

Qui est la TCGF-M ?

La TCGF-M (Table de Concertation des Groupes de Femmes de la Montérégie) est un regroupement d'une quarantaine d'organismes à but non lucratif qui a pour mission l'amélioration des conditions de vie des femmes sur les plans social, économique et politique. La TCGF-M travaille à la promotion de l'égalité des sexes auprès de la population montréalaise.

Ce projet est rendu possible grâce à l'appui financier de:



TCGF-M
Téléphone: 450-463-0600
Fax: 450-463-0700
Courriel: info@tcgfm.qc.ca
Site web: www.tcgfm.qc.ca

Décodons les publicités sexistes!



Table de concertation
des groupes de femmes de la

Montérégie

La pub sexiste, toujours tendance?

Les publicités occupent une place de plus en plus grande dans notre vie de tous les jours. Que ce soit à la télévision, à la radio, dans les centres commerciaux, sur les panneaux publicitaires et sur Internet, la publicité envahit toutes les sphères de l'espace public. La forte présence des messages publicitaires influence certes notre pouvoir d'achat et nourrit notre société de consommation, mais a aussi des impacts sur la vie des individus, plus particulièrement celle des jeunes.



Le sexisme 2.0

Chaque jour, les jeunes se retrouvent bombardés par des milliers de messages publicitaires. Souvent, le sexisme est présent dans les images publicitaires, parfois de façon très évidente et d'autres fois de façon plus subtile. De plus, avec l'évolution spectaculaire des technologies de l'information et de la communication, on y voit une plus grande visibilité des messages publicitaires. Plus spécifiquement, les médias sociaux jouent un rôle primordial quant à l'élargissement de l'espace de diffusion.



Objectif de l'atelier

L'objectif de cet atelier est de sensibiliser les jeunes afin qu'ils arrivent à décoder le sexisme dans les publicités. Nous visons à :

- * susciter la participation des jeunes afin d'entamer une réflexion portant sur les publicités sexistes.
- * aborder avec eux les impacts des publicités sexistes
- * explorer des pistes d'actions possibles pour contrer le sexisme dans les messages publicitaires.

Public cible et déroulement

Nous nous adressons aux jeunes, **âgés de 14 à 18 ans**. L'atelier qui se veut interactif est d'une durée d'environ 1h. Durant cette période, ils sont appelés à participer activement.