCURSO SOCIAL SOBRE LA MASCULINIDAD Y FEMINIDAD

## MEDIOS DE COMUNICACIÓN

### • Anuncios

Constituyen uno de los principales ámbitos de creación y transmisión de **estereotipos de género** y aunque el objetivo último sea vender el producto, transmiten una serie de normas y valores sociales que lo convierten en un **mensaje de cómo tú debes pensar**.



# DISCURSO SOCIAL SOBRE LA MASCULINIDAD Y FEMINIDAD

## MEDIOS DE COMUNICACIÓN

### • **Anuncios**

La **influencia en la visión de mujeres y hombres** es aún más poderosa que la de los otros medios de comunicación, debido a que:

1. los anuncios se repiten muchas veces por lo que hay mayor exposición al mensaje;
2. la mayoría enfatizan las imágenes visuales, las cuales están menos expuestas al análisis racional que el material verbal;
3. pueden afectar más significativamente porque no estamos protegidos ante ellos.





# DISCURSO SOCIAL SOBRE LA MASCULINIDAD Y FEMINIDAD

## MEDIOS DE COMUNICACIÓN

### • Anuncios

- ✓ El avance tecnológico ha ayudado a los anuncios a ser cada vez más originales y creativos.
- ✓ Pero este mismo avance tecnológico también ha ayudado a poder **manipular y cambiar las imágenes, distorsionándolas de la realidad.**





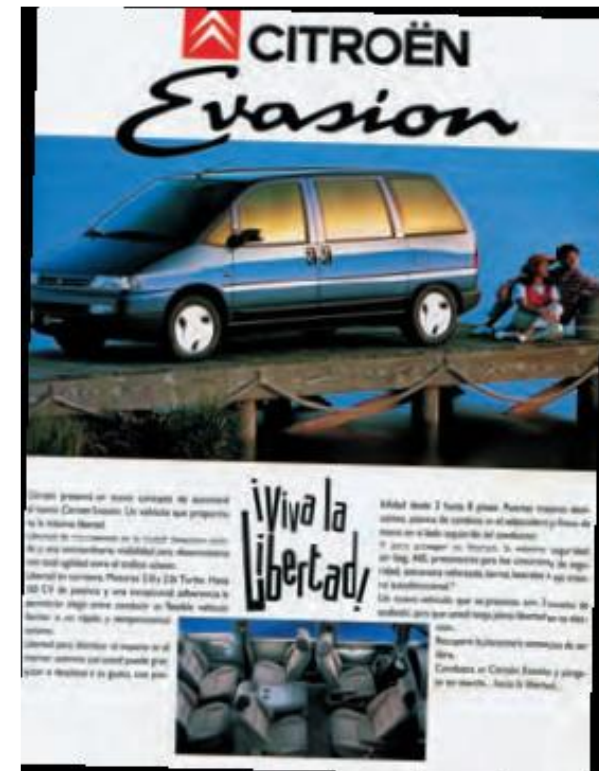


# DISCURSO SOCIAL SOBRE LA MASCULINIDAD Y FEMINIDAD

## MEDIOS DE COMUNICACIÓN

### • Anuncios

- ✓ Los anuncios sirven para conocer un producto o servicio y sus características.
- ✓ Además también tratan de influir sobre las actitudes y comportamientos del público al que se dirige.
- ✓ Hoy día, **ya no nos venden el producto**, nos venden cosas intangibles; nos hablan de la familia, el amor, la belleza, el éxito... y a través de estas sensaciones y sentimientos nos venden un **“estilo de vida”**.





# DISCURSO SOCIAL SOBRE LA MASCULINIDAD Y FEMINIDAD

MEDIOS  
DE  
COMUNICACIÓN

## • Anuncios

Los anuncios tienen unos costes importantes para nuestra sociedad ya que **nos empujan hacia un consumo que tiene unas consecuencias sociales y ambientales importantes:**

- ✓ Formas insostenibles de producción
- ✓ Formas insostenibles de consumo
- ✓ Sobreendeudamiento de las familias
- ✓ Explotación de recursos naturales
- ✓ Contaminación
- ✓ Desigualdades sociales
- ✓ Explotación laboral







# DISCURSO SOCIAL SOBRE LA MASCULINIDAD Y FEMINIDAD

## MEDIOS DE COMUNICACIÓN

### • **Anuncios**

Ya que los anuncios cada vez nos aportan menos información acerca de los productos, debemos informarnos antes de hacer elecciones, para consumir más responsablemente,

#### **¿Tienes RESPUESTAS para estas preguntas?**

- ✓ ¿Realmente tú necesitas tantos productos para ser feliz?
- ✓ ¿Conoces tú las consecuencias de tu consumo?
- ✓ ¿Sueles tú gastar por encima de tus posibilidades?
- ✓ ¿Tú eres capaz de decidir al margen de la publicidad?
- ✓ ¿Sabes tú cómo se producen los productos que compras?
- ✓ ¿Conoces tú cuáles son las condiciones humanas y laborales en las que se han producido?
- ✓ ¿Sabes tú cómo se afectan las actividades productivas en el entorno medio ambiental donde las empresas se ubican?



# DISCURSO SOCIAL SOBRE LA MASCULINIDAD Y FEMINIDAD

## MEDIOS DE COMUNICACIÓN

### • Anuncios

- En los anuncios las mujeres y hombres salen con sus roles tradicionales de lo privado (mujeres) y público (hombres).
- Las mujeres son caracterizadas como objetos sexuales o sirviendo a los hombres (por ejemplo, siendo camareras, azafatas, etc.).





# DISCURSO SOCIAL SOBRE LA MASCULINIDAD Y FEMINIDAD

## MEDIOS DE COMUNICACIÓN

### • Anuncios

- Las mujeres son representadas en los productos domésticos y de menor valor (artículos de aseo, de cocina, alimentos, productos para el cuerpo).
- Los hombres representan los productos no domésticos (automóviles, artefactos tecnológicos).





# DISCURSO SOCIAL SOBRE LA MASCULINIDAD Y FEMINIDAD

## MEDIOS DE COMUNICACIÓN

### • Anuncios

- Los anuncios dirigidos a mujeres tienen como objetivo la belleza y la juventud, mientras que los anuncios dirigidos al hombre valoran la ambición y la fuerza física.



For more interesting tests visit [microsoft.com/betaexperience](https://microsoft.com/betaexperience)







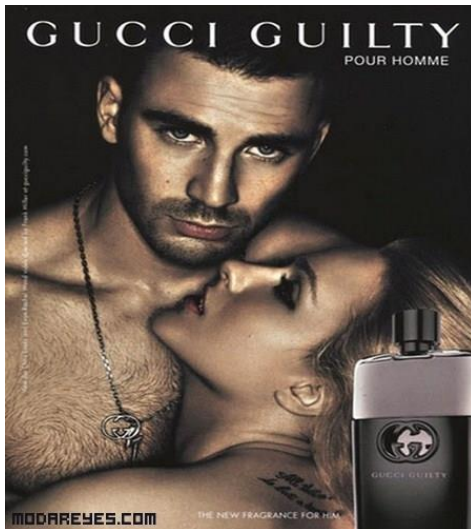


# DISCURSO SOCIAL SOBRE LA MASCULINIDAD Y FEMINIDAD

## MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- **Anuncios**

**Mensaje:** Que las mujeres son sumisas ante los hombres.



# *¡Haz tu Acción Afirmativa!*

Nunca tú debes olvidar que **la mujer** en los anuncios suele desempeñar principalmente **las siguientes funciones:**

- ✓ destinataria de ciertos productos de utilidad doméstica o de belleza
- ✓ objeto decorativo o “cebo”
- ✓ objeto de deseo

Habla con tu familia de esta situación, que tus hijas e hijos estén consiente de que son prejuicios y estereotipos y se usan por que:

- cuando el público es muy amplio, suelen aparecer protagonistas atractivas y de edad media para atraer a la mayor cantidad de personas
- llama la atención y atrae al público masculino
- representa a la mujer cuando el público objetivo es el femenino
- cuando son los menores, es utilizada para que éstas se identifiquen con su mamá.

# *¡Dile no al Discrimen de Género!*

# *¡Haz tu Acción Afirmativa!*

**“El tratamiento de la PUBLICIDAD  
es una cuestión de EDUCACIÓN”**

El público infantil es un **MERCADO ATRACTIVO** para las agencias de publicidad porque aunque su **poder adquisitivo es reducido**, tiene un **gran poder de convicción en la familia** a través de los *sentimientos*.

En este proceso, **PADRES, MADRES y PERSONAS ADULTAS** en general tienen **una gran responsabilidad**.



*¡Dile no al Discrimen de Género!*

# *¡Haz tu Acción Afirmativa!*

**“El tratamiento de la PUBLICIDAD  
es una cuestión de EDUCACIÓN”**

**Qué:** Enseñar a nuestros y nuestras menores a discernir entre información y persuasión dentro del mensaje publicitario. Han de aprender a captar la intencionalidad persuasiva de la publicidad, es decir, que **los anuncios** han sido creados por alguien **con el propósito exclusivo de vender**.



# *¡Dile no al Discrimen de Género!*



# *¡Haz tu Acción Afirmativa!*

**“El tratamiento de la PUBLICIDAD  
es una cuestión de EDUCACIÓN”**

## **¿CÓMO?**

- Es importante que tú **dediques tiempo a ver y comentar en familia** los **anuncios** que habitualmente vemos a nuestro alrededor.
- Haz que te acompañen a las tiendas **para ver cómo es realmente el objeto deseado**. Comparen otros productos, lean las etiquetas, dialoguen sobre el **porqué** compramos un producto y no otro...

Seleccionar

Producto



***¡Dile no al Discrimen de Género!***

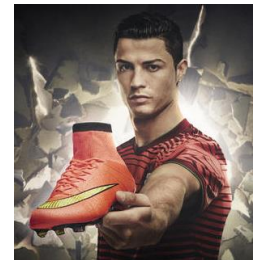
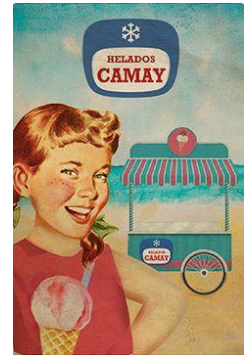


# *¡Haz tu Acción Afirmativa!*

**“El tratamiento de la PUBLICIDAD es una cuestión de EDUCACIÓN”**

## **¿CÓMO?**

- Comenta con tu hijo o hija los anuncios e información que aparecen en los productos que consumen (dulces, patitas fritas...).
- Analiza con tu hija o hijo los anuncios. Establezcan relaciones entre distintos elementos de un anuncio (personajes, escenas...) e intenten detectar algunos de los estereotipos utilizados.



***¡Dile no al Discrimen de Género!***

# *¡Haz tu Acción Afirmativa!*

**“El tratamiento de la PUBLICIDAD es una cuestión de EDUCACIÓN”**

## **¿CÓMO?**

- Tú debes ayudarles a tomar conciencia de los motivos que conducen a la elección de una determinada marca.
- Tú debes ayudarles a valorar la necesidad de adquirir ropa de vestir por su uso y no sólo por la influencia de los anuncios y la moda.



***¡Dile no al Discrimen de Género!***

# *¡Haz tu Acción Afirmativa!*

**“El tratamiento de la PUBLICIDAD  
es una cuestión de EDUCACIÓN”**

**¿CÓMO?**

Edúcales el respeto, la solidaridad, la libertad... Favoreciendo de este modo la toma de decisiones responsables y la autonomía en el uso de los bienes y recursos de nuestro entorno, con un marcado acento en el sentido de lo “justo” en este intercambio con otras personas.



TOMADO DE: [http://www.kontsumobide.euskadi.eus/contenidos/informacion/kb\\_pubs\\_mat\\_didac/es\\_material/adjuntos/guia\\_consumo\\_publicidad\\_es.pdf](http://www.kontsumobide.euskadi.eus/contenidos/informacion/kb_pubs_mat_didac/es_material/adjuntos/guia_consumo_publicidad_es.pdf)

# *¡Dile no al Discrimen de Género!*



# DISCURSO SOCIAL SOBRE LA MASCULINIDAD Y FEMINIDAD

MEDIOS  
DE  
COMUNICACIÓN

## • **Fotografías**

- Al principio el papel de la mujer en la fotografía era de modelo, un objeto que fotografiar.
- Con el paso de los años, a finales del siglo XIX, la fotografía se convierte en una actividad permitida para las mujeres.





# DISCURSO SOCIAL SOBRE LA MASCULINIDAD Y FEMINIDAD

MEDIOS  
DE  
COMUNICACIÓN

## • **Fotografías**

- Las mujeres fotógrafas pasaban a ser ayudantes de sus maridos o sus padres. Por eso algunas obras realizadas por ellas tenían las firmas de sus "tutores" varones.
- En los años sesenta, las mujeres se revelan a través de la fotografía, denunciando las injustas situaciones y roles que deben cumplir en una sociedad patriarcal.





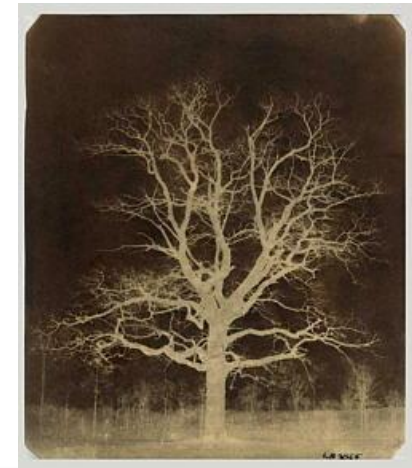
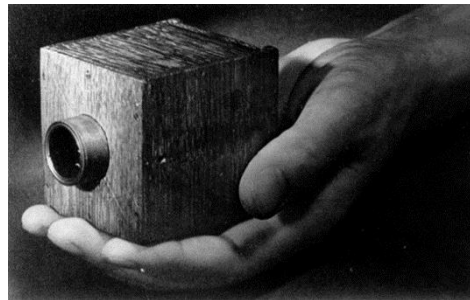


# DISCURSO SOCIAL SOBRE LA MASCULINIDAD Y FEMINIDAD

MEDIOS  
DE  
COMUNICACIÓN

## • Fotografías

### Primeras fotografías reconocidas en la historia



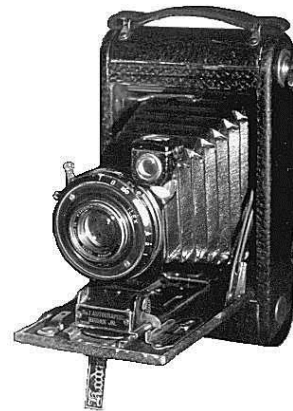
**Constance Talbot (1811–1880):** ayudó a su esposo Henry Fox Talbot en los experimentos fotográficos que condujeron a la creación del calotipo (negativo).



# DISCURSO SOCIAL SOBRE LA MASCULINIDAD Y FEMINIDAD

## MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- **Fotografías**



**Anna Atkins (1799-1871):** bióloga y amiga de Constance, aprendió el proceso del calotipo y en 1842 comenzó a documentar especies de algas marinas de las islas británicas a través de cianotipo (“blueprint”).

# ¡Haz tu Acción Afirmativa!

Existe una gran cantidad de mujeres fotógrafas. **Busca información junto a tu familia sobre ellas. Haz que sean visibles.** A continuación las fotógrafas a través de la historia **con una de sus fotografías.**



Gerda Taro  
1910-1937



Gisèle Freund  
1908-2000



Helen Levitt  
1913-2009



Diane Arbus  
1923-1971



Annie Leibovitz  
1949-



Francesca Woodman  
1958-1981



# ¡Dile no al Discrimen de Género!





**Louise Dahl-Wolfe**  
1895-1989



**Margaret Bourke-White**  
1904-1971



**Masumi Hayashi**  
1945-2006



**Cristina García Roderó**  
1949-



**Linda Wolf**  
1950-



**Ellen Von Unwerth**  
1954-



**Anne Geddes**  
1956-







**Julia M. Cameron**  
1815-1879



**Tina Modotti**  
1896-1942



**Lola Álvarez Bravo**  
1907-1993



**Eva Arnold**  
1912-2012



**Nan Goldin**  
1953-



**Linda McCartney**  
1941-1998





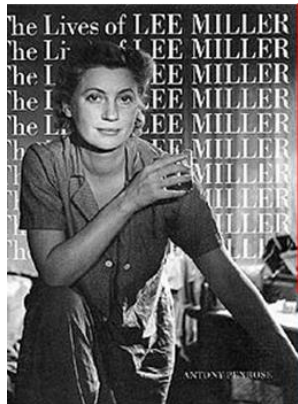
**Anne Brigman**  
1869-1950



**Claude Cahun**  
1894-1954



**Dorothea Lange**  
1895-1965



**Lee Miller**  
1907-1977



**Hansel Mieth**  
1909-1998



**Dickey Chapelle**  
1918-1965



**Inge Morath**  
1923-2002

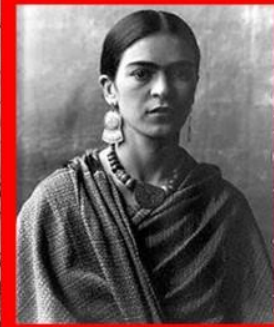


**Cindy Sherman**  
1954-





**Frances Benjamin Johnston**  
1864-1952



**Imogen Cunningham**  
1883-1976



**Berenice Abbot**  
1898-1991



**Dora Maar**  
1907-1997



**Colita**  
1940-



**Ouka Leele**  
1957-



**Hilda Sjölin**  
1835-1915



**Gertrude Käsebier**  
1852-1934



**Dora Kallmus**  
1881-1963



**Laura Gilpin**  
1891-1979



**Ilse Bing**  
1899-1998



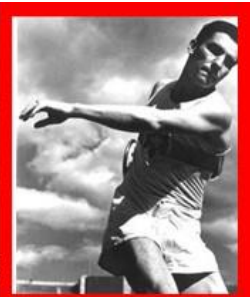
**Lucia Moholy**  
1894-1989



**Lisette Model**  
1901-1983



**Leni Riefenstahl**  
1902-2003







**Marian Hooper Adams**  
1843-1885



**Sarah Choate Sears**  
1858-1935



**Jessie Tarbox Beals**  
1870-1942



**Doris Ulmann**  
1882-1934



**Eudora Welty**  
1909-2001



**Sally Mann**  
1951-



**Alwina Gossauer**  
1841-1926



¡No se  
encontró  
foto de la  
fotógrafa!



**Alice Boughton**  
1866-1943

¡No se  
encontró  
foto de la  
fotógrafa!



**Virginia Shau**  
1915-1989



**Adriana Lestido**  
1955-



# Fotógrafas Puertorriqueñas



Carmen Mojica



Natalie Montero Lugo



Vivian Torres Mesley



Cristina Martinez Mattei



Astrid Muñoz



[http://www.el-status.com/artists\\_list.php?text\\_form=Photography](http://www.el-status.com/artists_list.php?text_form=Photography)

[http://www.casaaboy.org/galeria\\_pl900.htm](http://www.casaaboy.org/galeria_pl900.htm)

<http://artnewspr.blogspot.com/2014/11/apuntes-sobre-los-inicios-de-la.html>

<http://tallerdefotoperiodismo.com/>

<https://fotografia101.com/>

# *¡Haz tu Acción Afirmativa!*

**¡La fotografía es un arte, son sentimientos, es la vida!**

**Repudia aquellas que sólo exponen mujeres sexualizadas.**

Y recuerda averiguar quién hizo la foto:

¿Un hombre o una mujer?



***¡Dile no al Discrimen de Género!***



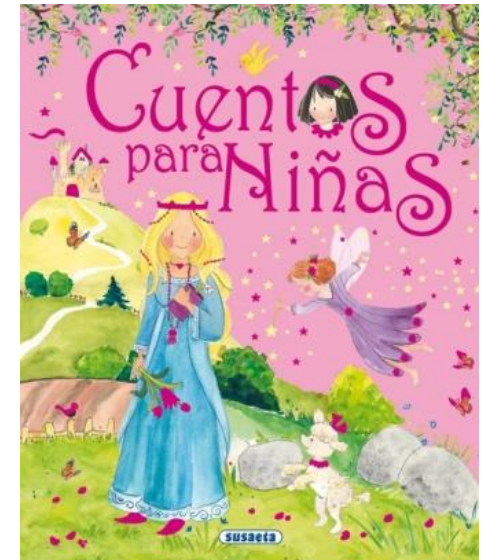


# DISCURSO SOCIAL SOBRE LA MASCULINIDAD Y FEMINIDAD

## MEDIOS DE COMUNICACIÓN

### • **Cuentos Infantiles**

- Los cuentos tienen contenidos sexistas en ambas direcciones aunque se destaca más en los personajes femeninos.





# DISCURSO SOCIAL SOBRE LA MASCULINIDAD Y FEMINIDAD

## MEDIOS DE COMUNICACIÓN

### • Cuentos Infantiles

- El cuento transmite valores, conocimientos, actitudes y comportamientos que el niño y la niña generalmente imitan.





# DISCURSO SOCIAL SOBRE LA MASCULINIDAD Y FEMINIDAD

## MEDIOS DE COMUNICACIÓN

### • **Cuentos Infantiles**

- La discriminación por sexo se perpetúa en los cuentos infantiles, en donde la doncella sumisa espera al héroe y a su príncipe, la madrastra siempre es mala y los niños son aventureros, malvados y violentos.

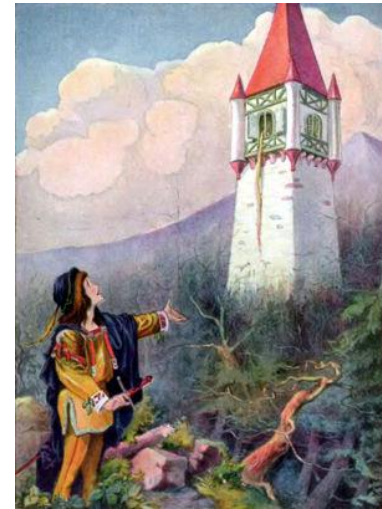


DISCURSO SOCIAL  
SOBRE  
LA MASCULINIDAD Y FEMINIDAD

MEDIOS  
DE  
COMUNICACIÓN

- **Cuentos Infantiles**

- El hombre es el príncipe quien resuelve el conflicto, el que decide casarse con la chica, es aventurero e inteligente. La mujer es guapa, sumisa y realiza las tareas del hogar.







# DISCURSO SOCIAL SOBRE LA MASCULINIDAD Y FEMINIDAD

MEDIOS  
DE  
COMUNICACIÓN

## • Cuentos Infantiles



**Mensaje:** Que la mujer es la única encargada de la limpieza.

**Blanca Nieves:** El acuerdo es que puede quedarse si limpia y recoge la casa de los enanitos.



# DISCURSO SOCIAL SOBRE LA MASCULINIDAD Y FEMINIDAD

MEDIOS  
DE  
COMUNICACIÓN

- **Cuentos Infantiles**



**Mensaje:** Que el hombre esta para resolver los problemas de las mujeres.

**La Bella Durmiente:** donde el beso del príncipe salva a la chica de su sueño eterno.

# *¡Haz tu Acción Afirmativa!*

La lucha por crear una sociedad más incluyente y libre de discrimen de género es prácticamente una misión imposible sin transformar primero la educación de las nuevas generaciones y **el contenido al que están expuestas a través de los cuentos infantiles clásicos.**

¿Cómo enseñarle a niños y niñas a deshacerse de los estereotipos si lo último que escuchan antes de dormir es que Cenicienta tuvo que casarse con un príncipe *para poder ser feliz para siempre?*

**A continuación encontrarás algunos de los cuentos infantiles que ayudan a la niñez a no caer en el discrimen de género.**

## *¡Dile no al Discrimen de Género!*



# Alicia en el País de las Maravillas



En un mundo repleto de criaturas extrañas y gobernado por una malvada reina roja, Alicia atraviesa por múltiples aventuras que la llevarán a descubrir un poder interno que hasta entonces le resultaba desconocido.

El clásico escrito por Lewis Carroll y retomado por la industria cinematográfica en diversas ocasiones constituye sin duda un fabuloso ejemplo de cómo la protagonista tienen el ingenio y el poder necesarios para defenderse a sí mismas y a quienes la rodean, luchando por sus derechos.

## P de Papá



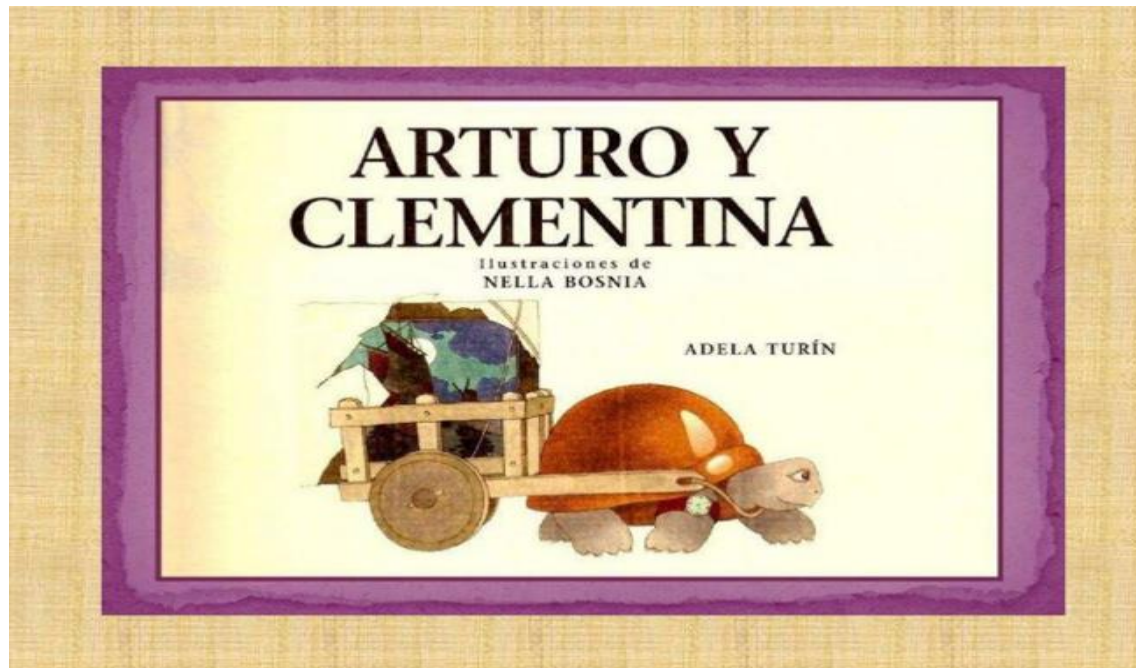
Cuando hablamos de la niñez muchas veces son las madres las que llevan el protagonismo, la figura del padre se queda casi siempre a la sombra; pero en P de Papá las cosas cambian.

La autoría en este cuento ha decidido retomar el papel que los hombres juegan en la crianza de las nuevas generaciones, adentrando a la niñez en un mundo en donde se convierten en cómplices.

**P de papá** escrito por Isabel Fernandes; Carvalho, Bernardo Pêgo de; Ballesteros Rey, Xosé Antón Minhós Martins.

## Arturo y Clementina

Más allá del felices para siempre, los cuentos de hadas no siempre son lo que parecen y la historia de Arturo y Clementina da cuenta de ello. Aquí el matrimonio es el principio de todo y el desenlace es una nueva búsqueda de la felicidad.



Por Adela Turin and Kalandraka



## Las Princesas también se Tiran Pedos



En este libro, el autor Ilan Brenman ha desmentido el estereotipo de las princesas perfectas y humaniza la figura de los cuentos de hadas.

La pequeña Laura acude a los libros de su padre para encontrar la verdad sobre Cenicienta luego de que su amigo Marcelo confesara en clase que **el cuerpo** de la delicada protagonista del cuento del mismo nombre **funcionaba como el de una persona normal**.

## Cuentos en Verso para Niños Perversos

### Cuentos en verso para niños perversos

Roald Dahl

Ilustraciones de Quentin Blake



Por Roald Dahl

Los siete poemas que se encuentran en este libro proponen una revisión paródica de algunos cuentos clásicos de la literatura infantil para dotar varios personajes destacados con una personalidad completamente distinta incorporando situaciones disparatadas que rompen con toda clase de estereotipos.

Las princesas de estos cuentos no son nada dulces y bondadosas, no se casan con príncipes y tienen defectos como cualquier persona.

**Paródica: que incluye graciosamente una burla.**

## Colorina Colorada, ¡Yo no quiero ser un Hada!

# Colorina colorada

¡Ya **NO** quiero ser un HADA!

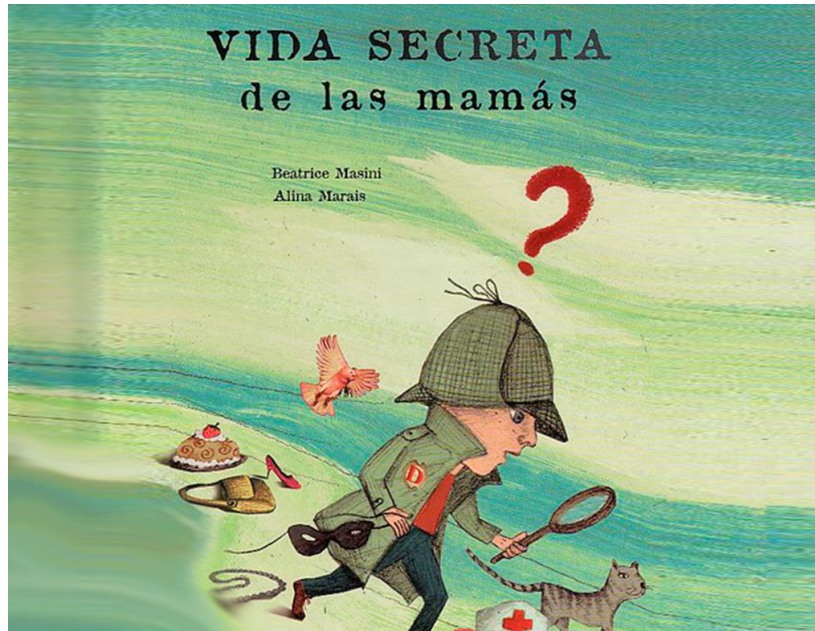


Esta compilación es el resultado de un interesante concurso de cuentos a favor del empoderamiento de la mujer. En ella encontrarás quienes ganaron en el llamado que hizo la Organización Feministas Tramando para abordar el feminismo desde distintos ángulos, desafiar los roles de género y construir una alternativa literaria para padres, madres, hijas e hijos.

Bajo **'DOCUMENTOS DE TRABAJO'** en el **MENÚ** de Acción Afirmativa de este blog podrás encontrar el siguiente documento: **"Colorina Colorada: ¡Yo no quiero ser HADA!"** y ahí podrás leer los seis cuentos ganadores.



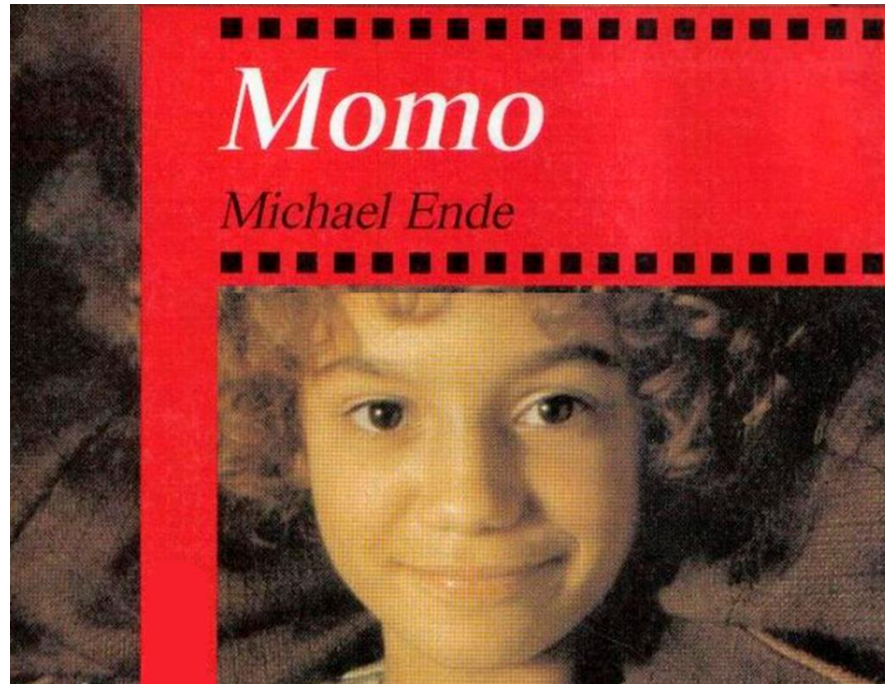
# La Vida Secreta de las Mamás



**Autora: Beatrice Masini**

Bajo la idea de que todas las madres tienen una vida secreta que sus hijos e hijas mueren por descubrir y que se desarrolla desde que salen a la escuela hasta que las encuentran de vuelta en casa, la autora de este libro desarrolla una compilación de ocupaciones fantásticas que van desde encantadora de serpientes hasta cazadora de dragones. Un argumento que a nuestra niñez sin duda les encantará.

# Momo



Los lectores que han tenido contacto con Momo no pueden negar que se trata de una pequeña realmente fantástica que se convierte en la heroína de su propia historia haciendo uso de habilidades tan únicas como humanas; su capacidad de escuchar, el trabajo en equipo y la empatía que desarrolla por los demás realmente dejan lecciones que llegan al corazón tanto de la niñez como de los adultos.

## Frida Kahlo, Violeta Parra y Juana Azurduy

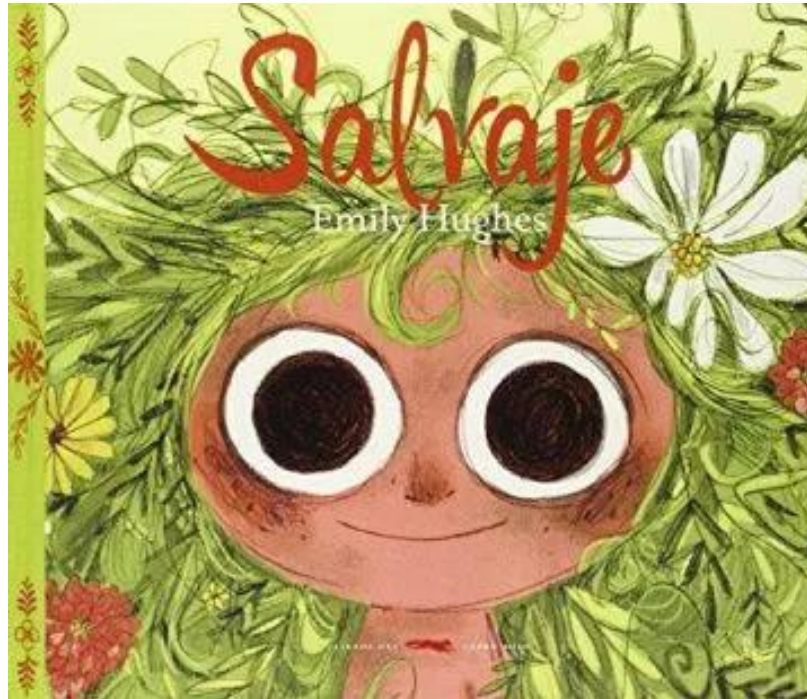


De la mano de la destacada escritora **Nadia Fink** llega la colección infantil de cuentos “Antiprincesas” dedicada a la obra y vida de mujeres creativas, luchadoras y revolucionarias que marcaron la historia de América Latina.

El primer libro de la colección “Antiprincesas” está dedicado a la vida de la artista plástica mexicana **Frida Khalo**; el segundo a la multifacética artista, cantautora y luchadora social de Chile, **Violeta Parra**; y el tercero, a la heroína de la independencia americana **Juana Azurduy**.



## Salvaje de Emily Hughes



Con frescura y desparpajo esa autora hawaiana nos cuenta la historia de una niña que vive feliz en la naturaleza, donde los osos le han enseñado a comer, los pájaros a hablar y los zorros a jugar. Ella es audaz, valiente e increíblemente libre. Pero un día un nuevo animal entra en escena, un animal extrañamente parecido a ella... Un cuento que nos lleva a preguntarnos cuán “civilizada” es realmente la vida que llevamos.

## Oliver es un Nena de Tomie dePaola

### Oliver Button es una nena



Escrito e ilustrado por  
Tomie dePaola

everest

A Oliver Button le llamaban nena porque no le gustaba hacer las cosas que hacen los demás chicos. Le gustaba pintar, pasear por el bosque, disfrazarse y, sobre todo, bailar. Comenzó a ir a clases de danza, y el día que actuó en el concurso de talentos con sus brillantes zapatos de claqué, dejó asombrados a todos. Desde entonces, Oliver Button dejó de ser una nena para convertirse en una estrella.

Zapatos de claqué: zapatos reforzados con láminas de metal en la punta y en el tacón.

## Mercedes quiere se Bombera de Beatriz Moncó

### Mercedes quiere ser bombera

Escrito por Beatriz Moncó  
Ilustrado por Mabel Piérola



edicions bellaterra

Es un cuento para la niñez que deben leer los adultos.

Enseñamos y aprendemos a ser hombres y a ser mujeres, a ser iguales y a ser diferentes al tiempo que transmitimos y configuramos nuestras familias y nuestras fobias.

La igualdad entre los géneros no es solo una postura ética y cívica, sino una imperiosa necesidad en nuestras vidas y nuestras sociedades, es una exigencia humana.



## Los Hombres no Pegan de Beatriz Moncó

### Los hombres no pegan

Escrito por Beatriz Moncó  
Ilustrado por Mabel Piérola

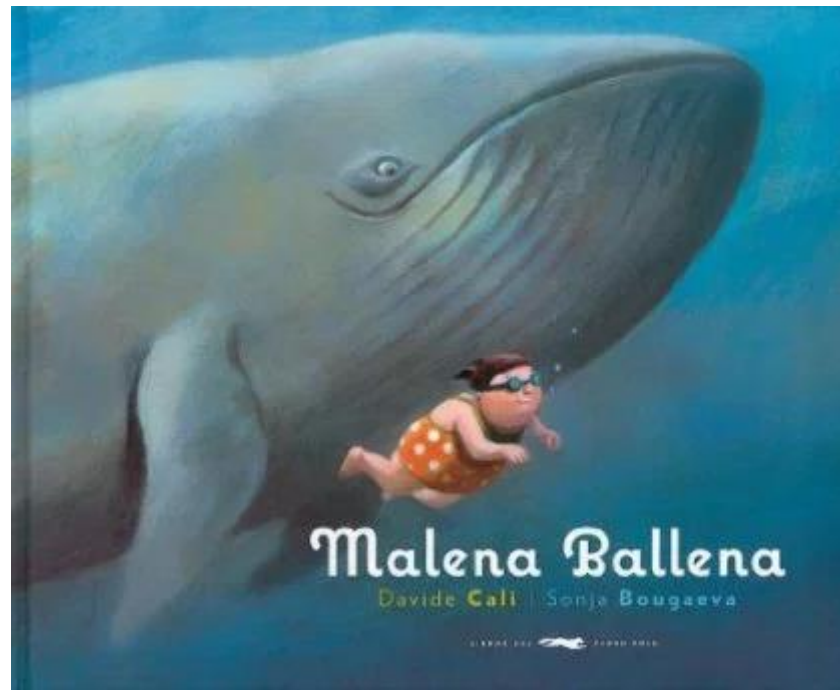


edicions bellaterra

Un cuento que trata de llamar la atención contra la violencia familiar y de género.

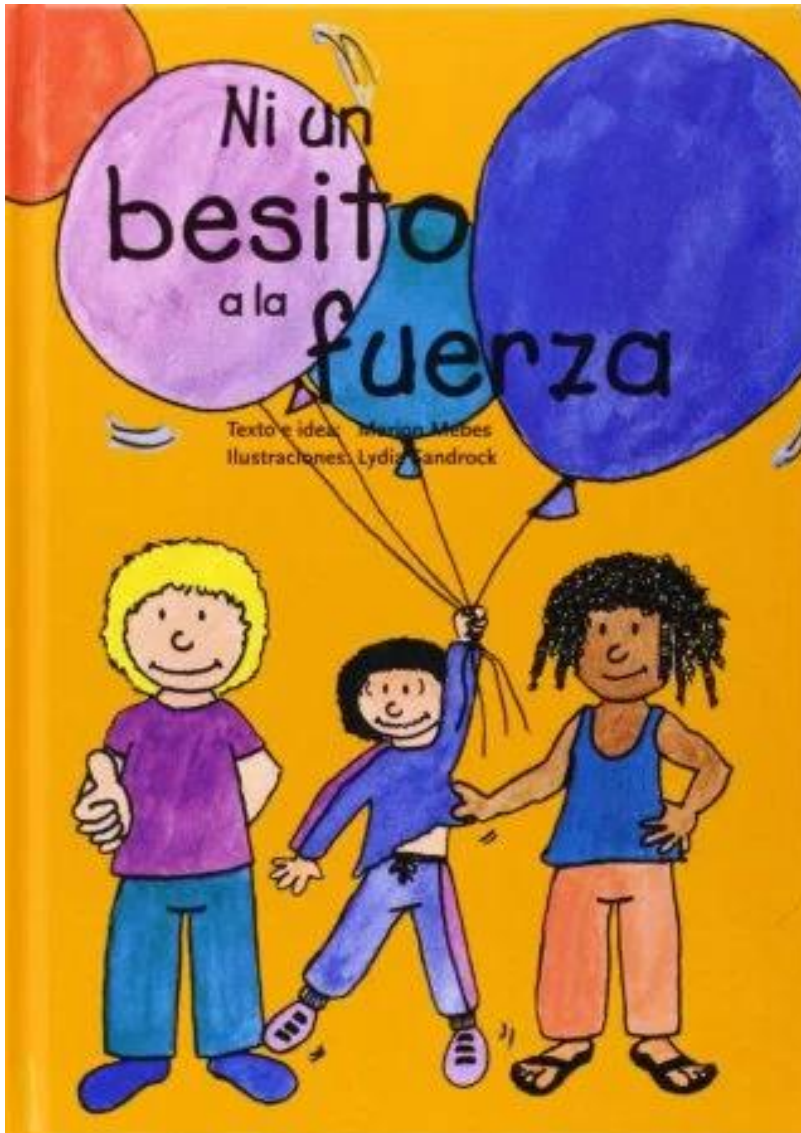
Es un aviso contra la masculinidad mal entendida, contra la desigualdad entre hombres y mujeres, contra el maltrato doméstico, contra las estructuras de poder que permiten que las familias y sus relaciones se conviertan en un terror cotidiano, en un campo de batalla donde los más débiles pueden perder la vida. De 5 a 8 años.

## Malena Ballena de Davide Cali



En la piscina, las niñas se reían de Malena. Y es que Malena pesaba mucho, demasiado. Tanto que la llamaban «ballena». Pero un día, el profesor de natación le enseñó un truco y su vida comenzó a cambiar. Un personaje entrañable que vive la realidad de muchos niñas y niños; un tema delicado tratado con sentido del humor, desde el respeto y el fomento de la autoestima.

## Ni un Besito a la Fuerza de Marion Mebes



Puede ser utilizado por madres, padres, educadoras y educadores, profesores y otras personas adultas que busquen un modo directo de abordar con niñas y niños el difícil tema del contacto físico no deseado, insistiendo en la posibilidad de decir NO.



# *¡Haz tu Acción Afirmativa!*

*Si quieres regalar algo a la niñez, regálale un libro.  
¡Le hará crecer y te lo agradecerá para siempre!*

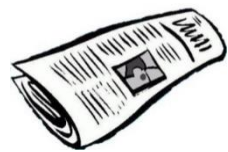


Considera uno de estos libros o busca, hay muchos más y así contribuirás a una **niñez libre de discrimen de género.**

## *¡Dile no al Discrimen de Género!*

# Sigue con las otras **secciones:**

- una descripción de los siguientes medios de comunicación: periódicos y revistas;



- una descripción de los siguientes medios de comunicación: Internet, TIC y video Juegos.

