

UNIDAD DIDÁCTICA 1

NORMAS SOCIALES Y ESTEREOTIPOS DE GÉNERO



Imagen cedida por Dan Ferrer



Castilla-La Mancha

NORMAS SOCIALES Y ESTEREOTIPOS DE GÉNERO

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. Introducción a la temática
2. Objetivos de aprendizaje
3. Palabras clave
4. Actividades
 - Alumnado
 - Familia
 - Comunidad educativa
5. Recursos para saber más
6. Glosario
7. Evaluación





1. INTRODUCCIÓN A LA TEMÁTICA

Tradicionalmente, nos hemos basado en el sistema **sexo/género** para explicar las desigualdades entre hombres y mujeres.



EL SEXO, HACIENDO REFERENCIA A LOS ASPECTOS FÍSICOS QUE DIFERENCIAN A LAS PERSONAS.

EL GÉNERO, COMO CONSTRUCCIÓN SOCIOCULTURAL, QUE DEFINE DE QUÉ FORMA DEBERÍAMOS SER Y COMPORTARNOS, SEGÚN EL SEXO ASIGNADO.

LA ORIENTACIÓN SEXUAL HACE REFERENCIA A HACIA DÓNDE SE DIRIGE NUESTRA ATRACCIÓN FÍSICA, EMOCIONAL, ESPIRITUAL Y/O ROMÁNTICA.



Los hábitos o rasgos físicos y psíquicos que las culturas determinan como apropiados para cada sexo reciben el nombre de **estereotipos de género**, que se nos imponen en nuestro proceso de socialización.



Así pues, nos encontramos con “**características masculinas**”, socialmente asociadas a los hombres (relacionadas con la dominación, el liderazgo, la valentía, etc.), y “**características femeninas**” (relacionadas con lo sentimental, la delicadeza, los cuidados, etc.), socialmente asociadas a las mujeres.

Además, según esas características aprendidas, la sociedad espera que nos comportemos de una u otra forma, papeles que llamamos **roles de género**.



INTRODUCCIÓN A LA TEMÁTICA

Además de diferenciar lo que entendemos por “masculino” y “femenino”, esta organización social crea una jerarquía, en la que lo masculino es superior a lo femenino, y, por lo tanto, los hombres ostentan más poder que las mujeres, estando estas últimas subordinadas. Este orden social se llama **patriarcado**, e impregna todas las culturas y sociedades.

Existe un vínculo histórico entre las normas sociales y la desigualdad de género, y de ahí la importancia de reflexionar sobre los mecanismos por los que se consolidan los estereotipos y prejuicios sexistas y sobre el alcance que tienen para limitar y/o impedir el desarrollo de las personas.

ES IMPORTANTE QUE RECORDEMOS QUE EL GÉNERO SE APRENDE, NO ES NATURAL, POR LO QUE PUEDE CAMBIAR O “DESAPRENDERSE”.

De hecho, estos **estereotipos y roles de género** no siempre coinciden de una sociedad a otra ni de un momento histórico a otro.

Los seres humanos deberíamos ser libres para elegir qué hacer, qué gustos tener, cómo vestir, cómo sentir, a quién querer, independientemente del sexo con el que se nace.



2. OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

- **Promover un análisis crítico** de las normas sociales y los estereotipos de género y reflexionar sobre cómo estos originan desigualdades.
- **Promover la implicación de la juventud** en la promoción de la igualdad de género.



3. PALABRAS CLAVE

**Sistema
Sexo-género**

**Roles de
género**

**Estereotipos
de género**

Igualdad de género



4. ACTIVIDADES

ACTIVIDADES A REALIZAR

CON EL ALUMNADO

ACTIVIDAD 1

Objetivos:

- **Reflexionar** sobre cómo los roles y estereotipos de género nos condicionan en nuestra forma de pensar y en las capacidades que creeremos tener según seamos mujeres o hombres.
- **Identificar** estereotipos de género en la publicidad y reflexionar sobre cómo influyen en la desigualdad de género.
- **Promover** la implicación de la juventud en la promoción de la igualdad de género.

Duración de la actividad: 45-50 minutos

Materiales: ordenador, pantalla, altavoces, conexión a internet, folios, colores, revistas, tijeras, pegamento, anexos 1 y 2 y enlace al taller para acompañar la actividad (A continuación encontrarás un enlace a genially para poder compartir en clase los videos y material necesario para el desarrollo de la actividad).

Enlace a taller en Genially

Pincha en la imagen para acceder

DESARROLLO

1

Comenzamos el taller preguntando al alumnado si saben lo que es sexo, género, los roles y estereotipos de género y la igualdad de género.

Pincha sobre la actividad a la que quieras acceder

ACTIVIDAD 1.1

ACTIVIDAD 1.2

ACTIVIDAD 1.3

UNIDAD DIDÁCTICA 1
NORMAS SOCIALES Y
ESTEREOTIPOS DE
GÉNERO



Imagen cedida por Dan Ferrer

Castilla-La Mancha

A fin de conocer de dónde parte el grupo, qué ideas iniciales tienen, y al finalizar el taller, valorar si ha mejorado su conocimiento en este sentido.



Esta imagen puedes proyectarla pinchando en la imagen para acceder al Genially (Actividad 1.1.)

Una vez compartidas la ideas iniciales, realizaremos una dinámica para que identifiquen características asociadas a hombres y mujeres, y si estas son biológicas o culturales.

Para ello, divide a la clase en 4 grupos. A cada uno, le entregaremos una ficha. (Ver anexo 1). A continuación puedes ver el ejemplo de ficha:

Grupo 1	Mujer	Hombre	Ambos	Biológica	Social o cultural
Cuidado					
Poder					
Crianza					
Autoridad					
Independencia					
Valentía					

En primer lugar, tendrán que identificar las características que son de mujeres, cuáles son de hombres y cuáles de ambos. Posteriormente, tendrán que identificar cuáles creen que tienen base biológica o cuáles base social o cultural. Cuando terminen, cada grupo compartirá con el resto el análisis realizado.



Conclusión. Una vez expuestos los análisis realizados, comentaremos que todas las características son de ambos sexos, que ninguna es biológica, sino que tienen base social o cultural.

3

Para conocer mejor las diferencias entre sexo, género, qué son los roles y los estereotipos de género.

Continuaremos visualizando el siguiente video que encontrarás en la presentación en genially.



Este video puedes proyectarlo pinchando en la imagen para acceder al Genially
(Actividad 1.2.)

Después de ver el video, podemos lanzar al alumnado las siguientes preguntas para la reflexión:



- De las ideas iniciales que teníais sobre sexo-género, roles y estereotipos, y tras el ejercicio que hemos realizado sobre las características asociadas a hombres- mujeres y si estas eran biológicas o culturales, ¿os habíais parado antes en esta diferenciación? ¿Creéis que el rol reproductivo y productivo se siguen dando hoy en día?
- ¿Se da igual ahora que en generaciones anteriores a las vuestras?
- ¿Se da de igual manera en todas las sociedades del mundo?
- ¿Qué consecuencias puede tener en vuestro desarrollo que se sigan dando los estereotipos y los roles de género?



Conclusión. El género se aprende, no es natural, por lo que puede cambiar o “desaprenderse”. De hecho, estos estereotipos y roles de género no siempre coinciden de una sociedad a otra y de un momento histórico a otro.

Los seres humanos deberíamos ser libres para elegir qué hacer, qué gustos tener, cómo vestir, cómo sentir, a quién querer, independientemente del sexo con el que se nace.



Algunas ideas para reconducir el debate.

El rol productivo hace referencia a las actividades que desarrollan mujeres y hombres en el ámbito público produciendo bienes y servicios, y los cuales les generan ingresos económicos y/o reconocimiento.

El rol reproductivo son aquellas actividades que garantizan bienestar y cuidados a la familia. Estas tareas, históricamente y en la actualidad son realizadas en su mayoría por las mujeres.

Aun incorporándose al mercado laboral, las mujeres siguen cargando con el trabajo doméstico y de cuidados, lo que se traduce en dobles jornadas y desigualdad.

Históricamente en la distribución social de esas actividades, se les ha asignado a los hombres el espacio público (rol productivo) y a las mujeres el espacio privado (rol reproductivo). Además, estos roles tienen distinta valoración social y una jerarquía que deriva en desigualdad. Los cuidados y trabajos domésticos asignados siempre a la mujer han carecido socialmente de reconocimiento y visibilidad.

Esta desvalorización, además, se ha trasladado al espacio público que ha ido ocupando la mujer con su incorporación al mercado laboral, ocupando éstas por lo general empleos más precarios, recibiendo remuneraciones menores por los mismos trabajos y existiendo el llamado "techo de cristal"

Techo de cristal: Limitación velada del ascenso laboral, tanto en funciones como en remuneración, de las mujeres dentro del mundo laboral. Este "techo" limita sus carreras profesionales y sus oportunidades de mejorar sus condiciones laborales.

4

Continuaremos el taller, visionando el video “Ahora o nunca. 100 frases machistas que escuchamos desde la infancia”.

Este corto fue presentado en la categoría “Cortos en Lengua No Inglesa - Español”, en el 7º Short Movies Festival del IES Diego de Siloé - Albacete. Lo encontrarás en la presentación en genially.



Este video puedes proyectarlo pinchando en la imagen para acceder al Genially (Actividad 1.3.)

Después de ver el video, podemos lanzar al alumnado las siguientes preguntas para la reflexión:

- ¿Qué frases de las que salen en el video habéis escuchado habitualmente en vuestro entorno?
- ¿Quiénes suelen decir este tipo de frases?
- ¿Cuáles os han sorprendido más?
- ¿Cómo os ha hecho sentir a las mujeres?
- ¿Cómo os ha hecho sentir a los hombres?
- ¿Desde cuándo escuchamos este tipo de frases?

Algunas ideas para reconducir el debate.

A través del lenguaje, nombramos e interpretamos la realidad que nos rodea, aprendemos e interiorizamos valores y construimos mensajes e ideas.

El lenguaje refleja el momento en el que está la sociedad en cada momento. Evoluciona según evoluciona esa sociedad y se va modificando según van creando nuevas formas en virtud de lo que sus hablantes desean que sea la sociedad en la que viven.

Según la lingüista Eulalia Lledó “el lenguaje no es sexista en sí mismo, sí lo es su utilización. Si se utiliza correctamente también puede contribuir a la igualdad y a la visibilización de la mujer”.

El castellano ofrece infinidad de posibilidades para que no se produzca discriminación sexual, recursos lingüísticos para el lenguaje inclusivo y no solo desdoblamientos, que son los más utilizado.

Uno de los aspectos más importantes en la lucha por la igualdad de género es el poner fin al uso sexista del lenguaje.

En el uso sexista del lenguaje, las mujeres quedan excluidas, subordinadas, ocultadas y minusvaloradas. Con este uso, se transmiten y refuerzan comportamientos que mantienen y perpetúan la discriminación y desigualdad por razón de género.



Conclusión. Los estereotipos de género los encontramos en la publicidad, en las películas, en las series, en las canciones, en los libros de historia, en los cuentos, en los juzgados cuando encontramos sentencias discriminatorias por razón de género, en las redes sociales, en internet, en los videojuegos, en nuestras casas, en nuestro círculo de amistades, en definitiva, en el mundo que nos rodea.

5

Continuaremos profundizando sobre los estereotipos de género en la publicidad.



Lanzaremos al alumnado las siguientes preguntas para la reflexión:

- ¿En qué os fijáis al ver un anuncio publicitario?
- ¿Qué recordáis tras ver un anuncio? La música, la imagen, el mensaje, la creatividad,...
- ¿Os habéis fijado alguna vez en si un anuncio es sexista?
- ¿Qué ejemplos conocéis de publicidad sexista?
- ¿Dónde solemos encontrar mayor cantidad de anuncios sexistas?
- ¿Por qué creéis que se hacen este tipo de anuncios?
- ¿Cómo podríamos identificar si un anuncio es sexista?



Algunas ideas para reconducir el debate.

Según la Agencia de regulación de la publicidad británica las "formas específicas de estereotipos de género en publicidad pueden contribuir a dañar a adultos y niños". La agencia afirma que esos estereotipos pueden a su vez "restringir las elecciones, aspiraciones y oportunidades" de quienes los vean, especialmente de niñas y adolescentes que están todavía averiguando quiénes son y cuáles son sus objetivos en la vida. Esas representaciones pueden limitar cómo las personas se ven a sí mismas, cómo otros los ven a ellos y así limitar las decisiones que toman en la vida".

La publicidad sexista, además de perpetuar los estereotipos, muestra a la mujer en roles idealizados y busca generar unas necesidades relacionadas en muchos casos con los cánones de belleza impuestos, cosifica a las mujeres, crea expectativas imposibles de cumplir y genera discriminación y desigualdad.

Pediremos al alumnado que creen un checklist para identificar el sexismio en la publicidad.



Además de las ideas que salgan en el grupo, podemos añadir que identificaremos si hay sexismio en la publicidad cuando:

- Promueve modelos que refuerzan los estereotipos establecidos de manera tradicional para cada género.
- Aleja a la mujer del entorno laboral y la relega a las tareas del hogar.
- Fija unos rasgos de belleza femenina y los relaciona con el éxito.
- Representa el cuerpo de la mujer como un objeto.
- Sitúa a la mujer en una posición inferior con respecto al hombre.
- Excluye a la mujer de las decisiones económicas de importancia.



Recomendamos apuntar en la pizarra el checklist para identificar el sexismio en la publicidad, para que lo tengan presente en la siguiente dinámica.



Conclusión. La publicidad sexista es un conjunto de imágenes que muestran estereotipos de los roles de género y fomentan la desigualdad entre hombres y mujeres.

Atenta contra la dignidad de la mujer, presentándola de forma vejatoria o discriminatoria o utilizando su cuerpo de manera desvinculada del producto o servicio que se pretende promocionar.

6

Para finalizar, propondremos al alumnado una dinámica para que analicen anuncios sexistas y que potencian la desigualdad de género.



Divide a la clase en 4 grupos.

Entrega a cada grupo un anuncio (Ver anexo 2. Anuncios)

Cada grupo tendrá que analizar un anuncio y responder a las preguntas que se les plantean.

Los anuncios que van a analizar, las preguntas a las que van a tener que responder y la reflexión que se puede comentar en cada uno de ellos cuando compartan el trabajo al finalizar son:

ANUNCIO 1



Preguntas sobre el anuncio:

- ¿Cuál es el producto que se quiere vender?
- ¿A qué grupo de personas creéis que va dirigido este anuncio?
- ¿Creéis adecuada esta imagen? ¿Por qué?
- ¿Cómo sería este anuncio con gafas violeta?

Información para la reflexión:

Las sandalias Gioseppo para niñas son presentadas de manera erótica. Muestra a una niña que calza sus zapatos en una pose y gesto más bien propio de personas adultas, algo que potencia la peligrosa erotización de la infancia.

ANUNCIO 2



Preguntas sobre el anuncio:

- ¿Cuál es el producto que se quiere vender?
- ¿A qué grupo de personas creéis que va dirigido este anuncio?
- ¿Creéis adecuada esta imagen? ¿Por qué?
- ¿Cómo sería este anuncio con gafas violeta?

Información para la reflexión:

Se trata de un cartel en el que mostraba a una mujer entrenando en ropa interior para promocionar un gimnasio, reduciéndolas a ellas a mero objeto para atraer la atención de los posibles clientes. Este anuncio atenta contra la dignidad de la mujer.

ANUNCIO 3

Preguntas sobre el anuncio:

- ¿Qué nos están anunciando?
- ¿A qué grupo de personas creéis que va dirigido este anuncio?
- ¿Te parece normal o apropiado que aparezca una mujer en esta situación? ¿Por qué?
- ¿Qué roles de género perpetúa este anuncio?
- ¿Cómo sería este anuncio con gafas violeta?

DÍA DE LA MADRE 97%
ENTREGADA. 3%
EGOÍSMO. 0% QUEJAS.
100% MADRE



Información para la reflexión:

El Corte Inglés identificaba a la buena madre, y consecuentemente, una buena mujer, con la que no se queja ni da problemas, la que está entregada totalmente a su familia sin emitir ningún reproche, algo que caía en el estereotipo que promovía las exigencias hacia las mujeres indicándoles que para ser buenas madres deben entregarse por completo, sin emitir ninguna queja.

Este anuncio cosificaba y menospreciaba a la mujer, infravalorando sus posibilidades y restringiendo su función al papel de una madre que no tiene más actividad que la del cuidado de su familia, olvidando otras facetas de su vida como la profesional.

ANUNCIO 4



Preguntas sobre el anuncio:

- ¿Cuál es el producto que se quiere vender?
- ¿A qué grupo de personas creéis que va dirigido este anuncio?
- ¿Creéis adecuada esta imagen? ¿Por qué?
- ¿Cómo sería este anuncio con gafas violeta?

Información para la reflexión:

En esta imagen se anuncian zapatos, pero lo que se muestra es a una mujer en posición de víctima de una agresión, y en la que se visibiliza el poder y control del hombre hacia ella.



Conclusión. Un recurso común en la publicidad consiste en **utilizar el cuerpo de la mujer** (o determinadas partes de su cuerpo) **como valor añadido o estímulo** de carácter sexual para captar la atención de una audiencia mayoritariamente masculina en relación a bienes y servicios muy diversos: desodorantes y colonias, complementos (relojes, gemelos), ropa, coches, bebidas alcohólicas destiladas, pero también servicios de alta gama, equipos tecnológicos, e incluso herramientas, componentes industriales o de construcción, etc.

Se trata de una asociación que **cosifica** a las mujeres, que las presenta como un **premio o un regalo** (para los hombres), como una meta alcanzable previa adquisición del producto. Es cierto que, en algunos casos, estas ofertas han ido orientándose también progresivamente a la presentación de los hombres como ícono, pero la imagen femenina sigue siendo **hegemónica** sin posible comparación.

7

Una vez analizados los anuncios, cada grupo representará una agencia de publicidad.

Una empresa comprometida con la igualdad de género les ha encargado que transformen los anuncios analizados anteriormente, de tal manera que no muestren estereotipos de género.

Cada grupo tendrá que:

- Transformar los anuncios, creando nuevos mensajes que rompan con estereotipos y mensajes sexistas.
- Para la realización del anuncio, cada grupo creará un eslogan y diseñará la imagen publicitaria. Para ello, podrán utilizar recortes de revistas, hacer dibujos, crear la imagen de manera digital, etc.
- Compartir en clase el análisis realizado, los anuncios creados y comentar lo que han eliminado o añadido.



LOS ANUNCIOS IGUALITARIOS CREADOS SE PODRÁN PLASMAR EN UN MURAL PARA COMPARTIR EN EL CENTRO EDUCATIVO.

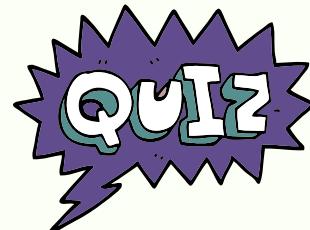
EVALUACIÓN GRUPAL



Para cerrar el taller y poder conocer la valoración del grupo, pide a alumnado que comente:

- Lo que han aprendido.
- Qué actividad les ha gustado más y por qué.
- Si hay algún tema sobre el que les gustaría saber más.

**Y contesten entre toda la clase a las siguientes cuestiones recogidas en este quiz.
Pincha en la imagen para acceder a él:**



Anexo 1.

Grupo 1	Mujer	Hombre	Ambos	Biológica	Social o cultural
Ternura					
Racionalidad					
Seguridad					
Afectividad					
Empatía					

Grupo 2	Mujer	Hombre	Ambos	Biológica	Social o cultural
Sumisión					
Frivolidad					
Ambición					
Rebeldía					
Eficacia					

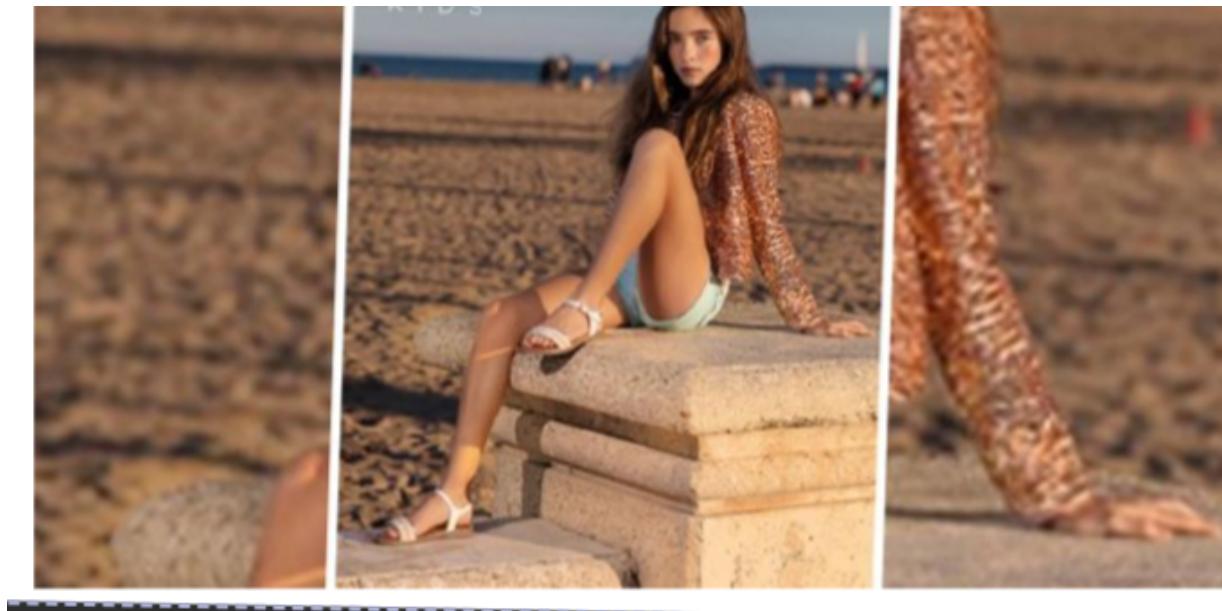
Anexo 1.

Grupo 3	Mujer	Hombre	Ambos	Biológica	Social o cultural
Debilidad					
Valentía					
Independencia					
Irracionalidad					
Intuición					

Grupo 4	Mujer	Hombre	Ambos	Biológica	Social o cultural
Sensibilidad					
Espíritu emprendedor					
Inteligencia					
Dependencia					
Pasividad					

Anexo 2.

Grupo 1



¿Cuál es el producto que se quiere vender?

¿A qué grupo de personas creéis que va dirigido este anuncio?

¿Creéis adecuada esta imagen? ¿Por qué?

¿Cómo sería este anuncio con gafas violeta?



¿Cuál es el producto que se quiere vender?

¿A qué grupo de personas creéis que va dirigido este anuncio?

¿Creéis adecuada esta imagen? ¿Por qué?

¿Cómo sería este anuncio con gafas violeta?

Anexo 2.

Grupo 3



**DÍA DE LA
MADRE 97%
ENTREGADA.
3% EGOÍSMO.
0% QUEJAS.
100% MADRE**

¿Qué nos están anunciando?

¿A qué grupo de personas creéis que va dirigido este anuncio?

¿Te parece normal o apropiado que aparezca una mujer en esta situación? ¿Por qué?

¿Qué roles de género perpetúa este anuncio?

¿Cómo sería este anuncio con gafas violeta?

Anexo 2.

Grupo 4



¿Cuál es el producto que se quiere vender?

¿A qué grupo de personas creéis que va dirigido este anuncio?

¿Creéis adecuada esta imagen? ¿Por qué?

¿Cómo sería este anuncio con gafas violeta?

ACTIVIDAD 2

Objetivos:

- **Reflexionar** sobre cómo influye la música en la construcción de los estereotipos de género.
- **Identificar** mensajes machistas, sexistas, violentos o que fomentan la desigualdad de género en la música.
- **Promover** la implicación de la juventud en la promoción de la igualdad de género.

Duración de la actividad: 45-50 minutos.

Materiales: ordenador, pantalla, altavoces, conexión a internet, anexos 3 y 4, y enlace al taller para acompañar la actividad (A continuación encontrarás un enlace a genially para poder compartir en clase los videos o material necesario para el desarrollo de la actividad).



Enlace a taller en Genially

Pincha en la imagen
para acceder

DESARROLLO

1

Comenzamos el taller preguntando al alumnado las siguientes preguntas para la reflexión:



- ¿Por qué os gusta una música y no otra?
- ¿Os identificáis con el tipo de música que escucháis?
- ¿En vuestro grupo de amistades, escucháis la misma música?
- ¿En qué os fijáis más? en la letra, en la música, en las emociones que os transmite,..
- Cuando os gusta una canción ¿os paráis a escuchar detenidamente la letra?
- ¿Os parece importante que la música transmita buenos valores?
- ¿Os habéis fijado alguna vez en si una canción o un videoclip es sexista?
- ¿Cómo identificáis si una canción o videoclip es sexista?
- ¿Creéis que ahora hay más música sexista que hace unos años? O por el contrario, ¿creéis que cada vez hay menos música sexista?.
- ¿Por qué creéis que se hacen este tipo de canciones?



2

Continuamos la actividad visualizando un video creado por el alumnado de bachillerato de la Escuela de Arte José María Cruz Novillo de Cuenca.

Con este video se pretende hacer reflexionar sobre los mensajes machistas que pasan desapercibidos cuando vienen acompañados de música. Lo encontrarás también en la presentación en genially.



Este video puedes proyectarlo pinchando en la imagen para acceder al Genially (Actividad 2.1)

3

Para la reflexión siguiente, pon esta imagen con las frases que encontrarás en la presentación en Genially.



Esta imagen la puedes proyectar pinchando en la imagen para acceder al Genially (Actividad 2.2.)

Después de ver el video, podemos lanzar al alumnado las siguientes preguntas para la reflexión:

- ¿Qué frases de las que salen en el video habéis escuchado? ¿Os suenan?
- ¿Qué os parecen los mensajes que habéis escuchado?
- Cuando las letras machistas o que promueven la violencia de género vienen acompañadas de música, ¿nos pasan desapercibidos los mensajes que nos transmiten?
- ¿Qué frases os han sorprendido más?
- ¿Cómo os ha hecho sentir a las mujeres?
- ¿Cómo os ha hecho sentir a los hombres?

Algunas ideas para reconducir el debate.

Podemos incidir en que las frases que fomentan la violencia las encontramos a lo largo de la historia de la música de manera habitual, y aunque existen grupos de música en la actualidad implicados contra la violencia de género, existen muchos otros que aún siguen perpetuando la violencia de género como algo normalizado, y todas y todos aprenderemos de aquello que vemos, o escuchamos.

En nuestra sociedad es habitual escuchar canciones de música popular donde los roles de hombre y mujer quedan muy delimitados en torno a los estereotipos.

La música es uno de los mejores canales de transmisión de información por su gran capacidad para grabarse en nuestra memoria.

Las canciones que contienen letras que fomentan o perpetúan la violencia de género o que luchan contra ella, quedan grabadas en la memoria colectiva y dan testimonio sobre la sociedad que las rodea, comunicando ideas, educando y en determinados casos, sensibilizando, de ahí la importancia de las letras y composiciones de la música a través de nuestra historia.

Es importante tener capacidad crítica ante aquellas que son machistas y normalizan la violencia de género y no ser cómplices.

Continuaremos con el visionado del videoclip **"Mala Mujer"** de C. Tangana, para que grupalmente identifiquen y reflexionen sobre los mensajes e imágenes sexistas y machistas que se escuchan y visibilizan en la canción. Lo encontrarás en la presentación en genially.



Este video puedes proyectarlo pinchando en la imagen para acceder al Genially (Actividad 2.3.)

Después de ver el video, podemos lanzar al alumnado las siguientes preguntas para la reflexión:

- ¿Habíais escuchado la letra de esta canción?
- ¿Qué frases os han sorprendido más?
- ¿Cómo os ha hecho sentir a las mujeres?
- ¿Cómo os ha hecho sentir a los hombres?
- ¿Qué os parecen las imágenes del video? ¿Qué imagen proyecta de la mujer? ¿Y de su cuerpo? ¿Cómo lo muestra?
- ¿Qué consecuencias tienen este tipo de letras en la sociedad? ¿Pueden fomentar la violencia?.



Recomendamos que la participación en clase sea igualitaria, favoreciendo la participación de hombres y de mujeres, y que todas y todos den su visión sobre este video.

Conclusión. A día de hoy, C. Tangana es el artista español de trap más famoso en nuestro país y aunque su estilo no tiene nada que ver con el reggaeton, sus letras comparten algo en común: convierten a las mujeres en objetos, además de tacharlas de malas y peligrosas.

5

Continuaremos, proponiendo al alumnado el análisis de estrofas de canciones que promueven la desigualdad de género.

Divide la clase en grupos de 4-5 participantes.
Entrega a cada grupo una estrofa de una canción.
(Ver Anexo 3. Estrofas de canciones).

"Olvidame zorra
Mejor te lo ahorras
Que eso del amor
Con el tiempo se borra.

Ojalá te vaya mal
Pensaba que me querías
¿y qué iba a saber yo?
Solo eres una guarra
Que nació sin corazón
Quédate con tus dos tetas
De portada de interviú
Que ahora soy feliz
Con alguien que es mucho mejor que tú.

Es verdad el amor es ciego
Pero ya veo la luz
Y solo te llamaría
Si yo abriera un puticlub".

NYNO VARGAS

"Tendría que besarte,
desnudarte, pegarte y luego
violarte
Hasta que digas sí
Hasta que digas sí
Hasta que digas sí, sí, sí
Hasta que digas sí".

LOS RONALDOS

"No te asombres Si una noche
Entro a tu cuarto y nuevamente te
hago mía
Bien conoces Mis errores
El egoísmo de ser dueño de tu vida
Eres mía, mía, mía
No te hagas la loca, eso muy bien ya
lo sabías".

ROMEO SANTOS

"Estoy enamorado de cuatro babys,
siempre me dan lo que quiero, chingan
cuando yo les digo, ninguna me pone pero,
dos son casadas, hay una soltera, la otra
medio psycho y si no la llamo se
desespera"

MALUMA

"Solía amarla, pero tuve que matarla, tuve
que enterrarla seis pies bajo tierra y aún
puedo oír cómo se queja"

GUNS AND ROSES

"Oh, ¿no puedes ver
que tú me perteneces?
Cómo duele mi pobre corazón
con cada paso que das.
Cada movimiento que hagas,
y cada promesa que rompas
cada sonrisa que finjas, cada parte que
reclames,
te estaré vigilando".

THE POLICE

Cada grupo tendrá que:

- Identificar los mensajes machistas, violentos o que fomenten la desigualdad de género.
- Comentar qué sentimientos les ha producido la letra de la estrofa que les haya tocado analizar.
- Transformar la estrofa creando nuevos mensajes que rompan con estereotipos y mensajes sexistas.
- Compartir en clase el análisis realizado, las estrofas creadas y comentar lo que han eliminado o añadido.



Conclusión. Podemos reflexionar con el alumnado que las estrofas que han analizado son de grupos que todos y todas hemos cantado o bailado alguna vez. Lo que vemos, escuchamos y aprendemos de manera desigual a lo largo de nuestra vida tiene consecuencias.

Millones de personas en todo el mundo, interiorizamos y normalizamos estas peligrosas frases. Sin embargo, cuando les ponemos música parecen pasar desapercibidas.

En la selección de las estrofas han podido conocer mensajes sexistas que escucha la juventud o que hemos escuchado siempre, por lo que antes y ahora aún seguimos encontrando los mismos tipos de mensajes sexistas, machistas o que muestran la violencia de género.

6

Continuaremos escuchando canciones de hombres y mujeres que hoy en día sí están implicados/as contra las violencias machistas y promueven la igualdad de género.

Reflexionaremos sobre lo que aprendemos con los mensajes en pro de la igualdad en la música.



Este video puedes proyectarlo pinchando en la imagen para acceder al Genially (Actividad 2.4.)

7

Después de ver y escuchar las canciones, podemos lanzar al alumnado las siguientes preguntas para la reflexión:

- ¿Qué mensajes nos han transmitido?
- ¿Creeis que es importante que haya grupos implicados contra la violencia de género?
- ¿Qué valores aprendemos con estas canciones?
- ¿Qué consecuencias tienen este tipo de letras en tu grupo de amistades?
- ¿Pueden contribuir a fomentar la igualdad de género?

8

Para terminar, podemos pedir al alumnado la creación de una letra completa que rompa prejuicios sexistas y promueva la igualdad de género.

Una vez creadas, podrán buscar una base musical y compartirlas en el centro dentro de otras actividades que se realicen.

9

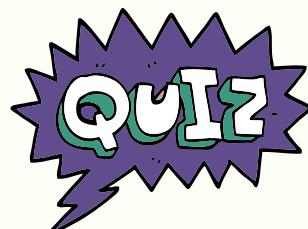
EVALUACIÓN GRUPAL



Para cerrar el taller y poder conocer la valoración del grupo, pide al alumnado que comenten:

- Lo que han aprendido.
- Qué actividad les ha gustado más y por qué.
- Hay algún tema sobre el que les gustaría saber más.

**Y contesten entre toda la clase a las siguientes cuestiones recogidas en este quiz.
Pincha en la imagen para acceder a él:**





Anexo 3. Estrofas

**"OLVÍDAME ZORRA
MEJOR TE LO AHORRAS
QUE ESO DEL AMOR
CON EL TIEMPO SE BORRA.**

**OJALÁ TE VAYA MAL
PENSABA QUE ME
QUERÍAS
¿Y QUÉ IBA A SABER YO?
SOLO ERES UNA GUARRA
QUE NACIÓ SIN CORAZÓN
QUÉDATE CON TUS DOS
TETAS
DE PORTADA DE INTERVIÚ
QUE AHORA SOY FELIZ
CON ALGUIEN QUE ES
MUCHO MEJOR QUE TÚ.**

**ES VERDAD EL AMOR ES
CIEGO
PERO YA VEO LA LUZ
Y SOLO TE LLAMARÍA
SI YO ABRIERA UN
PUTICLUB".**

NYNO VARGAS

**"ESTOY ENAMORADO DE
CUATRO BABYS, SIEMPRE
ME DAN LO QUE QUIERO,
CHINGAN CUANDO YO LES
DIGO, NINGUNA ME PONE
PERO, DOS SON CASADAS,
HAY UNA SOLTERA, LA OTRA
MEDIO PSYCHO Y SI NO LA
LLAMO SE DESESPERA"**

MALUMA

**"TENDRÍA QUE
BESARTE,
DESNUDARTE, PEGARTE
Y LUEGO VIOLARTE
HASTA QUE DIGAS SÍ
HASTA QUE DIGAS SÍ
HASTA QUE DIGAS SÍ, SÍ,
SÍ
HASTA QUE DIGAS SÍ".**

LOS RONALDOS



Anexo 3. Estrofas

**"NO TE ASOMBRES SI
UNA NOCHE
ENTRO A TU CUARTO Y
NUEVAMENTE TE HAGO
MÍA
BIEN CONOCES MIS
ERRORES
EL EGOÍSMO DE SER
DUEÑO DE TU VIDA
ERES MÍA, MÍA, MÍA
NO TE HAGAS LA LOCA,
ESO MUY BIEN YA LO
SABÍAS".**

ROMEO SANTOS

**"SOLÍA AMARLA, PERO TUVE
QUE MATARLA, TUVE QUE
ENTERRARLA SEIS PIES
BAJO TIERRA Y AÚN PUEDO
OÍR CÓMO SE QUEJA"**

GUNS AND ROSES

**"OH, ¿NO PUEDES VER
QUE TÚ ME PERTENECEST
CÓMO DUELE MI POBRE
CORAZÓN
CON CADA PASO QUE DAS.
CADA MOVIMIENTO QUE
HAGAS,
Y CADA PROMESA QUE
ROMPAS
CADA SONRISA QUE FINJAS,
CADA PARTE QUE RECLAMES,
TE ESTARÉ VIGILANDO".**

THE POLICE

ACTIVIDAD PARA REALIZAR CON LAS FAMILIAS

Se propone realizar una actividad para que el alumnado pueda compartir el trabajo realizado en su casa.

Para ello, pide al alumnado que:

1º COMENTE: Comentar en casa la temática de la actividad.

2º INVESTIGUE: Investigar canciones de grupos que suelen escuchar en casa adultos/as y jóvenes.

3º DESCUBRA: Identificar cuáles tienen letras sexistas.



ACTIVIDAD PARA REALIZAR CON LA COMUNIDAD EDUCATIVA

Se propone realizar una campaña en el municipio en coordinación entre el centro educativo y el Centro de la Mujer.

Con motivo de la celebración del Día internacional contra la violencia de género, el alumnado se podrá implicar en dinamizar la siguiente actividad.

Se llevarán marcapáginas en los que en la cara A de estos se podrá leer una estrofa no igualitaria. Las personas participantes en la actividad se implicarán en escribir una estrofa igualitaria en la cara B de estos.



Ver Anexo 4 Marcapáginas: Imprimir a doble cara para hacer coincidir la portada con la contraportada del marcapáginas y recortar.

Una vez realizados serán entregados a otras personas que acudan a la actividad, para promover la reflexión crítica sobre las letras de las canciones que fomentan la violencia de género y que la ciudadanía conozca las propuestas de estrofas que promueven la igualdad.

¿CÓMO TE SUENA ÉSTO?

• • • • • • • • • •
"No te asombres
si una noche
entro a tu cuarto y
nuevamente te hago mía.



Bien conoces
mis errores,
el egoísmo de ser dueño de
tu vida.

Eres mía, mía, mía.

No te hagas la loca,
eso muy bien ya lo sabías".

ROMEO SANTOS



DALE LA VUELTA AL
MARCAPÁGINAS

¿CÓMO TE SUENA ÉSTO?

• • • • • • • • • •
"Olvidame zorra, mejor te lo ahorras
que eso del amor, con el tiempo se
borra. Ojalá te vaya mal, pensaba
que me querías.

¿Y qué iba a saber yo? Solo eres una
guarra que nació sin corazón.

Quédate con tus dos tetas de
portada de interviú.

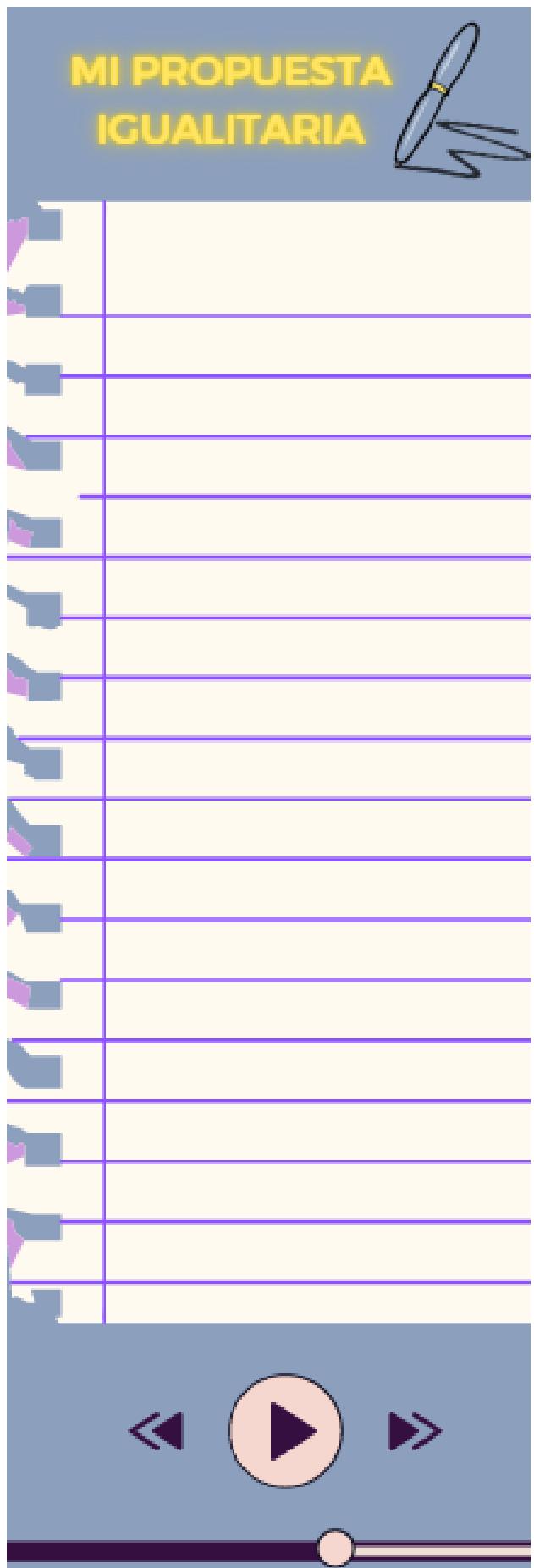
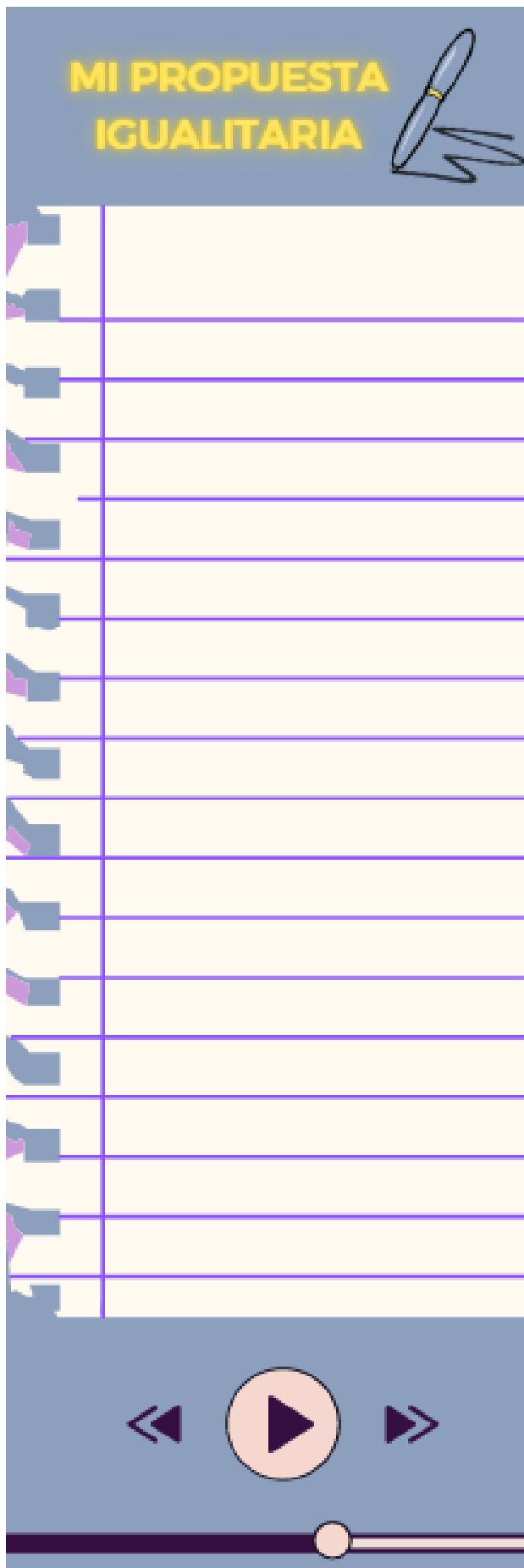
Que ahora soy feliz con alguien que
es mucho mejor que tú.

Es verdad el amor es ciego, pero ya
veo la luz. Y solo te llamaría si yo
abriera un puticlub.

NYNO VARGAS



DALE LA VUELTA AL
MARCAPÁGINAS



¿CÓMO TE SUENA ÉSTO?



"Tendría que
besarte, desnudarte,
pegarte y luego violarte
Hasta que digas sí
Hasta que digas sí
Hasta que digas sí, sí, sí
Hasta que digas sí".

LOS RONALDOS



DALE LA VUELTA AL
MARCAPÁGINAS

¿CÓMO TE SUENA ÉSTO?

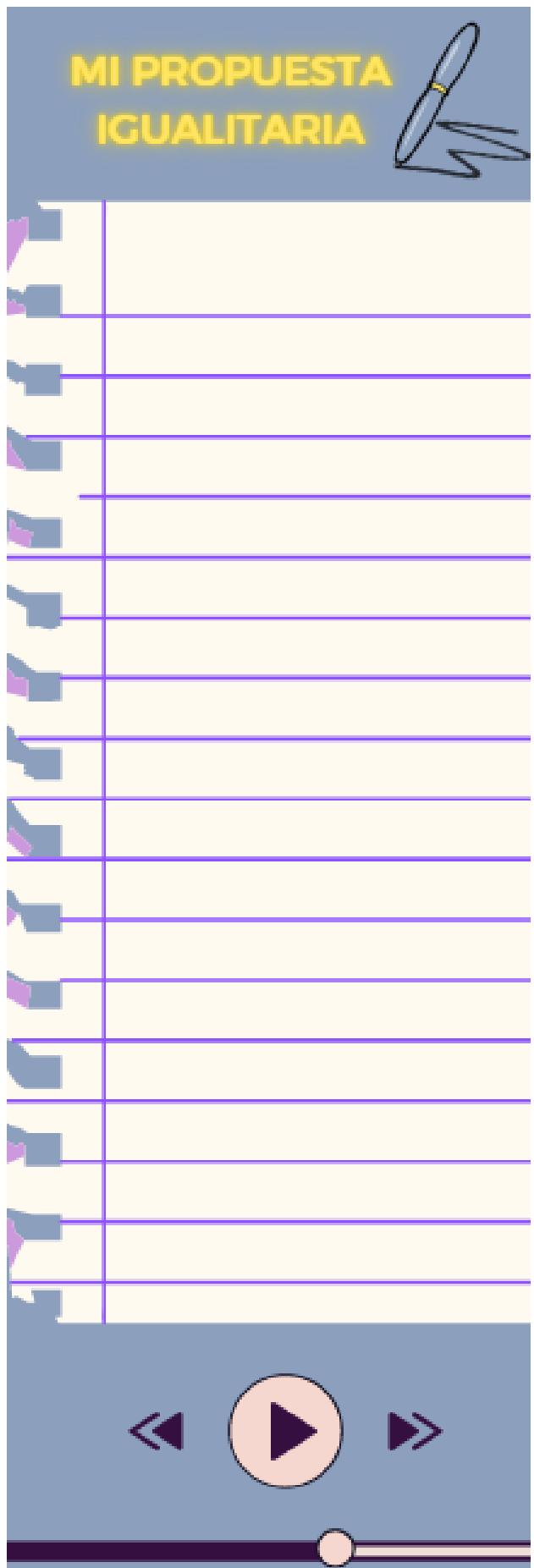
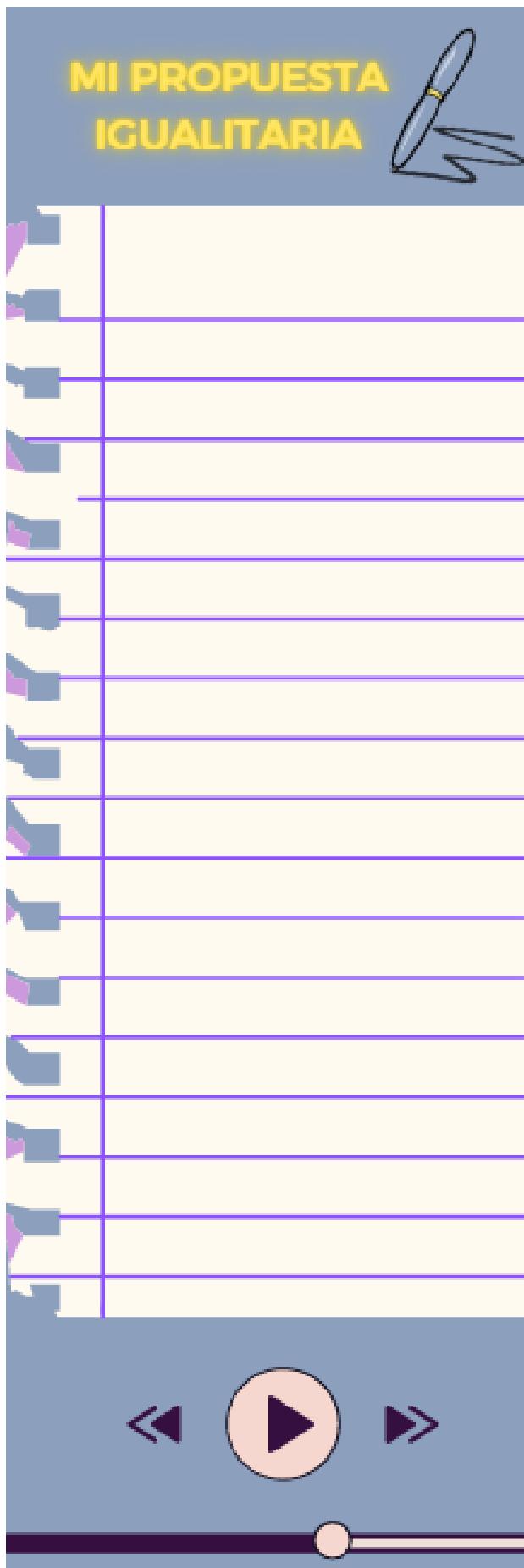


"Estoy enamorado
de cuatro babys
siempre me dan
lo que quiero,
chingan cuando yo les digo,
ninguna me pone pero
dos son casadas,
hay una soltera,
la otra medio psycho y si no
la llamo se desespera"

MALUMA



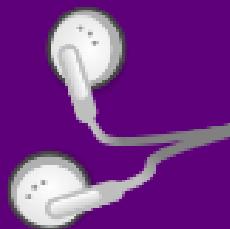
DALE LA VUELTA AL
MARCAPÁGINAS



¿CÓMO TE SUENA ÉSTO?



"Oh, ¿no puedes ver
que tú
me perteneces?



Cómo duele mi
pobre corazón.

Con cada paso que das,
cada movimiento que hagas,
y cada promesa que rompas
cada sonrisa que finjas,
cada parte que reclames,
te estaré vigilando"

THE POLICE



DALE LA VUELTA AL
MARCAPÁGINAS

¿CÓMO TE SUENA ÉSTO?



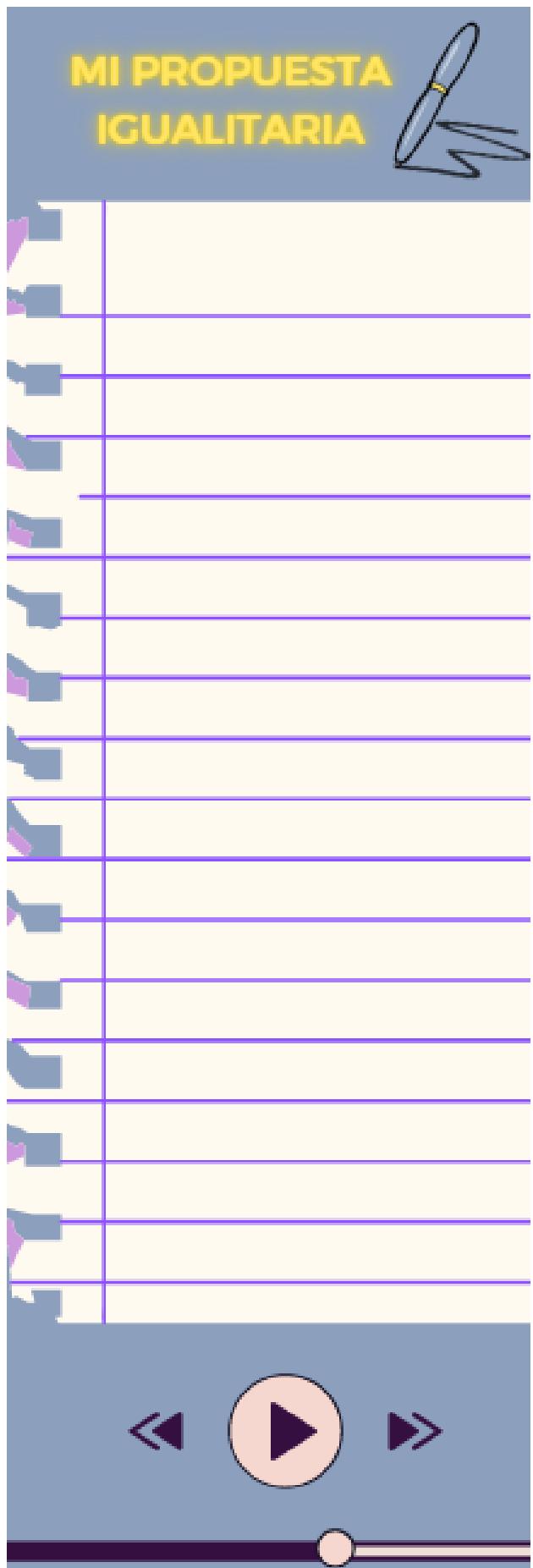
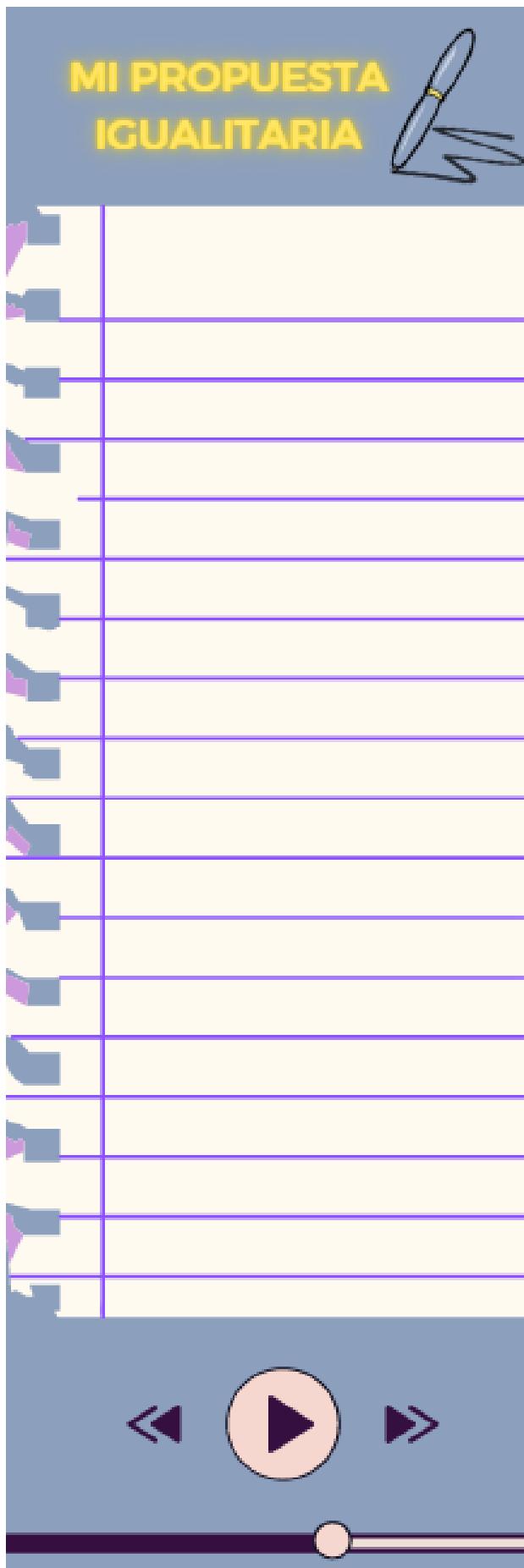
"Solía amarla,
pero tuve
que matarla,
tuve que enterrarla
seis pies bajo tierra
y aún puedo oír
cómo se queja"



GUNS N' ROSES



DALE LA VUELTA AL
MARCAPÁGINAS





5. RECURSOS PARA SABER MÁS

Libro: "**Maldito Estereotipo**" Yolanda Domínguez, Año 2021.
<http://yolandadominguez.com/portfolio/maldito-estereotipo/>

Estudio-Investigación :**"Publicidad y Campañas Navideñas de Juguetes. ¿Promoción o ruptura de estereotipos y roles de género"**. Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades Ministerio de Igualdad. Año 2020.
<https://observatoriofix.es/wp-content/uploads/2020/11/PublicidadJuguetesNavidad.pdf>

Estudio-investigación: "**Estereotipos, roles y relaciones de género en series de televisión de producción nacional: Un análisis sociológico**". Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades Ministerio de Igualdad. Año 2020.
https://www.inmujeres.gob.es/areasTematicas/AreaEstudiosInvestigacion/docs/Estudios/Estereotipos_roles_y_relaciones_de_genero_Series_TV2020.pdf

Libro: "**El Papel de las Mujeres en el Cine**". Pilar Aguilar Carrasco. Año 2018.
<https://docplayer.es/74758280-Pilar-aguilar-carrasco-el-papel-de-las-mujeres-en-el-cine.html>

Artículo: "**Campañas de publicidad que ayudan a romper barreras**". Pilar Ruiz de Gauna. Año 2016.
<https://www.marketingdirecto.com/marketing-general/publicidad/10-campanas-para-concienciar-romper-barreras-dia-internacional-mujer>

Video: "**Situación actual de la imagen de las mujeres dentro de los videojuegos**". Ministerio de Igualdad del Gobierno de España. Año 2021.
<https://www.youtube.com/watch?v=C5QMk9Z5ehY>

Artículo: "**Barriguitas versus megacoches: el cuento de nunca acabar de la publicidad sexista**". Violeta Molina Gallardo. Año 2021.
<https://www.epe.es/es/igualdad/20211209/publicidad-sexista-discriminacion-infancia-ninos-ninas-12938434>

Recurso web: "**Observatorio de la imagen de las mujeres**". Ministerio de Igualdad del Gobierno de España. Año de creación 1994.
<https://www.inmujeres.gob.es/observatorios/observImg/home.htm>

Recurso web: **Cine y Valores APOCLAM**
<https://www.cineyvalores.apoclam.org/>



6. GLOSARIO

GÉNERO

Es el conjunto de características sociales, culturales, políticas, psicológicas, jurídicas, económicas asignadas a las personas en forma diferenciada de acuerdo al sexo. Refiere diferencias y desigualdades entre hombres y mujeres por razones sociales y culturales.

IDENTIDAD DE GÉNERO

Es aquel juicio de autodefinición que cada persona hace de sí misma en relación al sexo al que cree o siente pertenecer. Autopercepción identitaria que nos define como mujer, hombre o persona no binaria.

EXPRESIÓN DE GÉNERO

Conjunto de códigos, símbolos y aspectos que, como nuestra vestimenta, accesorios y/o roles de género, nos posicionan dentro del binarismo masculino/femenino.

ORIENTACIÓN SEXUAL

Se refiere por el que te sientes atraído/a (física, emocional, espiritual y románticamente).

ROL DE GÉNERO

Conjunto de tareas y funciones que realizan las mujeres y hombres según lo que cada sociedad les asigne y no se basan en ningún determinante biológico.

ESTEREO TIPO

Juicio que se fundamenta en una idea preconcebida, estableciendo determinados roles en estrecha vinculación con el prejuicio. Es la creencia exagerada asociada a una categoría, y su función es justificar (racionalizar) nuestra conducta en relación a la cultura del género.

SEXISMO

Actitudes basadas en la diferenciación por razón de sexo, dando como resultado la desigualdad y la jerarquización entre mujeres y hombres.

PATRIARCADO

Sistema social, cultural y económico por el que el hombre determina las pautas de comportamiento y de actuación de las mujeres en el ámbito público y privado, lo que supone su sometimiento y subordinación hacia el varón.

IGUALDAD DE GÉNERO

Situación en que todos los seres humanos son libres de desarrollar sus capacidades personales y de tomar decisiones, sin las limitaciones impuestas por los roles tradicionales, y en la que se tienen en cuenta, valoran y potencian por igual las distintas conductas, aspiraciones y necesidades de las mujeres y de los hombres.

DISCRIMINACIÓN DE GÉNERO

Es la situación en la que una persona es tratada de forma menos favorable que otra, en situación análoga o comparable por razón de sexo o por una circunstancia relacionada con el sexo. Dicha situación es desfavorable, generalmente a las mujeres, en base a la condición sexual o la subvaloración de las actividades asignadas a ellas.

TECHO DE CRISTAL

Limitación velada del ascenso laboral, tanto en funciones como en remuneración, de las mujeres dentro del mundo laboral. Este “techo” limita sus carreras profesionales y sus oportunidades de mejorar sus condiciones laborales.

GAFAS VIOLETAS

Ponernos las gafas violetas es una metáfora para explicar cómo se ve la vida con perspectiva de género. Estas simbólicas gafas nos proporcionan una mirada crítica para descubrir las desigualdades entre hombres y mujeres.



7. EVALUACIÓN UNIDAD DIDÁCTICA

Para evaluar el desarrollo de esta unidad didáctica, hemos elaborado un cuestionario de opinión para el profesorado.

Escanea el Código QR o accede al enlace:



<https://encuestas.jccm.es/index.php?r=survey/index&sid=599388&newtest=Y>

**Muchas gracias por vuestra implicación en la promoción
de la igualdad de género en la juventud**

