



# Generación Encontrada

UNIDAD DIDÁCTICA

# SALUD Y GÉNERO

GENERACIÓN ENCONTRADA II:

ATENCIÓN Y PREVENCIÓN DE LAS VIOLENCIAS BASADAS EN EL GÉNERO,  
SALUD E INTERCULTURALIDAD EN LAS REDES SOCIALES DESDE UN EN-  
FOQUE DE CIUDADANÍA GLOBAL

**Edita:**

Mujeres en Zona de Conflicto (MZC)

Calle San Pablo, 9. (14002). CÓRDOBA

Tlf: 957082000 Fax:957082129

[www.mzc.es](http://www.mzc.es)

**Correo electrónico:** [educacion@mzc.es](mailto:educacion@mzc.es)

**Coordinadora De Publicación:** Inma Cabello Ruiz

**Autora:** Carmen Olmedo Torralbo

**Coautora Y Editora:** Auxiliadora Jiménez León

Año: 2020

Maquetación: MaríaDeLaCom ([mariadelacom.es](http://mariadelacom.es))

Esta publicación ha sido realizada con el apoyo financiero del Ayuntamiento de Málaga en el marco de la convocatoria de 2019.

El contenido de dicha publicación es responsabilidad exclusiva de las autoras y no refleja necesariamente la opinión de las entidades financiadoras.



# Ayuntamiento de Málaga

Participación Ciudadana, Inmigración  
y Cooperación al Desarrollo

Los contenidos están sujetos a una Licencia Creative Commons por la que, en cualquier explotación de la obra autorizada por la licencia hará falta reconocer la autoría, quedando la explotación a usos no comerciales, pudiendo crearse obras derivadas siempre que mantengan la misma licencia al ser divulgadas.



#GeneraciónEncontrada



UNIDAD DIDÁCTICA:

SALUD Y GÉNERO

# ÍNDICE

|   |    |
|---|----|
| ¿QUIÉNES SOMOS?   | 6  |
| ¿QUÉ HACEMOS DESDE EL ÁREA DE EDUCACIÓN PARA LA CIUDADANÍA GLOBAL?        | 6  |
| METODOLOGÍA   | 6  |
| PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO  | 6  |
| UNIDAD DIDÁCTICA “SALUD Y GÉNERO”   | 8  |
| OBJETIVO DE LA UNIDAD DIDÁCTICA   | 9  |
| PÚBLICO DESTINATARIO  | 9  |
| CONTENIDOS Y RECURSOS UTILIZADOS  | 9  |
| ACTIVIDADES   | 12 |
| ACTIVIDAD 1. PRESENTACIÓN   | 12 |
| ACTIVIDAD 2. EL PUZLE DE LA BELLEZA                                       | 12 |
| ACTIVIDAD 3. ¿QUÉ ES LA BELLEZA?  | 12 |
| ACTIVIDAD 4. CONOCIMIENTO SITUADO. DEFINICIONES TERMINOLÓGICAS            | 13 |
| ACTIVIDAD 5. DEBATE Y EXPLICACIÓN (MÉTODO SOCRÁTICO)                      | 13 |
| ACTIVIDAD 6. DISCURSOS CRÍTICOS Y REFERENTES FEMINISTAS EN EL AUDIOVISUAL | 14 |
| ACTIVIDAD 7. ¿CUÁNTO CUESTA ESTAR GUAPE Y DELGADE?                        | 14 |
| UNIDAD DIDÁCTICA “SALUD Y GÉNERO”   | 15 |
| ANEXO 1   | 16 |
| ANEXO 2   | 17 |
| BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA  | 18 |

#GeneraciónEncontrada



MZC



MUJERES EN ZONA DE CONFLICTO

INTRODUCCIÓN A LA UNIDAD DIDÁCTICA:  
**SALUD Y GÉNERO**



## ¿QUIÉNES SOMOS?

Mujeres en Zona de Conflicto (MZC) es una ONGD feminista que trabaja por un Desarrollo social y humano sostenible, que garantice a mujeres y hombres el disfrute de una vida digna, en la que tengan acceso a unos derechos sociales adecuados (en salud, educación, empleo, vivienda...) y que asegure la participación ciudadana y la toma de decisiones en condiciones de equidad de género en las esferas pública y privada.

Trabajamos en 4 ÁREAS;

- Cooperación Internacional y Acción Humanitaria
- Acción Social
- Investigación
- Educación para la Ciudadanía Global y Formación

Conócenos en [www.mzc.es](http://www.mzc.es)

## ¿QUÉ HACEMOS DESDE EL ÁREA DE EDUCACIÓN PARA LA CIUDADANÍA GLOBAL?

Entendemos la educación como un proceso continuo que persigue generar personas críticas y comprometidas con la igualdad, la solidaridad y justicia social. Nuestros proyectos trabajan:

- Coeducación
- Interculturalidad
- Prevención de VdG
- Resolución de conflictos
- Educación para la paz
- Pedagogías feministas y populares
- Edu- comunicación.
- Teatro social y activismos
- Identidades y diversidades: contra a transfobia y homofobia

## METODOLOGÍA

### PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO

La metodología que llevaremos a cabo se basa en la combinación de la Investigación- Acción con el enfoque socio-afectivo:

El método de la investigación-acción es un proceso de autorreflexión y crítica, dirigido por una visión dialéctica, que nos permite conocer y actuar desde un mismo proceso continuo de búsqueda de mejora, eficacia y eficiencia. Esta metodología genera una dinámica inductiva, esto es, partir de lo particular hacia lo general, de modo que las personas beneficiarias vayan avanzando progresiva y lógicamente hacia mayores cuotas de paz y respeto a la diversidad cultural desde la mirada de género.



El enfoque socio afectivo, combina la transmisión de información y contenidos con la vivencia personal a través de las actividades, para lograr despertar en los grupos beneficiarios la empatía y la actitud crítica para promover acciones dirigidas al cambio de conciencia. Se realiza a través de una batería de actividades lúdicas y de rol-play que están diseñadas para el trabajo en grupo como forma de fomentar la reflexión, la participación, el diálogo, el debate, la sensibilización y concienciación.

Concretamente, este enfoque implica una serie de principios:

**Constructivista:** Cada persona construye a partir de lo que ya sabe: recupera, aclara, trabaja con otros/as para modificar y/o incorporar los saberes nuevos.

**Participativo:** el grupo como eje principal, partiendo de los conocimientos que ya trae el grupo, fomentando la expresión de todos/as, en definitiva, dando importancia al papel de las y los participantes individualmente y como grupo.

**Activo:** que incite a la acción, que posibilite la reflexión, que promueva la actitud positiva hacia el aprendizaje, que parta del trabajo de las personas participantes, que promueva la motivación y el interés, que haga que quienes participan construyan el conocimiento.

**Dinámico:** una formación amena, motivadora, diversa en técnicas, sencilla, fomentando la acción (intelectual sobre todo) por parte del alumnado. Diseñadas para provocar las ganas de aprender.

**Aprendizaje significativo:** el aprendizaje nuevo ha de conectarse con anteriores conocimientos y aprendizajes que le permitan darle significatividad a los saberes que se están adquiriendo.

**Construcción Colectiva:** las personas participantes, a través de la interacción con el resto del grupo y trabajando cooperativamente, elaboran los conocimientos que luego incorpora a sus esquemas previos.

**Práctico:** partiendo de la experiencia de las personas participantes, que refleje la realidad, que sea actualizada y actual, que esté en contacto con el medio, que permita aprender habilidades y estrategias para actuar en la vida cotidiana.

**Reflexivo:** tras cada actividad, se invita a la reflexión, tanto de forma individual como colectiva, de modo que los aprendizajes sean extrapolables a situaciones similares.

Para conseguir este tipo de implicación, seguiremos el siguiente esquema:

Generar un clima previo mediante ejercicios que aporten confianza al grupo de trabajo.

Partir de un juego de rol, una dinámica vivencial, una simulación, un experimento.

Se realiza la evaluación de la actividad, una discusión o debate, y se ponen en común las impresiones del grupo.

Por último, actuar, el auténtico objetivo de la educación en valores, para provocar actitudes consecuentes con la forma de pensar.







## OBJETIVO DE LA UNIDAD DIDÁCTICA

El objetivo de nuestro curso se centra en plantear, desde la educación transformadora y feminista, una reflexión crítica entre el binomio salud-belleza. A menudo son planteados en una relación de dependencia desde sus industrias correspondientes, que se entrecruzan y retroalimentan, para vendernos como saludables prácticas que encierran una dimensión estética muy concreta. Hidratar la piel (no para cuidarla como órgano fundamental que es, sino para que no nos salgan arrugas), llevar una dieta “equilibrada” (no para velar por nuestra salud integral, estomacal e intestinal, sino para que nos mantenga delgadas), hacer deporte (no para mantener una musculatura fuerte, y un sistema cardiorespiratorio equilibrado, sino para estar tonificadas), etc.

Los feminismos han cuestionado todas estas creencias que forman parte de la educación socializadora de género de cualquier niña o mujer, que fijan como objetivo prioritario en nuestras vidas que nuestros cuerpos se aproximen al canon bello-sano que resulta deseable, especialmente ante la mirada heteropatriarcal (*El mito de la belleza*, Naomi Wolf. *Stop Gordofobia*, Magda Piñeyro).

El objetivo es utilizar esas reflexiones para cuestionar todo un sistema de belleza impuesto culturalmente para el género femenino que se blanquea mediante la excusa de “la salud”, y que provoca automaltratos, múltiples y variadas relaciones problemáticas con la ingesta de comida, autopercepciones corporales-emocionales-humanas distorsionadas y, en definitiva, una vida profundamente más infeliz privada del goce y el autorreconocimiento, y reconocimiento de las demás. Además, queremos extender la reflexión hacia cómo en las últimas décadas, esta imposición se ha ido extendiendo hacia el género masculino, imponiéndose también un canon de bello-sano, que ha potenciado la industria cosmética exclusivamente para incrementar sus ingresos vendiendo doble (productos rosas para mujeres y azules para hombres).

## PÚBLICO DESTINATARIO

El público destinatario de nuestro curso será el alumnado adolescentes enmarcado entre los cursos 2º de ESO y 1º Bachillerato, aunque consideramos que los contenidos son provechosos y aplicables en cualquier etapa de la vida desde el comienzo de la adolescencia.

## CONTENIDOS Y RECURSOS UTILIZADOS

Entre los contenidos a tratar en la unidad didáctica, además de aprender a diferenciar o al menos a desentrañar las implicaciones de la salud y la belleza como conceptos, se ofrecerá al alumnado información sobre las industrias, discursos culturales, etc. que sustentan esta estructura social, estrechamente relacionada con los roles de género hegemónicos.

Es importante que sepamos trasladar al alumnado la justificación de las acciones sobre el cuerpo que llevamos a cabo en nombre de la salud cuando atravesamos al mismo tiempo un “embellecimiento”. No se trata tanto de saber diferenciar siempre los procesos de la salud con los procesos de la belleza, como de saber que se interrelacionan problemáticamente. Es decir, llegar a la idea básica de que la gordura no es sinónimo de enfermedad, ni la delgadez de salud. Eso forma parte del ámbito de la moral de belleza y no responde a una preocupación por la salud.

Aunque el concepto de salud tienda a estar más claro, el de belleza llega a ser un significativo vacío en cuanto a las nociones particulares que la gente maneja. Por eso es importante que establezcamos durante la sesión el concepto de **belleza hegemónica**, es decir aquella que es validada por el sistema de imágenes publicitarias, cinematográficas, modélicas... Esa que todas tenemos en el subconsciente colectivo de lo que significa “ser guapo/a” para la sociedad contemporánea. Esa, que si googleamos “mujer guapa” nos aparece en el buscador de imágenes.



Un texto clave para entender esto es *El mito de la Belleza*, escrito por Naomi Klein en los años 90, que situó muy bien la (o)presión estética sobre las mujeres en el contexto del mundo en vías de globalización. A través de sus páginas vamos descubriendo como hay dos grandes mitos de la belleza en cuyos altares se sacrifica el bienestar y la salud mental de las mujeres desde hace 40 años: el mito de la delgadez y el mito de la juventud. Gordofobia y Gerontofobia son los dos puntos de apoyo de la industria de la belleza.

Por cuestiones obvias relativas a la edad del público destinatario, nos centraremos mayoritariamente en la primera. Para el trabajo de la identificación y prevención de la **gordofobia** hay un ensayo clave escrito por Magda Piñeyro: *Stop Gordofobia y las panzas subversivas*, publicado en 2016. En él se analiza con profundidad el fenómeno sociológico que supone este rechazo constante hacia la gordura. Es importante que traslademos al alumnado que la gordofobia no tiene una dimensión únicamente hacia el afuera, en forma de desprecio, lástima o bullying hacia las personas gordas, sino que también opera de forma interna como un dispositivo de vigilancia corporal constante hacia la práctica totalidad de los individuos (especialmente femeninos), manifestándose en situaciones tan mainstream como la operación bikini, las bromas constantes sobre las comidas navideñas, el alago por la pérdida de peso de cualquier persona...

Hay una cuestión terminológica muy importante que también tenemos que introducir en las formaciones. Debido a la connotación peyorativa que ha sufrido el adjetivo “gorda/o” a lo largo del tiempo, en ocasiones resulta chocante para muchos grupos utilizarlo como un descriptor de un tipo posible de cuerpo legítimo, despojado de intención moralizante o peyorativa. Resulta de extrema importancia que lo hagamos, para comenzar a modificar el uso de dicha palabra, al menos sobre las poblaciones sobre las que intervengamos.

Otro concepto que es importante que vayamos introduciendo durante las sesiones es el de **diversidad corporal**, para reforzar esta idea de que los cuerpos son distintos, que no tenemos que tender a encajar en ese canon hegemónico de belleza sino desgastar y desmontar los estereotipos corporales existentes.

Hay una idea clave en nuestro enfoque a la hora de tratar esta temática. En nuestra sociedad se promueve una atención y dedicación de nuestras vidas a “cuidar” el cuerpo, que es el eufemismo que utilizamos para referirnos a embellecerlo (según los cánones establecidos), cuando en realidad lo que hacemos es modificarlo para que se adapte a los modelos de belleza hegemónica. La falta de cuidado del cuerpo se asocia popularmente a que el paso de la edad sea visible y notorio, a que haya un aumento de peso o a que no sigamos los estándares estéticos del momento. Especial y tradicionalmente en las mujeres, aunque esto se ha empezado a extender al género masculino desde un tiempo a esta parte. En ello se invierten millones de euros con el bombardeo publicitario de todo tipo de cremas, accesorios, dietas milagrosas, cosmética, máquinas de hacer ejercicio, ropa, etc., para acto seguido hacer mofa de la superficialidad y vanidad de quienes compran estos relatos, especialmente si son mujeres. Vivimos en una sociedad obsesionada con la delgadez, donde porcentajes inimaginables de mujeres tienen relaciones problemáticas con la comida y con sus cuerpos. Sin embargo, hemos patologizado ciertos comportamientos a este respecto. Tenemos que hablar de los **Trastornos de la Conducta Alimentaria** desde este lugar. Salir de ese único entendimiento clínico-psicológico infantilizador hacia las mujeres que los padecen es esencial para darle un contexto social y político sobre la opresión y represión sobre los cuerpos de las mujeres. Hablaremos de anorexias-bulimias y otros trastornos de la conducta alimentaria en relación y diálogo con la extensísima cantidad de cuerpos femeninos que sucumben a dietas a lo largo de sus vidas y que experimentan el sentimiento de culpa asociado a la acción de comer y el juicio constante sobre sus cuerpos.

Además, sumamos a nuestro análisis la aparición relativamente reciente de cierto TCA muy masculinizado según los datos que poseemos: la vigorexia. Es necesario hablarle a los y las adolescentes sobre una cultura del sufrimiento y el sacrificio “deportivo” enfocado únicamente a moldear y cincelar el cuerpo para obtener un determinado resultado estético, que



puede ir aparejado a una obsesión por el mismo, modificación de la dieta con este único objetivo, consumo de suplemento o complementos alimenticios sin supervisión, hasta incluso el consumo de esteroides y anabolizantes.

Por otra parte, pretendemos introducir la variable económica en todo este análisis. Es necesario entender todos estos malestares con nosotras mismas suceden en el marco de un sistema capitalista global. Un sistema que se nutre de nuestra propia insatisfacción al ofrecer todo tipo de productos para solventar esos malestares, que sin embargo nunca solucionará, dado que la pervivencia de estas industrias (dietética, cosmética, estética...) reside en que estos malestares no cesen.

De esta forma, entendemos y proponemos que se entienda la belleza hegemónica como un proceso de producción de la misma, ya que para ser alcanzada requiere inversión de tiempo y esfuerzo.

Además, hemos diagnosticado que una de las principales causas de bullying que se sufre en los centros educativos tiene que ver con la no aceptación de las diversidades corporales. Existe un claro ataque a las personas gordas por el hecho de serlo, desde edades muy tempranas. Incluso en entornos donde se dan casos de acoso escolar por motivos racistas o por diversidad de identidades y orientaciones de género, también muy habituales, la gordura sigue siendo el motivo estrella de acoso.





## ACTIVIDADES

### ACTIVIDAD 1. PRESENTACIÓN

Tiempo: 10 minutos

Presentación: pedimos que cada persona se presente diciendo su nombre y que nos diga una palabra que en su cabeza tiene asociada a SALUD y otra a BELLEZA. Iremos haciendo una recogida de los conceptos que van saliendo. En este caso no interrumpimos ni corregimos nada, se trata de observar de qué base partimos y hacer un diagnóstico de las inquietudes del grupo, de su conocimiento previo, de su capacidad de divergir e imaginar, de su nivel participativo...

### ACTIVIDAD 2. EL PUZLE DE LA BELLEZA

Tiempo: 40 minutos

Esta actividad se realiza haciendo grupos de 5 personas aproximadamente. Se reparten tacos de tarjetas con conceptos que tendrán que clasificar en dos bloques: SALUD y BELLEZA. A posteriori se iniciará el debate de por qué se han colocado de esta manera las tarjetas. Esas tarjetas llevarán escritas palabras como: musculatura, dieta, delgadez, ropa, cuerpo, mente, cosmética, alimentación... (Ver Anexo 1)

Con el debate posterior se pretende ver lo difícil que nos puede resultar hacer esa separación, precisamente por lo imbricadas que están ambas industrias y ambos relatos culturales en nuestro sistema patriarcal y capitalista. En realidad el planteamiento de la actividad es una excusa para generar un debate que cuestione las concepciones que tenemos a priori establecidas sobre estos conceptos y ser capaces de llegar a la conclusión de que el ejercicio es más complejo y menos evidente de lo que parecía a priori.

Es recomendable ir cogiendo conceptos que vayan saliendo durante el debate y los vayamos apuntando en la pizarra para ir retomándolos, utilizándolos para dinamizar luego los debates a partir de ellos.

### ACTIVIDAD 3. ¿QUÉ ES LA BELLEZA?

Tiempo: 15 - 20 minutos

En el ordenador del aula, proyectamos los resultados de google imágenes que se obtengan de la búsqueda “mujer guapa” y “hombre guapo”. Utilizamos el buscador de google ya que este es el medio más común de obtener información que utiliza la población de nuestros talleres. En el buscador de imágenes salen muchísimas imágenes de cuerpos que son prácticamente iguales entre sí y que encajan en los cánones de la belleza hegemónica. A continuación le pedimos al alumnado que describa lo que ve en la pantalla para determinar qué se supone que es la belleza en nuestra sociedad, a partir de la pregunta reguladora “¿qué tienen en común todos estos cuerpos que observamos?”.

A partir de aquí se abrirá un debate sobre lo que entendemos por belleza no sólo a nivel personal, que puede ser una variedad de gustos muy variados, sino a nivel estructural. Este ejercicio tiene como objetivo entender la presión estética a la que estamos sometidas cuando siempre hay un referente de lo guapo ideal e inalcanzable.

Esto nos sirve para hablar de los procesos de representación e identificación del ser humano para crear un concepto de sí mismo. En tanto que sólo hay unos determinados tipos de cuerpos, que parece que “merecen” ser representados en nombre de la belleza, hay muy pocos sujetos que se puedan identificar con esos cuerpos, de manera que la percepción de



nosotras mismas como personas guapas y deseables se ve absolutamente mermada.

El bombardeo mediático de estas imágenes con este tipo de cuerpos es también un elemento de socialización estética que tenemos, que tiene efectos sobre los individuos que se ven expuestos a ellos.

Es un buen momento para introducir la noción de “diversidad corporal” para ilustrar una apuesta por una representación más variada y realista de los cuerpos existentes de nuestra sociedad que modifiquen los patrones morales que se aplican sobre los mismos cuando se asocian determinados conceptos como éxito a “belleza”.

Es importante vincular esto con el debate de las redes sociales, en las cuales hay un intento mayoritario por asimilarse a este modelo de belleza hegemónico (poses, filtros, arreglos...).

## ACTIVIDAD 4. CONOCIMIENTO SITUADO. DEFINICIONES TERMINOLÓGICAS

Tiempo: 20 minutos

Esta actividad nos da la posibilidad de introducir el concepto de conocimiento situado. A partir de lo que todas y todos sabemos gracias a nuestras experiencias vitales, conocimientos previos y sentido común, les vamos a pedir por grupos que definan conceptos. Se harán cuatro grupos y cada grupo definirá un concepto diferente: Capital Erótico - Autocuidados - Buena presencia - Trastorno Conducta Alimentaria.

Cada grupo expondrá la definición que ha compuesto y posteriormente sumaremos la información que falte o reorientaremos si alguna se ha salido demasiado de la temática.

## ACTIVIDAD 5. DEBATE Y EXPLICACIÓN (MÉTODO SOCRÁTICO)

Tiempo: 20 minutos

Utilizamos un tiempo determinado para explicar algunos términos que han ido saliendo a lo largo de las actividades anteriores.

Uno de ellos es profundizar en los TCA. Preguntando sobre experiencias que el alumnado conozca, vamos introduciendo los conceptos de **anorexia**, **bulimia**, **trastorno por atracón** y **vigorexia** (ésta última está sujeta a debate sobre si es considerada o no dentro de los TCA, pero es relevante su incidencia en los grupos poblacionales de edad a los que se dirige este taller, además de suponer una conducta de riesgo).

Los relacionamos con otros conceptos muy relevantes para entender hacia dónde vamos que son **Autoestima-automaltrato**. Introducimos además el concepto de la culpa relacionado con los comportamientos tóxicos con la comida.

Una vez llegadas a este punto, en el que a través del taller hemos ido trabajando lo que suponen los cánones de belleza hegemónica, hemos situado las dietas y los TCA en las cabezas del alumnado, es el momento de introducir un término central para entender este taller: GORDOFOBIA.

A estas alturas el concepto, prácticamente, no necesita ser explicado, pero sí recogido para visibilizar uno de los mitos de la belleza hegemónica: la delgadez, blanqueada constantemente por un sistema de salud, que supuestamente asocia delgadez-salud/gordura-enfermedad; y por un sistema moral de representación en la que se asocia delgadez-éxito/gordura-fracaso. El sistema de opresión estética en el que vivimos tiene en la gordofobia una de sus bases más sólidas.



Llegadas a este punto del taller, muchas niñas o niños ya habrán compartido sus historias, o las de algún compañero, acerca del bullying que han sufrido a causa de la gordofobia, lo que pone de manifiesto la necesidad de hablar desde el método socio-afectivo de una temática que nos toca a todos y todas. Porque quién es gordo/a habrá sufrido violencia por serlo, y quien no, situará su gordofobia interna e identificará algún comportamiento de automaltrato al respecto.

Dependiendo de la edad de las personas que están recibiendo la formación, será más propicio incidir sobre la otra pata del mito de la belleza: la GERONTOFOBIA. El miedo a envejecer y el rechazo a las personas que envejecen y aparentan su edad desde un punto de vista estético es otro gran tema que merecería una investigación aparte, pero es importante introducirla para entender la dimensión holística de este mito.

## ACTIVIDAD 6. DISCURSOS CRÍTICOS Y REFERENTES FEMINISTAS EN EL AUDIOVISUAL

Tiempo: 15 - 20 minutos

Visionamos las escenas de dos series y abrimos el debate. Lo importante es ir guiando las reflexiones a los temas tratados: el malestar con nuestro cuerpo, la autonegación de nosotras mismas...

Este es el momento para tratar también un tema visto en el segundo corte del capítulo de Dietland: la capitalización del malestar de los cuerpos. En esta parte del capítulo se habla de las industrias de la belleza (cosmética, dietética, cirugía...) que amasan fortunas a base de explotar la insatisfacción con nosotras mismas y nuestros cuerpos, mayoritariamente de las mujeres, pero cada vez de más hombres.

Escena piel *My mad fat diaries*

[https://www.youtube.com/watch?v=RcS\\_ji7nPO0](https://www.youtube.com/watch?v=RcS_ji7nPO0)

Capítulo 1 *Dietland*

5.30 - 7.30: Escena terapia colectiva.

36.35 - 37.38: Escena en el sótano de Austen

## ACTIVIDAD 7. ¿CUÁNTO CUESTA ESTAR GUAPE Y DELGADE?

Tiempo: 15 minutos

Esta actividad de cierre tendrá más o menos sentido según la edad del público, pero no viene mal tenerla preparada.

Repartiremos una ficha en la cual se intenta calcular el tiempo y el dinero que dedicamos a los diferentes procedimientos de belleza más comunes en nuestra sociedad. También puede hacerse proyectando la tabla en la pizarra y rellenándolo de forma colectiva, eligiendo un sujeto tipo (por ejemplo: hombre de 27 años, o mujer de 35 años, siempre partiendo de que tienen un poder adquisitivo medio, para no abrir otros debates relacionados con la clase social y el acceso a recursos limitado de ciertos sectores de la población). (Ver Anexo 2)

#GeneraciónEncontrada



MUJERES EN ZONA DE CONFLICTO

UNIDAD DIDÁCTICA:

SALUD Y GÉNERO



**ANEXO 1**

Palabras que conforman el Puzzle de la Belleza. Cada palabra aparecerá impresa en una tarjeta tamaño folio o cuartilla:

|                    |                  |                     |
|--------------------|------------------|---------------------|
| <b>BELLEZA</b>     | <b>SALUD</b>     | <b>ROPA</b>         |
| <b>ESTÉTICA</b>    | <b>EJERCICIO</b> | <b>ALIMENTACIÓN</b> |
| <b>MUSCULATURA</b> | <b>FUERZA</b>    | <b>DELGADEZ</b>     |
| <b>MENTE</b>       | <b>CUERPO</b>    | <b>BIENESTAR</b>    |
| <b>DIETA</b>       | <b>MEDICINA</b>  | <b>COSMÉTICA</b>    |







## ANEXO 2

### EL PRECIO DE LA BELLEZA

| CONCEPTOS                    | TIEMPO DIARIO | GASTO MENSUAL |
|------------------------------|---------------|---------------|
| CUIDADO DE LA PIEL           |               |               |
| DEPILACIÓN/AFEITADO          |               |               |
| COMPLEMENTOS ALIMENTICIOS    |               |               |
| SUPLEMENTOS ALIMENTICIOS     |               |               |
| MAQUILLAJE/<br>DESMAQUILLAJE |               |               |
| MANICURA/PEDICURA            |               |               |
| COSMÉTICA ANTIEDAD           |               |               |
| CUIDADO DE CABELLO           |               |               |
| SERVICIOS PROFESIONALES      |               |               |
|                              |               |               |
|                              |               |               |
|                              |               |               |
|                              |               |               |
|                              |               |               |

**TOTAL:**

**TOTAL:**



## BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA

CABRERA GARCÍA, Yolanda y FANJUL PEIRÓ, Carlos. *Influencia de los modelos publicitarios en la adolescencia: Anorexia y Vigorexia*. RASE, vol 5, num 2, 122-137.

FANJUL PEYRÓ, Carlos. *Modelos masculinos predominantes en el mensaje publicitario y su influencia social en la psicopatología del siglo XXI: La vigorexia*, Prisma social, nº1, 2008.

MANDILLO, Elisa. *Anorexias-bulimias : una propuesta de poliedro de inteligibilidad*, Universitat Jaume I, 2014.

MORENO PESTAÑA, Jose Luis. *La cara oscura del capital erótico: capitalización del cuerpo y trastornos alimentarios*. Akal Editorial, 2016.

MUÑOZ SÁNCHEZ, Rosario y MARTÍNEZ MORENO, Amelia. *Ortorexia y vigorexia: ¿nuevos trastornos de la conducta alimentaria?*, Trastornos de la Conducta Alimentaria, nº 5, 2007, 457-482.

PIÑEYRO, Magdalena. *Stop Gordofobia y las panzas subversivas*. Zambra-Baladre, 2016.

RODRIGUEZ MOLINA, Carlos Fanjul Peyró. *Vigorexia: adicción, obsesión o dismorfia; un intento de aproximación*. Artículo en Revista Salud y drogas, vol. 7, núm. 2, 2007. 289-308.

WOLF, Naomi. *El Mito de la Belleza*. Continta me tienes, 2020.



#GeneraciónEncontrada



## UNIDAD DIDÁCTICA: SALUD Y GÉNERO

PROMUEVE:



FINANCIA:



**Ayuntamiento de Málaga**

Participación Ciudadana, Inmigración  
y Cooperación al Desarrollo