

HOMBRES QUE SE MOJAN  
CON LOS CUIDADOS

# MANUAL DE IMAGEN CORPORATIVA 2023



## CORRESPONSABILIDAD

La cultura del cuidado constituye el eje vertebrador de la vida, y por tanto de un futuro sostenible para los seres humanos y el planeta en el que habitan. Todas las personas quieren ser cuidadas y, a su vez, han de cuidar de sí mismas y de las demás, en un ejercicio de corresponsabilidad. Pero la construcción social de los roles y estereotipos de género, a lo largo de la historia de la humanidad, ha supuesto la descarga sobre las mujeres de la responsabilidad de los cuidados. Y, así se les ha atribuido a ellas, las funciones y tareas vinculadas con la crianza, el cuidado de personas mayores, enfermas o dependientes, y las tareas domésticas.

La consecuencia de esta disparidad es el desgaste físico y psicológico de las mujeres, al tiempo que permite a los hombres beneficiarse de los privilegios inherentes a una masculinidad tradicional (patriarcal) que no sólo es ajena, sino que además minusvalora los cuidados y la atención a otras personas y a los espacios de convivencia, principalmente del hogar. Esta desigualdad supone que las mujeres sufran una mayor presión y precariedad laboral al tratar de conciliar la vida familiar y laboral. Por otro lado, los hombres, a pesar de que en la actualidad disponen un permiso de paternidad similar al de las mujeres, se resisten aún a utilizar medidas de conciliación: reducciones de jornada laboral, excedencias por cuidados, o la solicitud de prestaciones para atender a las personas dependientes. Esto supone que, en lo cotidiano, las tareas de cuidados y la carga mental y física que conllevan recaigan principalmente sobre las mujeres, que disponen así de menos tiempo de ocio y descanso.

Atendiendo a los datos oficiales se observa que:

- *El 93,6% de las personas que trabajan a tiempo parcial son mujeres, y lo hacen por la necesidad de poder compatibilizar este trabajo con el cuidado de menores o personas a su cargo.*
- *La reducción de la jornada laboral en 2015 para cuidar a un/a hijo/a menor de 12 años fue utilizada por un 21% de las madres con contratos de larga duración pero sólo por el 1% de los padres correspondientes. (Fernández Kranz, 2018).*

Hoy, un hombre moderno y bien valorado es para casi todo el mundo, al menos desde lo idealizado y lo políticamente correcto, un hombre comprometido en la crianza. No obstante, existen muchas resistencias frente a este proceso de construcción de una paternidad cuidadora. Por un lado, las abiertas involuciones ideológicas hacia la recuperación de los privilegios supuestamente perdidos por el hombre; es decir, los neomachismos. Y, por otro, las resistencias más o menos conscientes e intencionadas, así como las inercias de lo establecido, a lo que se suma la falta de referentes. Estas resistencias de los hombres a asumir conscientemente su responsabilidad hace que se desmarquen de los cuidados, manteniéndose la desigualdad estructural con las mujeres, y generando, además, un coste familiar y personal que afecta a las personas de diversa manera.

Esta iniciativa se centra en disminuir esta brecha de género promoviendo una cultura de los cuidados a nivel social y, en concreto, favoreciendo el desarrollo de una paternidad corresponsable por parte de los hombres. Específicamente pone un énfasis especial en su acción cuidadora con respecto a la familia y el hogar, como agentes de una necesaria transformación que les permita el paso de la masculinidad patriarcal, a otra igualitaria, que permita la justicia de género y social. Podríamos decir, por tanto, que, la promoción de la igualdad en los hombres comienza por hacerse corresponsables de los cuidados y las tareas domésticas que se precisan en el seno de la familia y el hogar.

El proyecto quiere atender esta problemática a partir la sensibilización y la formación, y tiene como principales objetivos:

- *Sensibilizar a la población, en general, en una cultura de los cuidados, las masculinidades igualitarias y diversas, y la paternidad corresponsable.*
- *Formar y capacitar a personas facilitadoras de talleres de paternidad corresponsable que desarrollen una acción concreta con padres y futuros padres en varios centros de salud del Archipiélago.*

Ambas partes están dirigidas a todas las personas independientemente de su identidad y orientación sexual, y a todas las disposiciones de familia, si bien es cierto que la acción formativa tiene como especial destinatarios a hombres y varones jóvenes, por ser estos los que, principalmente, han de incorporar la cultura de los cuidados y de la corresponsabilidad.

Las acciones de sensibilización tendrán lugar en formato virtual y presencial. En la siguiente tabla se nombran algunas de las principales acciones incluidas en el proyecto.

**FORMACIÓN PARA LA FACILITACIÓN DE TALLERES EN PATERNIDAD CORRESPONSABLE (14 horas)**

**FORMACIÓN EN MASCULINIDADES CUIDADORAS (8 horas. 6h presencial y 2h online)**

**CURSOS PARA MATRONAS Y PEDIATRÍA (3h)**

**FORMACIÓN EN CENTROS DE SALUD PARA HOMBRES QUE VAN A SER PADRES O QUE LO HAN SIDO RECIENTEMENTE (6h)**

**TALLERES DE PATERNIDAD PARA PADRES (después del puerperio) (4h)**

**TALLERES DE ESCUCHA GRUPAL EN CENTROS DE SALUD (2h)**

**TALLERES DE SENSIBILIZACIÓN DEL BIEN TRATAR Y LA CORRESPONSABILIDAD (2h)**

**CURSO DE FORMACIÓN ONLINE DE CUIDADOS, MASCULINIDADES IGUALITARIAS, DIVERSAS Y CORRESPONSABLES (2h)**



## DESARROLLO DE CAMPAÑA: WEB, REDES SOCIALES, MEDIOS DE COMUNICACIÓN, FORMATOS DE AMPLIA VISIBILIDAD

## VIDEOS TESTIMONIALES, PRESENTACIONES DEL PROYECTO

## EXPOSICIÓN Y GYNCANA SOBRE MASCULINIDADES CUIDADORAS Y CORRESPONSABILIDAD EN CENTROS EDUCATIVOS Y DE OCIO

La actuación se desarrolla en las dos provincias, en concreto en las islas de Gran Canaria y La Palma (en donde la necesidad de los cuidados y la incorporación de los hombres a la acción cuidadora es aún más urgente tras la reciente erupción volcánica). La intención es que el próximo año estas acciones alcancen a otras islas del Archipiélago, de ahí el valor de formar y disponer de personas capacitadas para facilitar estos talleres tras la finalización del proyecto.

Con este proyecto esperamos aumentar la actitud y las prácticas cuidadoras de la población, y especialmente de los hombres, de manera que aumente su responsabilidad y las conductas de cuidados y atención a la crianza, las personas dependientes, la casa y la comunidad. Un momento insoslayable para que los hombres cuiden es precisamente la paternidad y la crianza y, por ello, la promoción de la paternidad corresponsable recibe una mirada específica. Al final de lo que se trata es que en Canarias los hombres cuiden, y lo hagan cada vez con más calidad y alcance.

Un valor añadido de este proyecto sería que las administraciones públicas incorporasen la realización de estos talleres en la acción social de los municipios y barrios, y en especial en los centros de salud.

Deseamos que la repercusión social del proyecto sea muy significativa puesto que se va a trabajar en el ámbito comunitario, sanitario y educativo, dejando patente la importancia de sacar los cuidados de lo privado y colocarlos como motor de transformación en lo público y social. Estamos convencidos de que la cultura de los cuidados y la incorporación creciente de los hombres desde la corresponsabilidad beneficia a toda la sociedad en general, a las familias, a las mujeres, y a ellos mismos, al tiempo que proporciona a la juventud de nuevos referentes para el desarrollo de masculinidades cuidadoras y de una sociedad con mayor justicia social y de género.

## EL CONCEPTO

La búsqueda de la imagen ideal para representar a proyecto ha requerido un análisis profundo de detalles como el público objetivo, valores y otros elementos fundamentales como las fortalezas y la debilidades del propio proyecto frente a las posibles reacciones de la sociedad.

Después de una fase previa donde se han desarrollado una larga lista de nombres, motivos e incluso iconos nos hemos decantado por tratar de sintetizar lo máximo posible.

Las palabras clave que queremos transformar en imagen son:

**CORRESPONSABILIDAD**

**PATERNIDAD**

**IMPLICACIÓN**

**CUIDADOS**

**BIENTRATAR**

**HOMBRES**

## EL NAMING

El objetivo de crear un único nombre que las incluya todas a priori parece una tarea difícil, pero el buen hacer del equipo de trabajo, donde todos los participantes han aportado su granito de arena ha tenido como resultado una sola palabra que lo engloba todo...

### EMPAPARSE

Impregnarse [una persona] de algo, como algún tipo de conocimiento, una cualidad, etc

# EMPAPADOS

### PAPÁ

Tratamiento cariñoso que utiliza el hijo o hija para dirigirse a su padre.

### DOS

Más de uno, pareja, familia...

## EL BASELINE

Con el nombre ya definido el desarrollo de una frase de apoyo a modo de slogan que reforzara al naming fue algo que surgió con fluidez...porque para EMPAPARSE...primero hay que MOJARSE.

**MÓJATE CON CON CUIDADOS**

**HOMBRES QUE SE MOJAN CON LOS CUIDADOS**

## LA TIPOGRAFÍA

Después de varias pruebas con tipografías de estilo manuscrito o de corte infantil decidimos que era mejor olvidar las florituras y buscar una fuente con fuerza, sin serifas y con una amplia familia.

Finalmente escogimos ARGENTUM SANS con 18 alternativas desde Thin hasta Ultra Bold por citar algunas....no obstante, trabajaremos el logo solo con 2 opciones.

### **Argentum Sans BLACK** *para logo*

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567  
890ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**

### Argentum Sans LIGHT *para baseline*

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz12345678  
90ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ





## LOS COLORES

La elección de la paleta colores está definida por una variante de magenta, una de cian y finalmente un naranja como contraste. Pese a lo que pueda interpretarse a priori, esta gama de colores no está sujeta a las percepciones tradicionales del azul para el varón o el rosa para la hembra...

**CYAN (matizado)**  
**C78 M28 Y0 B0**

Esta es una variación del CYAN puro (color pigmento primario) con un porcentaje de magenta.



**CALMA**  
**PACIENCIA**  
**REFLEXIÓN**

La inmensidad del mar, un cielo despejado...

**MAGENTA (matizado)**  
**C21 M92 Y20 B0**

Esta es una variación del MAGENTA puro (color pigmento primario) con un porcentaje de equilibrado de cian y amarillo.



**INOCENCIA**  
**BELLEZA**  
**SABIDURÍA**

Las flores de un almendro, el interior de un tuno indio (tierno por dentro y espinoso por fuera)...

**NARANJA PAPAYA**  
**C7 M41 Y94 B0**

Esta naranja es una mezcla donde predominan el amarillo y el magenta con una ligera mezcla de cian para desaturar.



**CALIDEZ**  
**JUVENTUD**  
**ALEGRÍA**

Las frescura de las frutas, el gustazo de ver el atardecer de un día soleado

---

**LA PATERNIDAD ES INTENSA Y VIVA, CARGADA DE FASES REPLETAS DE MATICES...  
COMO ESTA PALETA DE COLORES**

## NUEVO COLOR

Como novedad este año hemos incluido uno de los colores de la imagen del Plan Corresponsables que creemos que aporta aun más fuerza al mensaje por su vinculación con la igualdad. También daremos uso limitado al segundo color de Corresponsable como realce o para aplicaciones muy específicas

**VIOLETA**  
**C73 M78 Y0 B0**

Magenta y cyan mezclados  
como parte de la marca  
Corresponsables



**FEMINISMO**  
**IGUALDAD**  
**EQUILIBRIO**

Una mezcla perfectamente  
equilibrada de colores  
intensos...

**TURQUESA**  
**C82 M0 Y33 B0**

Cyan y amarillo mezclados  
como parte de la marca  
Corresponsables



**FRESCURA**  
**PAZ**  
**PROGRESO**

Una hoja de menta fresca  
que brota en plena primavera...

## LOGO SOLO PARA USO INTERNO

Estas aplicaciones quedarán limitadas para el uso del equipo de trabajo pero nunca para su aplicación en elementos externos o de divulgación.

LOGO PRINCIPAL



LOGO ALTERNATIVO VERTICAL



LOGO ALTERNATIVO HORIZONTAL



LOGOS INSTITUCIONALES



## EL LOGOTIPO

Tipografía de palo seco y paleta de 3 colores intensos que evocan a la calidez de la familia y los cuidados... incluyendo el cyan y el magenta, colores que mezclados forman el púrpura, el color del feminismo/igualdad ¿qué es lo que falta? Pues ponerlo sobre el papel ;-)

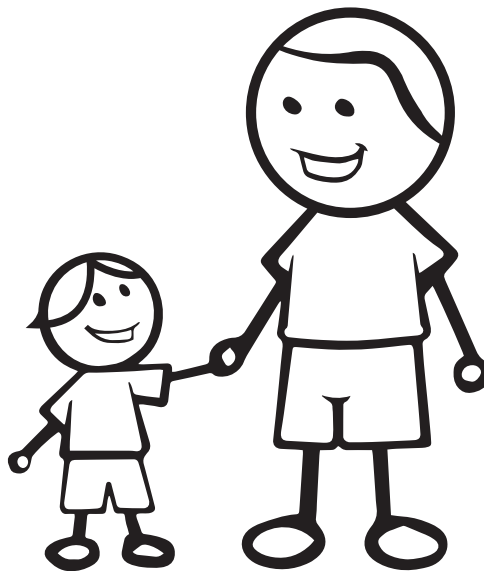
**EM  
PAPA  
DOS**



## EL ISOTIPO

Además del baseline que aportará más solidez hemos diseñado un elemento visual figurativo que apoya el mensaje, nos transporta a los dibujos propios de la niñez y que además sirve como pieza decorativa e identificativa en el desarrollo de la campaña.

Esta ilustración de un hijo/hija indeterminado con un padre/cuidador representan CARIÑO, APOYO, COMPLICIDAD, PATERNIDAD, UNIDAD y una serie de valores que están conectados con la familia y los cuidados.



## EL IMAGOTIPO O “LOGO”

Presentamos finalmente la unión de logotipo, isotipo y baseline que forma lo que popularmente conocemos como LOGO.

Para esta versión final hemos coloreado a los personajes de magenta, evitando así la clásica asociación de Hombre o Padre con el color azul. Además conecta estratégicamente con ese DOS de Empapados.

La palabra PAPÁ queda destacada con el naranja que se convierte en el protagonista de la imagen centrado y con el color cálido, un adjetivo que representa muy bien lo que es una paternidad activa.

Finalmente el EM y el baseline comparten azul cerrando el círculo (principio y final con el mismo color).



## VERSIÓN MONOCROMÁTICA

Aplicación del logo en un solo color para aplicar según necesidad.



## ALTERNATIVA HORIZONTAL



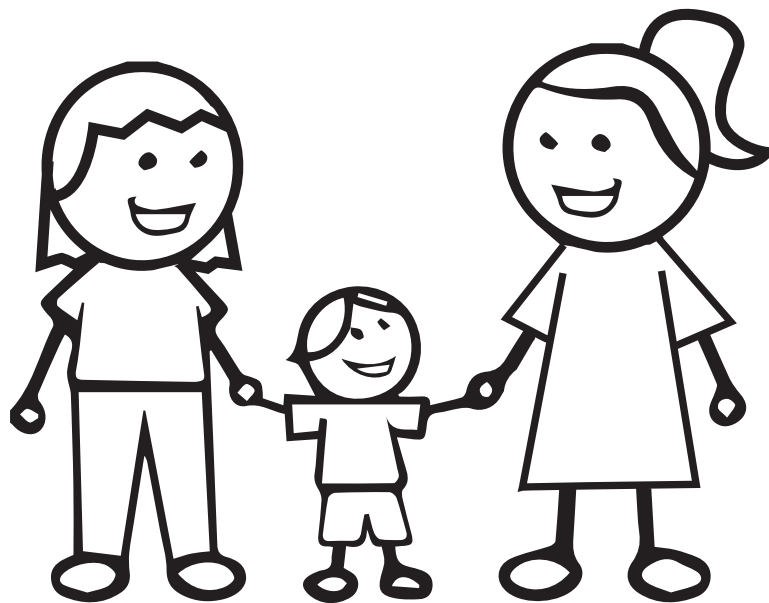
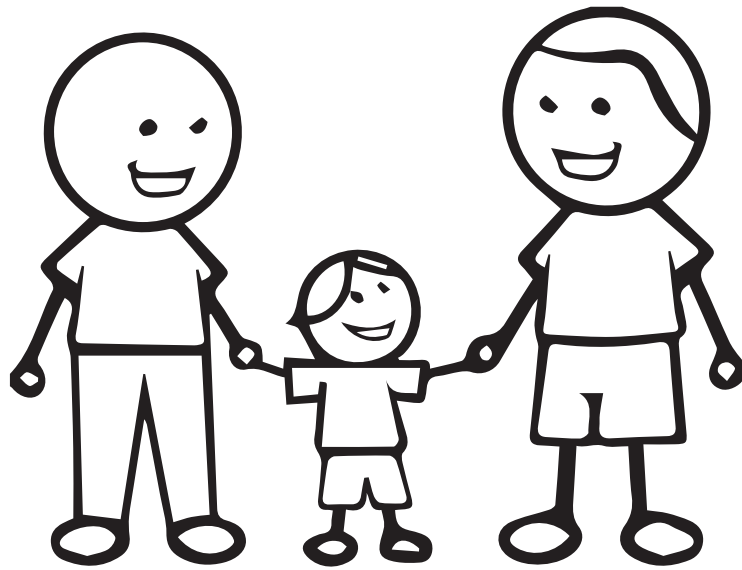


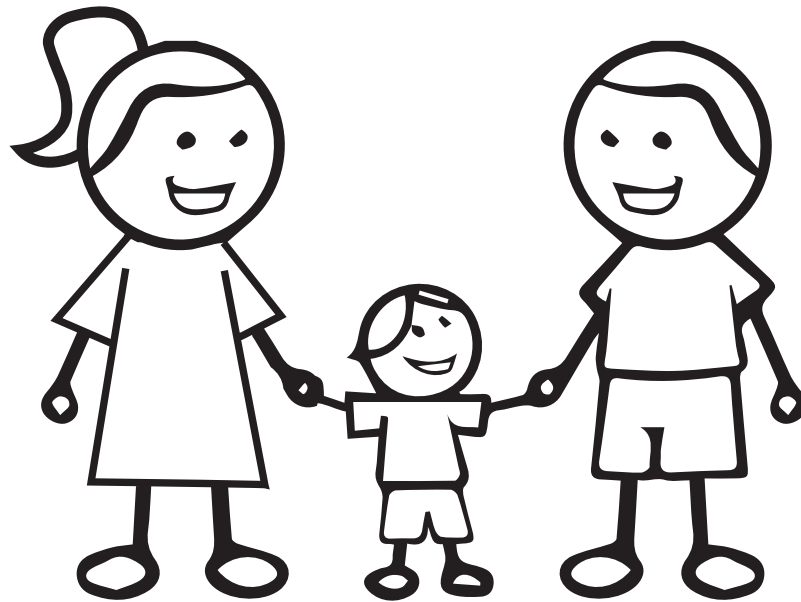
## ALTERNATIVA VERTICAL



## MODELOS DE FAMILIA

Nuestro isotipo ha sido diseñado con la idea que puedan cambiarse entre diversos modelos de familia. A continuación se muestran las alternativas.





## EJEMPLO DE APLICACIÓN

Mostramos una variante del logo original con una pareja de figuras que podrían ser identificadas como 2 padres junto a su hijo o hija.



## CONVIVENCIA LOGOS

Presentamos finalmente la unión de logotipo, isotipo y baseline que forma lo que popularmente conocemos como LOGO.



Bientratar.org



## MANUAL RESUMIDO

Versión del manual de imagen corporativa resumido a modo de aplicaciones más utilizadas y logos institucionales en formato vectorial en PDF editable. Este documento está disponible en la sección PRENSA para su descarga desde nuestro website.

<p>LOGO PRINCIPAL</p> 	<p>LOGO ALTERNATIVO VERTICAL</p> 
<p>LOGO ALTERNATIVO HORIZONTAL</p> 	
<p>LOGOS INSTITUCIONALES</p> 	
<p>LOGO ALTERNATIVO FAMILIA MONOPARENTAL</p> 	<p>LOGO ALTERNATIVO FAMILIA TRADICIONAL</p> 
<p>LOGO ALTERNATIVO FAMILIA DIVERSA 1</p> 	<p>LOGO ALTERNATIVO FAMILIA DIVERSA 2</p> 







**EMPAPADOS**  
HOMBRES QUE SE MOJAN CON LOS CUIDADOS

## **DISEÑO DE ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN E INTERRELACIÓN DE ACCIONES**





## CAMISETA SERIGRAFÍA

Propuestas de prendas básicas en algodón con 1 o 2 tintas.



## CAMISETA FULLPRINT

Propuesta de prenda oficial para la distinción del equipo de trabajo



## TAZA PERSONALIZADA

Taza blanca sublimada a doble cara



## TERMO DE ACERO

Botella para portar líquidos personalizada





## TOALLA FULLPRINT

Tolla personalizada con diseño integral de secado rápido.



## SOMBRILLA

Para no empaparse en exceso de rayos de sol en la playa



## MOCHILA / NEVERA

Mochila de alta calidad ideal para viajes, deporte o acampadas



PENDIENTE DE  
CONFIRMACIÓN  
O DE ARTEFINAL

## SOMBRILLA / PARAGUAS

Paraguas extra grande con protección solar



**PENDIENTE DE  
CONFIRMACIÓN  
O DE ARTEFINAL**

# FOLLETO TRIPTICO

Triptico informativo con cuestionario incluido

**EL PROYECTO**

La Asociación de Hombres por la Igualdad de Género (AHIGE) y la Asociación Bientratat (Violencià zero) se han unido para fomentar los cuidados y la paternidad activa, consciente y corresponsable. Este proyecto está destinado al público en general y, especialmente, a hombres y chicos jóvenes con el objetivo de hacer cotidiana su implicación en la cultura de los cuidados.

**HOMBRES QUE TAMBIÉN CUIDAN**

Los hombres tienen la capacidad de cuidar y también de aprender a hacerlo. Este cuidado se extiende desde lo más cercano: la familia y el hogar (paternidad cuidada de mayores y personas dependientes, tareas domésticas) hasta lo global (muestra islas y el planeta).

**¡MÓJATE PAPÁ!**

Ser "padre" (biológico o no) conlleva una serie de responsabilidades. Históricamente las madres han hecho de "paraguas" en la lluvia de cambios que se producen tras la llegada de un bebé o con el cuidado de personas dependientes. "Aligerar" esa carga no es "ayudar", consiste en compartir, porque la familia es cosa de ambos.










*Mucho que cambiar*

- Excedencias para el cuidado de la infancia **87% mujeres**
- Trabajo a tiempo parcial para mantener los cuidados a la familia y al hogar **93% mujeres**
- Cuidado de personas mayores **92,8% mujeres**



**¿ERES UN PAPÁ CONSCIENTE?**

Cada vez hay más hombres sin miedo a ser mirados como "cálzoncillos" o "balanderos" porque saben que la pareja y la familia funcionan mejor si hay corresponsabilidad y que los autocuidados y los cuidados dispensados a otras personas incrementan su autonomía y contribuyen a desarrollar su potencial como ser humano.

Cooperar y compartir los cuidados – incluyendo la carga mental de los mismos – ya no es una moda pasajera, es una forma de ver y construir un mundo de iguales que ha venido para quedarse.



**ENCUESTA DE AUTOEVALUACIÓN**

Esta encuesta revisa el nivel de implicación en los cuidados: habrá tareas que ya están bien asumidas y otras que aún suponen un reto a incorporar. **También puedes probar a evaluar a tu padre.**

Puntúate en cada tarea, suma las puntuaciones y divide por el total de tareas y sabrás cuál es tu implicación media.

De las siguientes tareas, rodea el número que mejor refleje tu situación (puedes añadir alguna tarea en las filas libres del final).

Si superas el 2 estás en buen camino, si estás por debajo este puede ser tu momento para crecer.

TAREA	SOLO MI PAREJA	MÁS MI PAREJA	AMBOS POR IGUAL	MÁS YO	SOLO YO
Limpiar la casa (el polvo, el suelo, cristales)	0	1	2	3	4
Limpiar la ropa (lavar, tender, recoger y planchar)	0	1	2	3	4
Lavar los platos	0	1	2	3	4
Cocinar	0	1	2	3	4
Hacer la compra	0	1	2	3	4
Reparaciones domésticas	0	1	2	3	4
Cuidar a familiares y personas dependientes o con necesidades especiales	0	1	2	3	4
Atender a los hijos en casa	0	1	2	3	4
Acompañar a las actividades extraescolares	0	1	2	3	4
Pedir permiso para cuidar a un hijo enfermo cuando ambos trabajan	0	1	2	3	4
Administración de la economía familiar	0	1	2	3	4
Administrar y gestionar los temas y problemas de salud	0	1	2	3	4
	0	1	2	3	4
	0	1	2	3	4

**MÁS INFORMACIÓN SOBRE TALLERES, FORMACIÓN Y RECURSOS EMPAPADOS.ORG**

# RASCA 50 ACTIVIDADES

Documento A3 con actividades para hacer con papá

**PENDIENTE DE CONFIRMACIÓN O DE ARTEFICIAL**

ACTIVIDAD POR HACER	ACTIVIDAD POR HACER	ACTIVIDAD POR HACER	ACTIVIDAD POR HACER	ACTIVIDAD POR HACER	ACTIVIDAD POR HACER
ACTIVIDAD POR HACER	ACTIVIDAD POR HACER	ACTIVIDAD POR HACER	ACTIVIDAD POR HACER	ACTIVIDAD POR HACER	ACTIVIDAD POR HACER
ACTIVIDAD POR HACER	ACTIVIDAD POR HACER	ACTIVIDAD POR HACER	ACTIVIDAD POR HACER	ACTIVIDAD POR HACER	ACTIVIDAD POR HACER
ACTIVIDAD POR HACER	ACTIVIDAD POR HACER	ACTIVIDAD POR HACER	ACTIVIDAD POR HACER	ACTIVIDAD POR HACER	ACTIVIDAD POR HACER
ACTIVIDAD POR HACER	ACTIVIDAD POR HACER	ACTIVIDAD POR HACER	ACTIVIDAD POR HACER	ACTIVIDAD POR HACER	ACTIVIDAD POR HACER
ACTIVIDAD POR HACER	ACTIVIDAD POR HACER	ACTIVIDAD POR HACER	ACTIVIDAD POR HACER	ACTIVIDAD POR HACER	ACTIVIDAD POR HACER
ACTIVIDAD POR HACER	ACTIVIDAD POR HACER	ACTIVIDAD POR HACER	ACTIVIDAD POR HACER	ACTIVIDAD POR HACER	ACTIVIDAD POR HACER
ACTIVIDAD POR HACER	ACTIVIDAD POR HACER	ACTIVIDAD POR HACER	ACTIVIDAD POR HACER	ACTIVIDAD POR HACER	ACTIVIDAD POR HACER
ACTIVIDAD POR HACER	ACTIVIDAD POR HACER	ACTIVIDAD POR HACER	ACTIVIDAD POR HACER	ACTIVIDAD POR HACER	ACTIVIDAD POR HACER
		ACTIVIDAD POR HACER	ACTIVIDAD POR HACER		



## SUDADERA

Sudadera con bolsillo canguro personalizada con serigrafía a una tinta



## BOLSA DE TELA

Sublimada a todo color





## CUADERNO

Bloc de notas de anillas tamaño DIN A6 de 100 páginas con portada y contraportada personalizadas. Los interiores de las cubiertas tendrá información sobre EmPAPAdos y el plan Corresponsables.



## CARPETA

Carpetilla DIN A3 plus plegada para acoger documentos standard como los folios o las hojas DIN A4 habituales.



## GUAGUA GLOBAL

Divulgación en gran formato mediante una guagua con rotulación integral



## ROLL UP

Display divulgativo de 85 x 200cm





## CARTEL

Poster promocional Din-A3

Nueva EDICIÓN 2023  
 WWW.EMPAPADOS.ORG


**EM PAPA DOS**  
 MÓJATE CON LOS CUIDADOS

*Paternidad consciente*  
 HOMBRES CUIDADORES Y PATERNIDAD CORRESPONSABLE  
 TALLERES | FORMACIÓN | RECURSOS







# MODELOS “GRUPO DE PADRES”

Varios diseños a modo de plantilla para acciones específicas o normativas

Nueva EDICIÓN 2023

WWW.EMPAPADOS.ORG




MÓJATE CON LOS CUIDADOS

## GRUPO DE PADRES

Espacio en grupo donde compartir experiencias y preguntas sobre la paternidad con apoyo y asesoramiento de profesionales.

CENTRO DE SALUD DE CARRIZAL  
INGENIO











MÓJATE CON LOS CUIDADOS

## REGLAS DE ORO DE LA CONVIVENCIA

- 1 Lo que se dice en el grupo se queda en el grupo
- 2 No juzgar a los demás
- 3 No hacer conversaciones de dos. Hablar siempre para el grupo
- 4 Compromiso de honestidad
- 5 Respetar las opiniones de los demás
- 6 No hablar de política, ni religión como temática de grupo







WWW.EMPAPADOS.ORG



# PLANTILLA PRESENTACIONES

Diseño de diapositivas para keynote o powerpoint



**EMPAPADOS**

## 1. Sensibilización

**1.1 - Sensibilización**  
1.1 - Sensibilizar a la sociedad canaria en la cultura de los cuidados, la paternidad corresponsable así como las masculinidades igualitarias y diversas

**EMPAPADOS**

## 1. Sensibilización

### Objetivo Específico

**1.1.1 Rediseñar y crear nuevos elementos de campaña para maximizar el alcance y perdurabilidad del proyecto**

**EMPAPADOS**

## 1. Sensibilización

**1.1 - Rediseño de campaña y elementos de imagen**

Indicador de resultado básico  
Distintos modelos diseñados **1.500,00€**

Coste básico

Resultado previsto  
Visibilización de elementos en acciones desarrolladas **-**

Coste medio

Coste ampliado **-**

Público objetivo  
Global

Entidad coordinadora  
Bientratrar

**EMPAPADOS**  
MOJATE CON LOS CUIDADOS

**EMPAPADOS**

## 1. Sensibilización

**1.3 - Soportes físicos que muevan la imagen del proyecto y se repartan en las actividades: display, carteles, folletos de proyecto de y manifiestos de convivencia, mostrador, display peana y merchandising**

Indicador de resultado básico  
Diseños desarrollados. Producción de unidades previstas **7.300,00€**

Coste básico

Resultado previsto  
Colocación de display en eventos desarrollados. Reparto de folletos y visibilización de carteles en locales y establecimientos. Viabilidad de elementos producidos **10.000,00€**

Coste medio

Coste ampliado **15.000,00€**

Aumento del número de unidades producidas para llegar a mayor cantidad de público, principalmente público joven y personas clave.

Público objetivo  
Global

Entidad coordinadora  
Bientratrar

Diseño y producción de soportes físicos para la divulgación: nuevo display de proyecto, 3000 folletos de proyecto, 1000 carteles de proyecto, 1000 manifiestos de cuidados. Producción de 200 carpetas y 200 cuadernos con actividades infantiles. Mostrador y display peana para eventos. Merchandising especialmente seleccionado por su utilidad: camiseta, toalla, bolsa de supermercado, taza, botella, elemento de escritura, porta bebidas (café), pegatinas para coche, chapas e imanes de nevera, protector ipoo para playa para bebé, protector cámara ordenador, recipiente portalamuerzo.

**EMPAPADOS**

## 2. Formación

**2.1 - Píldoras formativas (paternidades diversas, transmisión de cuidados, corresponsabilidad, valores)**

Indicador de resultado básico  
10 píldoras grabadas y publicadas **3.750,00€**

Coste básico

Resultado previsto  
2.000 visitas totales **-**

Coste medio

Coste ampliado **-**

Público objetivo  
Juvenil y adulto

Entidad coordinadora  
Bientratrar

Elaboración de 10 píldoras formativas en formato audiovisual, disponibles en la plataforma virtual del proyecto. Incluir más diversidad de tipología de familias, de paternidad, de parejas, etc.

# PLANTILLAS INFO

Varios diseños para elementos interpretativos como el atril de la expo o la placa para los murales.



**EM PAPA DOS**  
MÓJATE CON LOS CUIDADOS

## EXPOCUIDADOS

**¿Qué es la CORRESPONSABILIDAD?**

Se define como el reparto equilibrado de las tareas domésticas y de las responsabilidades familiares, tales como su organización, el cuidado, la educación y el afecto de personas dependientes dentro del hogar, con el fin de distribuir de manera justa los tiempos de vida de mujeres y hombres.

## Objetivos

- Reflexionar sobre la **CORRESPONSABILIDAD** y los **CUIDADOS** como herramienta para la construcción de la Convivencia.
- Promover la **COOPERACIÓN** en casa y en clase como forma de hacer más justa y solidaria nuestra sociedad.
- Animar a los hombres a comprometerse en la construcción de la **IGUALDAD**.









WWW.EMPAPADOS.ORG

MURAL CREADO POR MAPECO COMO PARTE DEL PROYECTO EMPAPADOS | Más información en [www.empapados.org](http://www.empapados.org)



**EMPAPADOS**  
MÓJATE CON LOS CUIDADOS

La Asociación de Hombres por la Igualdad de Género (AHIGE) y la Asociación Bienestar (Violenciacerro) se han unido para fomentar los cuidados y la paternidad activa, consciente y corresponsable. Este proyecto está destinado al público en general y, especialmente, a hombres y chicos jóvenes con el objetivo de hacer cotidiana su implicación en la cultura de los cuidados.



GOBIERNO DE ESPAÑA



MINISTERIO DE IGUALDAD



CORRESPONSABLES



GOBIERNO DE CANARIAS



cernfac  
La Ciudad en el Museo  
(FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y POLÍTICAS DE LA UNIVERSIDAD DE LAS ISLAS CANARIAS)



ahige  
Asociación de hombres por la igualdad de género



Bienestar.org



**EMPAPADOS**  
MÓJATE CON LOS CUIDADOS







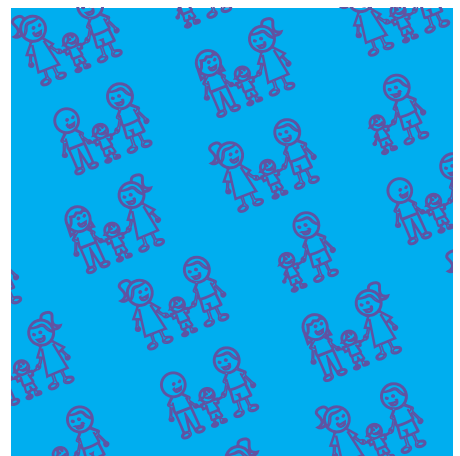
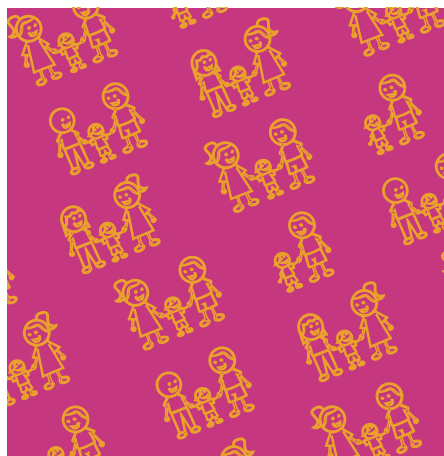
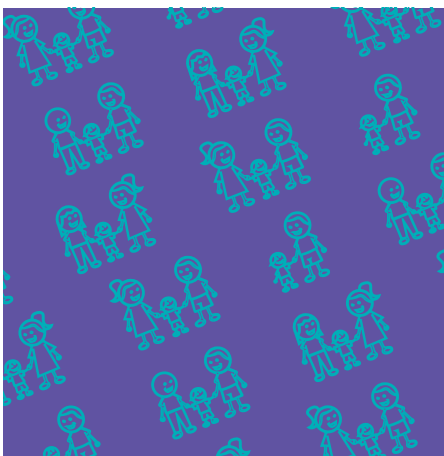
CUIDADOS Y PATERNIDAD RESPONSABLE

43



## RECURSOS DECORATIVOS

Diseño de nuevos fondos y patrones de diseño.



## NUEVAS FOTOGRAFÍAS

Selección actualizada con más de 40 nuevas fotos libres de derechos para uso en material divulgativo.







# EM PAPA DOS

HOMBRES QUE SE MOJAN  
CON LOS CUIDADOS