

Campaña



Seamos  
de esos

[www.seamosdeesos.com](http://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

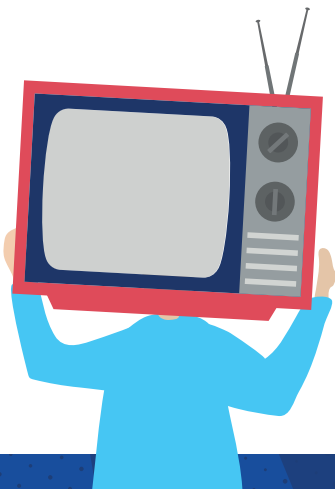


Que comparten  
tareas y sueños



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)