

| | | |
|--|--|---------------------|
| IS-16 | Realización de un vídeo sobre los modelos de belleza dominantes. Análisis publicitario. | CURSO 2º |
| IDENTIDADES | | |
| Imagen corporal. | | |
| TIPO: C. | | |
| Asignatura: Ciencias sociales, educación plástica y visual, tecnología. | | |

OBJETIVOS.

1. Analizar el modelo de belleza dominante y el trato que se le da desde los medios de comunicación.
2. Recapacitar y potenciar una actitud crítica sobre la utilización y comercialización de la sexualidad analizando su utilización sexista.
3. Valorar la influencia de los medios de comunicación en los roles de género.

GUION DE TRABAJO.

| | |
|----------|---|
| A | Se les pide que durante varios días, individualmente, vayan observando y grabando de la televisión anuncios publicitarios, escenas de películas, etc., sobre los modelos de belleza actuales. |
| B | Se forman grupos de 6 personas y los o las que tengan material grabado en cinta lo muestran a los demás y al mismo tiempo van analizando las imágenes siguiendo la ficha IS 16.1. |
| C | Cada grupo muestra al resto de los grupos la recopilación de anuncios, escenas de películas, etc., realizado, exponiendo a través de la ficha completada, el análisis de los mismos. |

OBSERVACIONES METODOLOGICAS Y TEORICAS PARA EL PROFESORADO.

La realización de esta actividad requiere una sala de audiovisuales para la exposición y proyección de las cintas grabadas por el alumnado.

Los medios audiovisuales constituyen un recurso educativo necesario e importante, al que los jóvenes están bastante habituados, y que permite un acercamiento a la realidad que vivimos. Gracias a estos medios podemos llevar al aula, a través de múltiples imágenes, comportamientos sexuales, y contenidos que constantemente aparecen en los medios de comunicación que de otra forma no sería posible. Por lo tanto constituyen un material básico e indispensable para trabajar aspectos como la figura corporal, modelos actuales de belleza, el tratamiento que los medios de comunicación hacen de la sexualidad en general. Las innumerables situaciones en las que se produce discriminación hacia las mujeres o hacia las personas homosexuales.

Los medios de comunicación tienen una gran influencia en la mayoría de los sectores de la población, pero en la adolescencia esto se hace más evidente. A través de los medios de comunicación se aprenden muchas cosas relativas a la sexualidad; existe una gran cantidad de imágenes que van calando con especial intensidad entre la adolescencia. Los modelos, comportamientos, actitudes hacia la sexualidad que se muestran corresponden a una sexualidad alejada de la realidad. El cuerpo cobra una especial importancia en las imágenes que se transmiten, siendo el modelo muy exigente particularmente para las mujeres.

Por otro lado, hay bastantes ejemplos de mujeres que, o bien se les sitúa en un marco estrictamente familiar en el que desempeñan el papel de madre, esposa y mujer afectiva, o bien se presenta un tipo de mujer objeto de deseo.

Esta actividad se podría completar con una recopilación de revistas juveniles o del corazón y así poder analizar de forma crítica esos modelos sobre la base de cuestiones como: tipos de cuerpos de hombre y mujer, partes del cuerpo que se destacan más, desnudos de mujeres, cuidados para el mantenimiento de la belleza, presión mayor hacia la mujer, diferencias entre el modelo de belleza propuesto para la mujer y para el hombre.

MATERIALES.

FICHA IS 16.1.

Análisis publicitario sobre el modelo de belleza actual

1. - ¿Qué mensajes nos mandan? (Especificar tipo de slogan, información del producto).
2. - ¿A quiénes van dirigidos: mujeres/hombres, chicos/chicas?
3. - ¿Qué protagonistas suelen aparecer?:
 - Mujer/hombre, niña/niño, grupo/pareja/persona
 - Objetos
 - Ambiente
 - Relación entre los protagonistas
4. - ¿Qué imagen de la mujer y del hombre transmiten?:
 - Papel mujer/niña
 - Papel hombre/niño
 - Objetos que identifican a la mujer
 - Objetos que identifican al hombre
 - Qué valores y estereotipos se transmiten
 - Qué imagen del hombre y de la mujer aparece
 - Roles nuevos que introducen respecto a la mujer y al hombre: Poner ejemplos.
5. - ¿Qué lenguaje se utiliza?
6. - ¿Qué modelo de belleza presentan, tanto para el hombre como para la mujer?
7. - ¿Porqué aparecen casi siempre mujeres desnudas o semidesnudas para anunciar productos de belleza o venta de otros objetos (coches, etc.)?
8. ¿Qué imagen se transmite de las mujeres y hombres homosexuales?
9. - ¿Qué elementos sexistas y discriminatorios encuentras en los anuncios?
- 10.- ¿Qué diferencias encuentras entre los anuncios dirigidos a mujeres y a hombres?
- 11.- ¿Porqué crees que se utiliza tanto la sexualidad con fines comerciales?
- 12.- ¿Qué otros aspectos de la sexualidad se podrían incluir? ¿Qué cambiarías?
- 13.- ¿Qué influencia pueden tener en ti y en los y las jóvenes de tu edad?