

jueves 5 de mayo de 2016

## La comunicación sexista, en el punto de mira del Área de Políticas Transversales de Diputación



**La publicidad, las redes sociales, el refranero popular y hasta los cuentos infantiles, objeto de análisis en los 26 talleres que se desarrollan este año en la provincia**

Del análisis que el personal técnico del Departamento de Igualdad de Diputación ha realizado sobre los Talleres de Comunicación Sexista, que se desarrollan desde el año 2012, se deduce que cada vez son más los Ayuntamientos que solicitan esta acción formativa, encuadrada en el proyecto para el fomento de la igualdad en el ámbito local "Iguala-lo".

La vicepresidenta de Coordinación y Políticas Transversales, María Eugenia Limón, ha mostrado su satisfacción por esta constatación, ya que "según la legislación estatal y autonómica, el uso del lenguaje no sexista en el ámbito administrativo es una medida de obligada inclusión en cualquier plan de igualdad que realicen las administraciones públicas".

Los 26 talleres que hasta finales de junio desarrollará este año Diputación no sólo son solicitados por los Ayuntamientos sino por la ciudadanía, a través de las AMPAS, centros educativos y asociaciones. En el caso de las AMPAS, los padres y madres participantes muestran una especial preocupación por cómo evitar el mal uso que sus hijos e hijas puedan hacer de Internet, las redes sociales y la exposición a contenidos violentos, sexuales, xenófobos, homófobos y de estereotipos de género.

Preocupación también por la incidencia de la publicidad específica de los juguetes, porque su diferenciación para niños y niñas dificulta, según la vicepresidenta, "el desarrollo de emociones, valores, comportamientos y actitudes con respecto a la igualdad entre chicos y chicas".

La especial relevancia de estos talleres en los centros educativos de Huelva y la provincia, en todos sus niveles, es otro aspecto destacado por María Eugenia Limón, sobre todo en los niveles de primaria y secundaria "donde el objetivo de sensibilización y prevención de las desigualdades de género que persiguen estos talleres, se pueden cumplir con más garantías de éxito en estas edades tempranas, antes de que estas desigualdades aparezcan o se consoliden".

En los centros educativos, los talleres se centran de manera especial en la incidencia del discurso publicitario sexista en TV, prensa escrita, Internet y otros soportes, mostrando al alumnado que se sigue utilizando el cuerpo de la mujer como objeto sexual y reclamo publicitario.

El principal objeto de los talleres de Comunicación Sexista, que imparte la técnica de Igualdad de Diputación, Manoli Danta, es ofrecer pautas y mecanismos para una comunicación más igualitaria e inclusiva, mediante estrategias que visualizan el sexismo que se manifiesta a través de los distintos vehículos que se utilizan en la comunicación. Entre éstos, la publicidad, las redes sociales, Internet, los cuentos infantiles, las canciones, el refranero popular, los chistes y otros medios de comunicación de masas.