



*Las representaciones estereotipadas son obstáculos a la vida de las mujeres.*

# Nivel B1

- ▶ **Axes de réflexion:** Espace privé...Diversité...Art et pouvoir...Citoyenneté....
- ▶ **CECRL B1**
- ▶ **Objectifs culturels:** sensibiliser les élèves aux inégalités de genre dans le monde hispanique et au-delà, à travers l'étude des stéréotypes véhiculés par les discours et les images qui impactent les femmes tout au long de leur vie afin de développer un esprit critique sur ces représentations figées qui structurent les inégalités de la société patriarcale dans tous les espaces: la famille, le travail, les loisirs, la mode, la littérature, le cinéma...réfléchir aux solutions possibles à travers le prisme artistique.
- ▶ **PROJET:** Exposition pour le 25 novembre et 8 Mars dans le Hall du lycée les « Poses » 2011 de Yolanda Domínguez avec pour chacune des photos une légende en espagnol et en français.
- ▶ **Évaluation finale:** EOC en binôme
- ▶ CE La ciencia analiza 150 años de literatura in EL PAÍS
- ▶ **Supports**
- ▶ Vidéo: la carrera de la vida <https://www.youtube.com/watch?v=nj6YXNgOlxxO>
- ▶ Vignettes des dessinateurs humoristiques: javirroyo, Flavita Banana
- ▶ Deux articles de presse « La artista Yolanda Domínguez recrea la campaña de El Corte Inglés pero con modelos diversas. » <https://verne.elpais.com/verne/2020/10/06/artículo/1602004059>
- ▶ Photos Poses <https://yolandadominguez.com/potfolio/poses>
- ▶ Photos / Texte las princesas
- ▶ Texte La ciencia analiza...in EL PAÍS

# Objectifs

- ▶ **5 séances**
- ▶ Activités langagières: CO/ EOC/ EOI/ CE/ EE
- ▶ **Objectifs linguistiques:** être capables de relever les stéréotypes de genre, dans des supports variés, de les exposer oralement de les interpréter, de les déconstruire en intégrant les nouvelles approches critiques (artistiques et scientifiques).
- ▶ **Lexique des champs lexicaux suivants:** los medios de comunicación, las desigualdades de género, el mundo del trabajo, la infrarepresentación, la desconstrucción, la lucha, los logros, los estereotipos, los prejuicios, el retrato físico y moral, los verbos de acción, la vida cotidiana, la sociedad de consumo, el arte, los nuevos conceptos, la risa....
- ▶ **Compétences grammaticales:** le passé composé, le conditionnel, le comparatif, soler, l'expression de la tournure impersonnelle « se », l'expression du but « para » , la conséquence « así que », l'expression du paradoxe « aunque » la forme progressive pour décrire les photos...
- ▶ **S'exprimer:** dar su opinión, argumentar, sensibilizar y transmitir.

# SÉANCE 1: viñetas de Flavita Banana y otras.

- ▶ **Supports:** 7 vignettes
- ▶ Con risas, ternura y humor corrosivo las viñetas de Flavita Banana (Oviedo, 1987) y Javier Royo denuncian la carga mental y física de las mujeres con doble jornada en casa y trabajando o teletrabajando en oposición con los hombres que invierten las situaciones de manera perversa... el discurso patriarcal oculta los problemas de violencias con solo un día internacional de eliminación de la violencia contra las mujeres. Las palabras de los hombres culpabilizan a las mujeres, las infantilizan, las atacan...
- ▶ Las viñetas de ....denuncian las desigualdades en el mundo laboral... la superioridad jerárquica de los hombres a pesar de su incompetencia, los obstáculos para ascender a puestos más pagados, el techo de cristal, y la infantilización y la invisibilidad de las mujeres... las mujeres solo tienen derecho a callar, trabajar, educar a las niñas y a los niños, y a celebrar un día: el 25 de noviembre...someterse.
- ▶ Las viñetas de Javirroyo (Zaragoza, 1972) denuncian el machismo en el deporte, el fútbol, recordar el caso Rubiales presidente de la RFEF y Jenny Hermoso.
- ▶ Aunque las mujeres practican este deporte y que su porcentaje de aficionadas está en aumento tienen que aguantar el machismo en este espacio.
- ▶ Los dibujos esbozan a los personajes, cada cual puede identificarse...
- ▶ Interrogarse con las alumnas y los alumnos sobre el papel de la risa: la risa para denunciar, la risa que alivia, la risa cuando el lenguaje no puede decirlo todo...



37 años Oviedo



JAVIERITO



TIANITA  
BANANA



TIANITA  
BANANA





- ▶ **Mise en œuvre en classe**
- ▶ **En amont:** donner les vignettes, les élèves devront trouver une phrase de commentaire descriptif et interprétatif de 2 lignes pour chaque vignette.
- ▶ En équipe de 4 élèves, distribuer deux vignettes par équipe, leur donner un temps de mise en commun du travail maison, 15 minutes pour ensuite exposer à l'oral leur travail sans lire leurs notes. Passer dans les équipes en donnant des mots qui manquent au tableau au fur et à mesure et travailler sur la problématique.
- ▶ **Consigne:** ser capaces de comentar oralmente, sin leer, las 7 viñetas, describir las e interpretarlas integrando el texto de los globos...
- ▶ **Viñeta 1**: un dibujo humorístico, regresar a casa, quitarse la chaqueta, quedarse en casa, cuidar de los niños, estar atareada, planchar, cocinar, el ordenador, la carga física y mental, la oposición, quejarse, no darse cuenta, el desface, la desigualdad...
- ▶ **Viñeta 2:** una pareja mayor, la mujer está lavando los platos, el hombre sentado en el sillón delante de la tele, una escena tradicional, patriarcal, las tareas domésticas, hasta la muerte, darle la espalda, denunciar una situación estancada, tener humor, nada cambia, reproducirse, la repetición de los modelos patriarcales...
- ▶ **Viñeta 3**: caminar, llevar bolsas, de espalda, estar cansada, resignarse...
- ▶ **Viñeta 4:** soñar con, sentada en el fondo, los estereotipos de identificación a hombres heroicos del pasado, proyectarse al futuro, alguien, construirse según su deseo, imaginarse sin modelos preconcebidos, mientras que..
- ▶ **Viñeta 5 y 6 :** la carga física y mental, ocuparse de la casa y de la familia, no tener tiempo para sí, los ocios, el deporte, aguantar más carga mental en el fútbol controlado por los hombres, « feminazi » rappel terme pejoratif popularisé par Rush Limbaugh dans les années 1990
- ▶ **Viñeta 7:** la invisibilidad, la inexistencia, el globo, recubrir, infantilizar, dominar, dar lecciones de moral..sermonear
- ▶ **Viñeta 8:** una empresa, dar una promoción, la carrera laboral, progresar, acceder a un puesto, las competencias, la incompetencia, la superioridad, mandar, la inmadurez, la irresponsabilidad, la brecha salarial...
- ▶ **Travail maison:** Preparar un pequeño texto de balance general sobre la temática presentada en todas las viñetas. Integrar el léxico y la gramática estudiados. 10 líneas. Ser capaz de presentarlo oralmente para el repaso.

# SÉANCE 2: la carrera de la vida

- ▶ Mise en œuvre CO/ EOI
- ▶ 3 visionnages/ Mise en commun
- ▶ Un vídeo de sensibilización internacional contra las prácticas sexistas que deterioran la salud de las mujeres a lo largo de su vida en el mundo entero.
- ▶ Promotor: Directivas Aragón.
- ▶ Público meta: a todos, y todas y a los alumnos y a las alumnas para que tomen conciencia que las desigualdades entre mujeres y hombres. Los obstáculos en la vida pueden afectar la salud física y mental de las niñas y de las mujeres.
- ▶ El guión: *una metáfora* de la vida: la carrera, *llena de obstáculos* para las mujeres. Los obstáculos deterioran la vida y *la salud* de las niñas y de las mujeres.
- ▶ Dos voces off que comentan la carrera, un maratón.
- ▶ Al principio hombres y mujeres son iguales además el discurso oficial dice que normalmente tenemos la misma libertad, las mismas oportunidades ....es mentira porque la realidad es otra, no es *equitativa*. « No nos engañemos »
- ▶ *Aunque* tenemos, mujeres y hombres, las mismas capacidades, las mujeres tienen más obstáculos para *llegar a la meta*. *Precisar ¿la meta? Un objetivo personal, profesional...*
- ▶ *Apuntar los obstáculos*: los tacones, los niños, las compras...la soledad, sin ayuda, sin estudiar, sin atención médica, sufrir prácticas sexistas...
- ▶ *Las desigualdades*: para el hombre ropa adaptada, zapatillas de deporte, ayudas, agua, de comer, la atención médica, ganar, cruzar la línea de meta... Un hombre competitivo, seguro de sí mismo, sin ayudar a su esposa,
- ▶ Apuntar el lema
- ▶ **Travail maison**: être capable de commenter la vidéo sans le son, faire les voix off.

# Séance 3 et 4 Yolanda Domínguez

- ▶ 2 possibilités
- ▶ 1/ Yolanda Domínguez las princesas
- ▶ 2/ Yolanda Domínguez Campaña del Corte Inglés.

## Séance 3 et 4

- ▶ Yolanda Dominguez Las princesas 2 supports texte et Photos
- ▶ <https://yolandadominguez.com/portfolio-category/acciones/>
- ▶ Texto Princesas 2.8 2008
- ▶ « Princesas 2.8 es una serie de acciones que tienen como objetivo actualizar el **rol femenino de las princesas de los cuentos en los que la mujer es un sujeto pasivo** que espera a la llegada de un príncipe azul para ser feliz.
- ▶ 6 actrices representan el papel de 6 princesas características de los cuentos infantiles que deciden deshacerse de los objetos de la historia vendiéndolos en el “top manta” a los transeúntes. Estas mujeres deciden empezar una nueva vida y definirse unos nuevos roles que les sirvan en los tiempos que vivimos, adoptan una postura activa en contraposición con la actitud pasiva de los cuentos y rescatarse a sí mismas siendo ellas sus propias heroínas.
- ▶ Se consigue una absoluta interacción del público que compra muchos de los objetos, habla con las princesas y les toman fotos.
- ▶ El resultado se documenta en 6 videos que recogen cada una de las escenas. »

## Mise en œuvre:

1. Présenter Yolanda Domínguez Nació en Madrid en 1977, artista visual experta en comunicación para la igualdad de género.
2. Pour comprendre ses performances projeter la vidéo sur POSES la commenter sur l'axe de la déconstruction des stéréotypes de genre sur les corps des femmes véhiculés sur les publicités.
3. Les élèves disent « Las poses son ridículas y los cuerpos desarticulados como si la mujer fuera un objeto, una muñeca ». « Hay un desajuste total entre el cuerpo imaginario delgado y el cuerpo real »
4. Lire le texte *Princesas* ¿Cuál es el objetivo de sus acciones en la calle?
5. Présenter les photos et donner le titre du conte qu' elle déconstruit à partir des objets symboliques
  - ▶ Photo 1 et 2 La sirenita (la piscina y las piernas)
  - ▶ Photo 3 La princesa y el sapo (el sapo)
  - ▶ Photo 4 Cenicienta (el palacio y la corona)
  - ▶ Photo 5 Blancanieves (las manzanas)
  - ▶ Photo 6 La Bella Durmiente (la rueca)







## Séance 3 et 4: texto El País 7 OCT 2020/ Fotos

La artista Yolanda Domínguez recrea la campaña de El Corte Inglés, pero con modelos diversas

- ▶ Mise en œuvre: projeter les photos
- ▶ 1/ Comentario de las fotos
- ▶ En amont les élèves préparent le commentaire des photos à la maison pour une classe inversée en reprise.
- ▶ ¿Qué tipo de fotos son?
- ▶ ¿Qué te llama la atención?
- ▶ Comenta el lema: « Rompe el estereotipo. Supéralo. »
- ▶ Fotos de la campaña de Igualdad del Ayuntamiento de Soria (ciudad en la comunidad de Castilla y León) para el Corte Inglés (' empresa de grandes almacenes sede Madrid).
- ▶ Mettre en perspective la campagne classique du Corte Inglés et celle de Yolanda Domínguez.
- ▶ Problemática: ¿Las marcas rompen de verdad con las modelos tradicionales con anuncios con cuerpos reales o todo eso es una pose, nada inclusivo? (dixit la artista)
- ▶ Las fotos sorprenden porque las modelos son diferentes de las que vemos normalmente. Constituyen un contraste con la modelo de «Siente el otoño, vístelo» una mujer ideal, que respeta todos los cánones de la belleza estereotipada que propone la sociedad de consumo. En cambio, estas modelos son mujeres normales, de la vida cotidiana. No son perfectas, altas, delgadas, de una belleza ideal, con posas afectadas. Aquí son cuerpos reales que rompen con una visión estereotípica del cuerpo femenino perfecto. Además estas mujeres normales hacen cosas: están leyendo, están tocando la guitarra no solo posan. En la vida las mujeres son capaces de hacer cosas creativas.
- ▶ El lema de la campaña se dirige directamente a la mujer, la tutea, una cliente potencial, la invita a ser actriz de la moda y no consumidora pasiva. Este lema contrasta con el lema « Siente el otoño, vístelo » una metáfora que transforma a la mujer en un ser ideal capaz de comulgar con la estación, un ser evanescente, de ficción, una semi diosa sin ninguna realidad corporal.
- ▶ Axe de réflexion: el límite de este tipo de campaña « inclusiva ». El objetivo de la empresa vender y por eso surfear sobre la desconstrucción de los estereotipos sin cambio real. Solo es recuperación.

# La artista Yolanda Domínguez recrea la campaña de El Corte Inglés, pero con modelos diversas

Jaime Rubio Hancock 7 OCT 2020 - Verne *El País*

En los carteles de la nueva acción de la artista Yolanda Domínguez aparece el mismo vestido de la campaña de otoño de El Corte Inglés, pero no lo lleva ninguna modelo tradicional, sino siete mujeres que no responden a los estereotipos de belleza del mundo de la moda. El lema que aparece en las imágenes es "Rompe el estereotipo. Supéralo" (y no "Siente el otoño. Vístelo"). Las fotografías, además de en redes sociales, están presentes desde este martes en 12 marquesinas de Soria. En los próximos días aparecerán también en los autobuses de la ciudad [...].

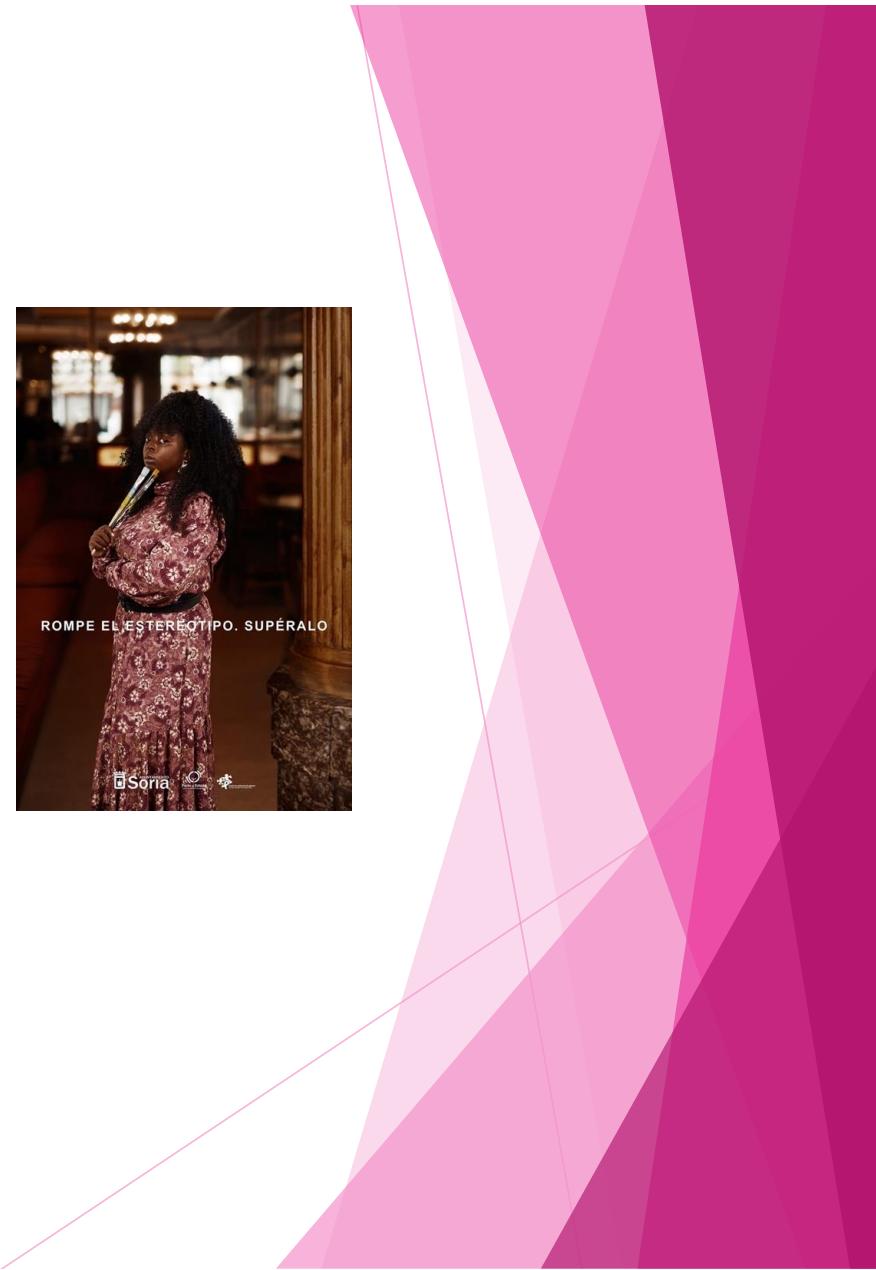
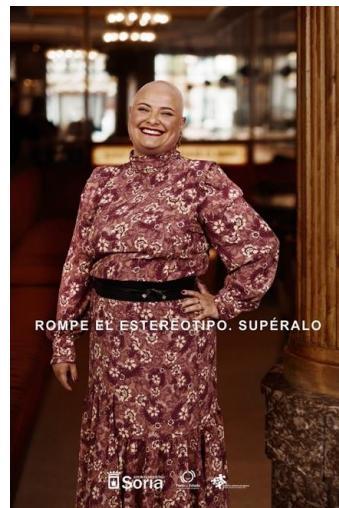
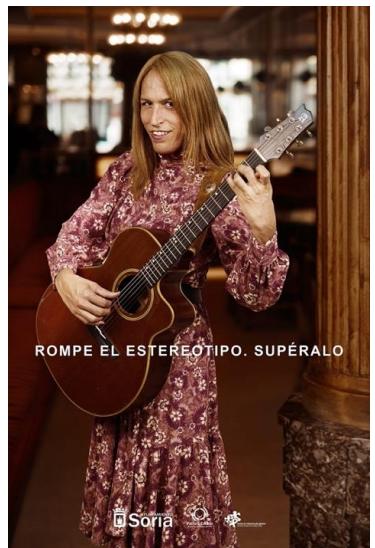
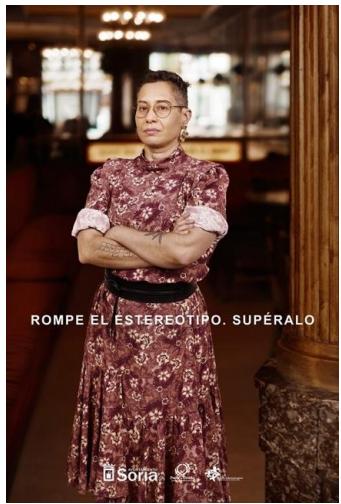
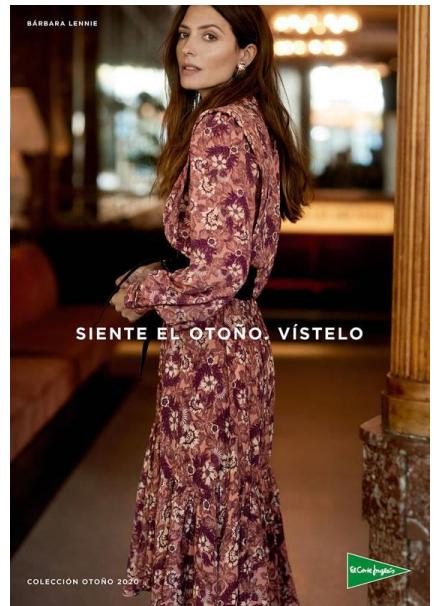
Se trata de una campaña que el área de igualdad del ayuntamiento de Soria encargó a la artista madrileña. Su objetivo era lanzar un mensaje positivo y constructivo, explica Domínguez [...], así que ella propuso darle la vuelta a otra campaña conocida como es la de El Corte Inglés: "Es una crítica a los medios y a la moda", explica, pero también "hace visibles a mujeres que no suelen estar presentes en estos anuncios".

[...] Para ella es importante mencionar directamente a las marcas porque si nos dirigimos, por ejemplo, al mundo de la moda en general, "al final nadie se siente interpelado". Además, considera valioso que su campaña pueda verse y compararse en la calle con anuncios reales. [...]

La publicidad a menudo justifica sus imágenes como aspiracionales, como si nos ofreciera lo que (se supone) queremos ser. Esta explicación, a Domínguez le parece que "forma parte del pasado". Tampoco cree que las campañas de "belleza real", como las de Dove, sean una alternativa. "¿Por qué belleza real y no cuerpo real? ¿Por qué esta obsesión con la belleza?". Domínguez apunta que los cuerpos no solo se contemplan, "sirven para hacer cosas". Por eso en su campaña las mujeres están leyendo o tocando la guitarra, por ejemplo. [...]

La artista critica que algunas marcas hagan un anuncio puntual con modelos diferentes a las habituales, pero que luego en la tienda online solo se vean las modelos de siempre. En su opinión, tampoco sirve que algunas tiendas tengan producto, por ejemplo, de tallas grandes, y lo destinen a otra marca y otros establecimientos, como hace Mango con Violeta. De este modo, "no se está siendo inclusivo. Al final todo es una pose y no un cambio real". [...]

[https://verne.eelpais.com/verne/2020/10/06/articulo/1602004059\\_922061.html](https://verne.eelpais.com/verne/2020/10/06/articulo/1602004059_922061.html)



## 2/ CE/ EOI Comentario texto

- ▶ **Mise en œuvre:** CE distribuer le texte en binôme, temps de préparation puis de mise en commun EOI
- ▶ Presentar a Yolanda Domínguez: Nació en Madrid en 1977, artista visual experta en comunicación para la igualdad de género.
- ▶ **Lexique:** un artículo de prensa, un lema, una marquesina, denunciar, romper con los estereotipos, una modelo...
- ▶ **Compétences grammaticales:** la forme progressive, como si+ subj imparfait, critica que hagan... tengan, adverbe tampoco
- ▶ **Problemática:** La artista hace una campaña de moda en el Corte Inglés que desconstruye los estereotipos sobre la belleza real pero apunta sus límites...
- ▶ **Contestar** ¿Qué tipo de documento es? ¿Quién es Yolanda Domínguez? ¿Cuál es su objetivo? ¿Cuáles son sus argumentos? ¿Cuál es el límite de su acción?
- ▶ **Comentar las frases siguientes:** « hace visible a mujeres ....en estos anuncios » « forma parte del pasado » « no se está siendo inclusivo. Al final todo es una pose y no un cambio real ».

# Evaluation finale

- ▶ CE/ La ciencia analiza 150 años de literatura: la ficción ha reforzado el estereotipo de la mujer pasiva.
- ▶ 02 SEPT 2024. El PAÍS.
- ▶ Consigne: Lee el texto atentamente. Presenta el documento y di lo que has entendido de manera general. Destaca la problemática planteada por la periodista.
- ▶ EOC/ Prepara 10 minutos
- ▶ Presenta tu respuesta sin leer.
- ▶ ¿El arte puede desconstruir los estereotipos de género? Di cómo lo hace. Da ejemplos estudiados en clase.

# Projet Final 25 novembre et ou 8 Mars

- ▶ Exposer les photos de Las POSES avec pour chacune une légende interprétative.