

Gender

A B C

Programa Educativo
para Educación Secundaria



Normas sociales y estereotipos de género

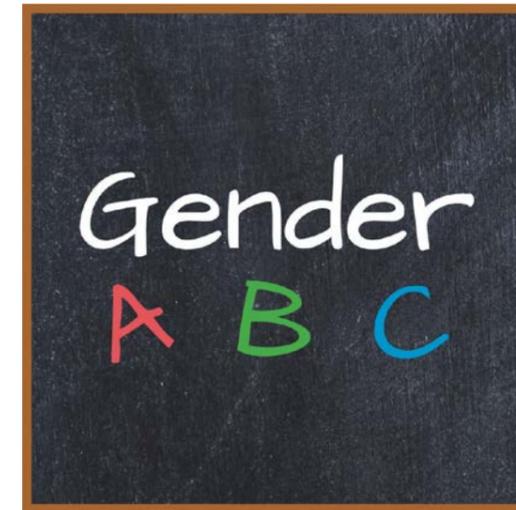
El Proyecto GenderABC está coordinado por



y puesto en marcha por



Esta publicación ha sido financiada por el Programa Derechos, Igualdad y Ciudadanía (2014-2020) de la Unión Europea.



Programa Educativo
para Educación
Secundaria

Normas sociales y estereotipos de género

Este módulo educativo ha sido elaborado por **AIDOS** en el marco del proyecto GenderABC.

Índice

Índice	2
Sección I - Introducción	3
1. Finalidad	3
2. Temas principales	3
3. Palabras clave	3
4. Objetivos de aprendizaje	3
5. Listado de actividades	4
Sección II - Actividades	5
Actividad 1: <i>Hablando de género</i>	5
• Contexto	5
• Desarrollo	5
• Síntesis	6
Actividad 2: <i>Juego de la publicidad</i>	7
• Contexto	7
• Desarrollo	7
• Síntesis	8
Actividad 3: <i>Prejuicios</i>	9
• Contexto	9
• Desarrollo	9
• Síntesis	10
Estructura de la sesión	11
Lista de Módulos	13

Sección I

INTRODUCCIÓN

1. Finalidad

El objetivo de este módulo es analizar las normas y los modelos sociales más significativos que definen las diferencias entre hombres y mujeres y originan las desigualdades de género. Promoveremos que el alumnado tome conciencia de que las expectativas que existen sobre las identidades de hombres y mujeres se nutren de la cultura, el lenguaje, la educación y la familia, y que dependen del momento histórico, así como del contexto cultural. La finalidad es reflexionar sobre el vínculo histórico entre estas normas sociales y la desigualdad de género, sobre los mecanismos por los que se consolidan estos estereotipos y prejuicios sexistas (socialización diferencial) y sobre el alcance que tienen para limitar y/o impedir el desarrollo individual y la consecución de los objetivos e inclinaciones personales.

2. Temas principales

- Desigualdad de género.
- Normas sociales, roles y estereotipos de género.
- Sexismo en el lenguaje.
- Identificación y superación de prejuicios sexistas y/o de género.
- Diferencias culturales y cambio de las tradiciones.
- Igualdad de género.

3. Palabras clave

**Género • Igualdad de género • Estereotipos de género
Roles de género • Sexismo en el lenguaje • Normas sociales • Tradición**

4. Objetivos de aprendizaje

- Promover la reflexión sobre actitudes y comportamientos estereotipados y no estereotipados desde un enfoque de género.
- Aumentar la propia conciencia y el conocimiento de estereotipos muy arraigados, sesgados o involuntarios.
- Trabajar sobre el lenguaje sexista y los mensajes culturales que alimentan los prejuicios de género y la desigualdad entre hombres y mujeres.
- Dar valor a las imágenes y representaciones libres de prejuicios de género.
- Promover el pensamiento crítico y la libre expresión.

5. Listado de actividades

	 Nombre de la actividad	 Duración total	 Materiales	 Importancia ¹
1	Hablando de género	45 minutos	<ul style="list-style-type: none"> • Periódicos y revistas, fotos y publicidad • Pegamento • Tijeras • Póster 	☆☆☆
2	Juego de la publicidad	45 minutos	<ul style="list-style-type: none"> • Póster • Rotuladores y bolígrafos • Papel de colores 	☆☆☆
3	Prejuicios	45-60 minutos	<ul style="list-style-type: none"> • Bolígrafos • Papel • Reproductor multimedia 	☆☆☆

¹ Las actividades están clasificadas de una a tres estrellas, por orden de menor a mayor importancia, es decir, tres estrellas significa que la actividad es muy recomendable.

Sección II

ACTIVIDADES

Actividad I Hablando de género ☆☆☆



Tiempo total de la actividad

45 minutos
Preparación: 10
Realización: 15
Seguimiento: 20



Materiales

- Periódicos y revistas, fotos, publicidad
- Pegamento
- Tijeras
- Póster

→ CONTEXTO

El objetivo de esta actividad es doble: por un lado, **reconocer los modelos de género** más extendidos y representados en la propia cultura; por otro, facilitar el **reconocimiento de la intercambiabilidad de los roles de género**.

→ DESARROLLO

Comenzaremos la actividad involucrando al alumnado en el taller en una breve introducción a los roles y estereotipos de género, ofreciendo sugerencias y haciendo preguntas, sin anticipar demasiado ni empezar una disquisición filosófica sobre el tema.



A Colocaremos en el centro de la sala periódicos, revistas, folletos publicitarios que anuncien ropa o juegos, fotos de gente famosa en diferentes ámbitos como la música, el cine o los deportes, por ejemplo. Es importante proporcionar tantas representaciones como sea posible, usar fotografías de personas reales y ficticias, e incluir también objetos y actividades cotidianas (profesiones del ámbito laboral, tareas relacionadas con el trabajo doméstico y de cuidados, deportes, moda..., etc.) y que estas imágenes estén dirigidas a diferentes perfiles (personas adultas, jóvenes, hombres, mujeres, etc.).



B Se les pedirá que miren el material y elijan de una a tres fotografías que, en su opinión, sean representativas del género masculino y femenino (el número de fotos se adaptará al tiempo disponible).



C Se proporcionará un póster, que se dividirá en dos partes (masculino y femenino), dejando un espacio en blanco en el centro (que se usará cuando haya diversidad de opiniones). A continuación, se les pedirá que coloquen las fotografías en su sección correspondiente y comiencen un debate sobre las características asociadas a mujeres y hombres: ¿Han cambiado con el tiempo? ¿Y en culturas diferentes? Si estuvieran presentes en el otro género, ¿qué efecto tendrían?



D Más adelante, el objetivo será reflexionar sobre la disparidad de las dos representaciones generales de masculino y femenino, utilizando las dicotomías que surjan en el debate (fuerte/débil, hogar/trabajo, naturaleza/cultura, etc.) y sobre la naturaleza cultural y no biológica de la mayoría de los aspectos que materializan la dicotomía de género.



E Al final, revisaremos la sistematización de la información, para poder reflexionar y debatir sobre la actividad. Durante esta fase final, las normas sociales y estereotipos de género surgirían de cuestiones culturales, y en ese punto, nuestra tarea será facilitar la reflexión de las representaciones y roles de género que van más allá de los establecidos, introduciendo el concepto de intercambiabilidad de roles.

→ SÍNTESIS

El grupo finalizará la actividad compartiendo sus opiniones sobre lo que ha surgido. Reflexionarán sobre el papel que juega la cultura en la creación, mantenimiento y superación de las normas sociales y los roles, estereotipos y prejuicios de género.

Señalaremos cómo los roles de género están sujetos a cambios culturales, cómo evolucionan con el tiempo y cambian según la sociedad y el microcosmos en el que se hayan introducido (como el contexto familiar). Cuando sea necesario, pondremos ejemplos que traigan de nuevo a colación las imágenes que se han analizado.

Necesitaremos **fomentar** la curiosidad, la apertura de mente y las habilidades para aceptar y recibir bien cualquier punto de vista con el fin de promover la reflexión crítica y animar al grupo a debatir sus opiniones. Cualquier tipo de juicio o reproche podría ser contraproducente y deberá evitarse, incluso si las personas que participan en el taller, de manera más o menos consciente, defienden la desigualdad de género o apoyan estereotipos sexistas y prejuicios de género.

Actividad 2 Juego de la publicidad ★★★



Tiempo total de la actividad

45 minutos
Preparación: 5
Realización: 25
Seguimiento: 15



Materiales

- Póster
- Rotuladores y bolígrafos
- Papel de colores

→ CONTEXTO

Comenzamos la actividad mostrando el póster de la actividad anterior. El objetivo es **retomar el debate sobre los estereotipos y profundizar en él**. Después de la actividad introductoria, se divide la clase en grupos de 4-5 participantes y se explica el juego de roles.

→ DESARROLLO



A Cada grupo representará una reunión en una agencia de publicidad. Una marca conocida ha encargado un anuncio para promocionar productos que no muestren estereotipos de género.



B Para la realización del anuncio, cada grupo creará un eslogan y una imagen (un dibujo, una tira cómica, una foto, la descripción de una escena). Si es posible y resulta útil, podrán usar sus móviles para descargar imágenes.

Cada grupo tendrá una tarea específica:

- **Grupo 1** anuncia productos de limpieza (lavavajillas, limpiador del suelo, etc.).
- **Grupo 2** anuncia productos de cuidado infantil (pañales, ropa).
- **Grupo 3** promociona productos de carpintería y bricolaje (martillos, sierras).
- **Grupo 4** promociona ropa interior (calzoncillos, pijamas).

Para facilitar y ayudar en la actividad, asignaremos a cada grupo un producto específico, como se sugiere en los paréntesis.

→ SÍNTESIS

La actividad finalizará con una sesión en plenario en la que los grupos harán comentarios y compartirán sus opiniones y pensamientos. Si cuesta que arranque la discusión, podemos hacer las siguientes preguntas:



- ¿Tiene este anuncio algo diferente de los anuncios que normalmente vemos en TV?
- ¿Qué mensaje transmite que sea diferente de los otros?

Actividad 3 Prejuicios ★★★



Tiempo total de la actividad

45-60 minutos

Preparación: 15

Realización: 20-35

Seguimiento: 10



Materiales

Bolígrafos

Papel

Reproductor multimedia

→ CONTEXTO

El objetivo de esta actividad es **favorecer el propio conocimiento y la expresión de las emociones**. Al poner por escrito tus pensamientos, sentimientos y emociones, ello te ayuda a entenderte mejor.

Ayuda también a desarrollar la inteligencia emocional y a llegar a comprender de forma más profunda cómo se perciben los estereotipos.

→ DESARROLLO



Pediremos al grupo que retome el hilo del debate de la sesión anterior.



A continuación, verán un vídeo (*página siguiente*), que servirá de introducción a una breve discusión en plenario y para una actividad individual por escrito.



Después se iniciará un debate sobre los estereotipos y prejuicios descritos en el vídeo. El grupo debatirá sobre la manera en que perciben estos estereotipos, en relación tanto con la situación actual como con sus contextos culturales e históricos.

Gender A B C

Proyecto realizado por:



End FGM
EUROPEAN NETWORK



APF
ASSOCIAÇÃO PARA O PLANEAMENTO DA FAMÍLIA



AIDOS
ASSOCIAZIONE ITALIANA
DONNE PER LO SVILUPPO



Proyecto cofinanciado
por la Unión Europea