

Campaña



Seamos
de esos

www.seamosdeesos.com



Apoyan:



¿Por qué Seamos de Esos?

En Perú, cada vez más hombres se pronuncian a favor de la igualdad y en contra de la violencia hacia la mujer. Queremos dirigirnos a esos hombres que desafían los estereotipos de género y cuestionan el machismo que vulnera los derechos de las mujeres.

Es una campaña que les habla a hombres que son de **“esos”** que sienten que la sociedad está cambiando y los motiva a cambiar de actitud también.

Cuando la campaña se refiere a **“esos”**, alude a una generación de hombres que hoy rechazan la violencia de género, estereotipos normalizados en la vida cotidiana, se solidarizan con las mujeres y asumen la igualdad. A través del lema **creamos comunidad** e invitamos a esos hombres a identificarse como parte de un colectivo.

Creemos en la importancia de que **las nuevas generaciones se involucren inspirando a otros**. Contamos con que hombres y mujeres jóvenes cuenten experiencias propias y nos planteen nuevos puntos de vista para entender **cómo se viven hoy los desafíos en torno a los estereotipos de género en la vida cotidiana**.

Objetivos



General:

Provocar que hombres y mujeres de 18 a 45 años identifiquen y cuestionen la normalización de los estereotipos de género en situaciones cotidianas, valorando los avances en la construcción de la igualdad.

Específicos:

- Identificar y promover la conversación sobre los dilemas que viven los hombres en el día a día en sus relaciones con familia y pareja, y en lo público, cuestionando la normalización de estereotipos de género.
- Visibilizar y valorar las buenas prácticas de instituciones y organizaciones que impulsan iniciativas de igualdad.
- Promover la responsabilidad compartida de hombres y mujeres para la construcción de la igualdad, impulsando cambios en la vida cotidiana.



Seamos de esos



Que crían hombres
más que machos



Que celebran los
triumfos de las mujeres



Que cocinan para
ellos y ellas

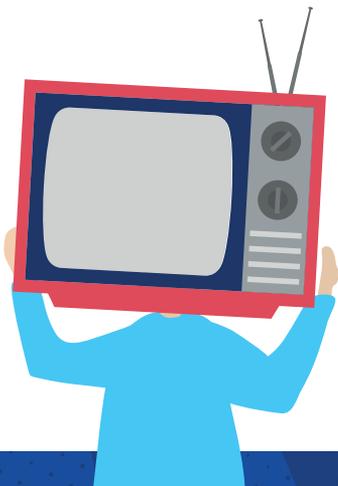


Que comparten
tareas y sueños



Que no violentan los
cuerpos de las mujeres

La campaña también interpelará a los medios de comunicación que presentan estereotipos de género donde la mujer es presentada como víctima, objeto sexual y super mamá, así como al hombre como padre proveedor sin el rol de cuidado, don juan mujeriego e infiel, hombre fuerte agresivo, hombres que no lloran.



Los medios cumplen un rol importante en la transformación de la cultura machista a una cultura que valore la igualdad entre hombres y mujeres y cuestionar los estereotipos de género.

Actividades

- ✓ **Alianza con la ATU:** Intervenciones en estaciones principales de los buses del Metropolitano.
- ✓ **Alianza con el Club deportivo Alianza Lima:** Intervenciones en el Estadio Matute.
- ✓ **Alianza con Lima Expresa:** Intervenciones en los peajes de Vía Evitamiento y Vía Expresa Línea Amarilla.
- ✓ **Alianza con Universidades:** Intervenciones en las universidades sobre desafíos para una cultura de igualdad.
- ✓ **Voluntariado del Observatorio de medios** de comunicación sobre estereotipos de género en el tratamiento mediático.
- ✓ **Concurso de producción audiovisual** dirigido a estudiantes de facultades de comunicación en todo el Perú.
- ✓ **Capacitación a periodistas** sobre tratamiento periodístico con perspectiva de género.
- ✓ **Difusión de spots de radio y televisión** en medios de comunicación de Lima y Regiones.
- ✓ **Gestión de Prensa** para cobertura de vocerías e información de estudios de opinión sobre avances y desafíos de estereotipos de género a nivel nacional y 9 regiones del Perú.

Datos

El **tercer problema más importante en el país es el Femicidio**, después de inseguridad y corrupción.

Más del **50% de hombres y mujeres opinan que el primer problema de las mujeres es el machismo**.

79.4% de los hombres están de acuerdo con asumir su responsabilidad y compartir las tareas del hogar.

(Sondeo de opinión, febrero 2024 – Calandria)