

Instrucciones:

Estimados alumnos, espero que se encuentren muy bien.

Comenzaremos a trabajar de esta manera para avanzar en nuestras materias y así acomodarnos a las condiciones que se presentan en el mundo y nuestro país.

Deben trabajar lo mejor que puedan, usaremos el libro de 2° medio y los documentos que envíe

Como trabajar:

- Usen su cuaderno, libro y texto enviado
- Luego de responder escaneen sus respuestas, si no tienen impresora los invito a descargar en sus teléfonos la aplicación “CamScanner - PDF Creator, Fax” es sencilla de usar y así envían sus tareas por PDF (que sea clara la imagen) a mi correo.

**lbrahm@dslu.cl**

- Deben identificarse en forma precisa
- Cada semana enviaré una o dos tareas. Pondré fechas límites
- Buena letra para poder leerlas y recuerden que luego revisaré los cuadernos.

Espero que esto funcione bien, cualquier consulta a mi correo

## Actividad 1 2° Medio

Miércoles 18 de marzo (entrega martes 24 a las 16:00 hrs.)

### Las mujeres en el período de entreguerras

Mujer moderna, estilo norteamericano: los años 20

Junto con la vida urbana y el esplendor material de la Nueva Era se vendió la nueva mujer norteamericana. (...) Los especialistas en publicidad y marketing suelen referirse al consumidor con el pronombre “ella”. (...)

“Su trabajo más importante –anunciaba uno– es ese de directora de las relaciones familiares y del consumo familiar”. (...) Los publicitarios se apresuraron a envasar la individualidad y la modernidad para las mujeres en forma de mercancía. (...) No solo vendía a las mujeres publicidad de los productos ofrecidos, sino también imágenes de sí mismas. Los anunciantes consiguieron imponer los emblemas de la modernidad sobre las prioridades tradicionales de las mujeres. Ya no se presentaba a la mujer ideal como tímida, delicada o sumisa, sino como vigorosa y sociable. Le gustaba divertirse, agradar a los hombres y resultarles atractiva. (...) No meramente atractiva, la mujer moderna era científicamente consciente de los mejores métodos de cuidar a su marido, a sus hijos y al hogar, y plenamente responsable de su bienestar. El estatus tradicional de la mujer en el hogar y el servicio heterosexual femenino se defendía ahora –e incluso se ofrecían agresivamente en el mercado– en

términos de opción, libertad y racionalidad en las mujeres. Los anunciantes reelaboraban una y otra vez el tema de la compra, que presentaban como un terreno privilegiado de control, en el que las mujeres podían ejercer la racionalidad y expresar valores.

(...) Un anuncio de productos domésticos de un número de Chicago Tribune de 1930 proclamaba: Hoy la mujer tiene lo que quiere. El voto. Finas envolturas de seda en lugar de las voluminosas enaguas de otrora. Cristalería de azul zafiro o brillante ámbar. Derecho a seguir una carrera profesional. Jabón que haga juego con el color de su cuarto de baño.

A pesar de las protestas de unas pocas e indignadas voces individuales, que sostenían que solo se estaba vendiendo a las mujeres una imagen modernizada y encantadoramente maquillada de su papel tradicional respecto de los hombres, los medios de difusión más populares y la publicidad lograron imponer sus modelos de realización femenina.

Cott, N. Mujer moderna, estilo norteamericano: los años 20.  
En Duby, G. y Perrot, M. Historia de las mujeres. Vol. 5.  
El siglo XX. Madrid: Taurus, 2005.

### Los roles sexuales en Francia e Inglaterra: una transición suave

Aun cuando los años veinte presenten los signos de una emancipación femenina –pelo corto, garçonnes y, para las inglesas, derecho de voto–, lo cierto es que la vida cotidiana de las mujeres evoluciona poco y el ideal de la mujer en el hogar parece menos discutido que nunca, así como la distribución de los roles que ello implica. (...).

Muchas veces se ha querido ver en la nueva silueta femenina –faldas y pelos cortos- (...) los símbolos de un nuevo comportamiento femenino, el advenimiento de las mujeres liberadas. Sin embargo, por detrás de las apariencias, las normas tradicionales se mantienen vivas.

Sohn, A. Los roles sexuales en Francia e Inglaterra: una transición suave. En Duby, G. y Perrot, M. Historia de las mujeres. Vol. 5. El siglo XX. Madrid: Taurus, 2005.

1.-Luego de leer los textos expuestos cree una ficha para **cada uno** (en el cuaderno) que contenga:

Ficha:

Autor:

Título: (del texto, libro artículo)

Año:

Idea principal:

Dos ideas secundarias:

2.- Responda

a.- ¿Qué rol jugaron los medios de masa en el “ideal de mujer moderna”?

b.- Según los artículos ¿vivieron realmente las mujeres una liberación en la década de 1920?. Fundamente.