

Documento 1 : Escándalo en Chile por los anuncios "hipersexuales" de uniformes y zapatos escolares

Dos empresas se vieron obligadas a retirar su publicidad por las críticas de la gente que llegaron hasta las autoridades del Gobierno. Dos campañas publicitarias destinadas a niñas en edad escolar crearon un escándalo en Chile, tras las acusaciones de la gente de mostrar en ellas una imagen "*hipersexualizada*" de las menores.

5 Una de las campañas es de la marca de ropa *Monarch*, especializada en ropa escolar y en cuyos anuncios aparece una nena de unos 10 años, sentada, con una pollera¹ muy corta y sus piernas descubiertas, mientras come un helado en posición sugerente². La otra campaña polémica es la de la firma de calzado escolar *CMoran*. En una de sus imágenes promocionales, se ve a modelos con polleras extremadamente cortas y medias altas, en poses poco relacionadas con las de las niñas de edad escolar.

10 El debate llegó hasta el Gobierno chileno: "No deben retratarse personas como objetos sexuales y en algunos casos como este, están en el límite", dijo Carol Brown, ministra de Desarrollo Social y Familia, que se sorprende de que "*las compañías no se hayan dado cuenta*".

15 Patricia Muñoz, directora de la Defensoría de la Niñez de Chile, dijo que este tipo de publicidad "*no se debe tolerar*". Otros, como la diputada comunista Camila Vallejo, pidió que sea el Gobierno el que regule estos asuntos. Tras la polémica, tanto *Monarch* como *CMoran* retiraron sus publicidades. Ambas expresaron públicamente que no tenían intención de "provocar lo que se ha interpretado".

16/02/2020, www.clarin.com

Documento 2 :



Ilustración en un sitio dedicado a las maestras en educación inicial (Perú).

23/12/2018, maestradeinicial.com

¹ falda

² suggestive

Documento 3: ¿Cómo se imponen estereotipos al vestir?

A las mujeres, por ejemplo, se nos impone ser flacas y ser tallas pequeñas, a los hombres que deben ser altos y atléticos, pero, ¿es esto sano? Los estereotipos [...] hacen borrar³ todo tipo de diferencias, particularidades y personalidades de las personas que en últimas⁴ es lo que nos hace diferentes. La moda en ocasiones obliga a estándares⁵ que muchas veces son perjudiciales para nuestra salud física y mental.

5 [...]

Es responsabilidad de todos construir un sistema que contribuye activamente para crear imágenes que determinen la forma en que nos relacionaremos con nuestro físico y estilos de vida. [...] Ahora los nuevos influenciadores en redes sociales desde edades tempranas como 10 años hasta los mayores incluso de 40 años, son quienes están imponiendo nuevas formas y estilos de vida [...].

10 La moda debe ser algo libre, una forma de expresión y de comunicación sin estar atados a estereotipos de tener que llevar cierto tipo de colores o estilos de ropa para encajar⁶ en la sociedad. Cada quien es libre e independiente de vestir y así representar su personalidad sin límite.

15/05/2019, María Mónica Zapata Cortazar, www.revistalevel.com.

³ *effacer*

⁴ *finalement*

⁵ normas

⁶ integrarse