


FICHA PEDAGÓGICA

Nombre del video: Deconstru-acción		
Formato:	El mundo virtual de Eugenia	
Descripción:	Serial animado el Mundo Virtual de Eugenia, Episodio de prevención de violencia en internet animados en formato 2D con el personaje principal Eugenia.	
Metabuscadores (tags):	Estereotipos, estereotipos de género, publicidad, deconstrucción	
Área: Diversas	Asignatura: Diversas	Nivel: desde EGB media hasta bachillerato
Autor:	Enrique González	Contenido específico: Representación y estereotipos
Fuente:	<p><i>Morduchowicz, R, 2020. Ciudadanía Digital, Curriculum para la Formación Docente. UNESCO, 2020. Montevideo, Uruguay</i></p> <p>https://www.ohchr.org/es/women/gender-stereotyping</p> <p>https://www.renc.es/imagenes/auxiliar/files/RENC_2020_2_05.-RENC-D-19-0054.pdf</p> <p>https://www.redalyc.org/journal/3578/357846226001/html/</p> <p>https://www.plannedparenthood.org/es/temas-de-salud/identidad-de-genero/sexo-e-identidad-de-genero/que-son-los-estereotipos-de-rol-de-genero</p>	
Destreza:	<p>Presentar los estereotipos como construcciones sociales que impiden el reconocimiento de la alteridad</p> <p>Establecer rasgos estereotipados que históricamente se han empleado para definir a hombres y mujeres en el ámbito de la publicidad y comunicación</p> <p>Proponer formas alternativas para la deconstrucción y reconstrucción de las ideas sociales dominantes sobre hombres y mujeres</p>	
Criterio de evaluación:	<p>Identifica y reconoce estereotipos en diversas comunidades y su desarrollo a través de la historia. Propone alternativas para la deconstrucción de ideas sociales dominantes e injustas.</p>	

ACTIVIDADES PEDAGÓGICAS

Antes del video

Preparación: Las y los participantes deben traer una publicidad en la que se presenten productos específicamente dirigidos a hombres o a mujeres. La publicidad debe contener imágenes. Esta publicidad puede ser en video (si disponen de las herramientas o equipos necesarios), en fotografía impresa o recortada de una revista, periódico u otro medio.

10 min

Durante el video

Mantener un entorno adecuado, sin interrupciones y con los equipos apropiados para el adecuado visionado del video.

10 min

Después del video

Al finalizar la presentación del material audiovisual:

Primer momento: Se realiza una lluvia de ideas sobre qué es un estereotipo y qué estereotipos pueden reconocer después de ver el video.

10 min

Segundo momento: Con la imagen o video que trajo cada quién, se analiza lo siguiente:

- ¿Cuál es el producto que se publicita?
- ¿A quién va dirigido?
- ¿Qué persona(s) aparecen en el material?
- ¿Con qué características se presentan? Considerar aspectos como ropa, peinado, estilismo y también actitudes de los personajes
- ¿Qué ideas expresan los personajes?
- ¿Qué palabras/adjetivos/características o frases se utilizan para referirse a las personas de la publicidad? ¿Son positivas, negativas o neutras?
- ¿A qué te recuerdan las personas del material publicitario? ¿Con qué otras ideas, situaciones o características las asocias? ¿De dónde provienen esas ideas?
- ¿En qué crees que se basaron o se inspiraron las personas que hicieron la publicidad?
- ¿Cómo se relacionan los elementos identificados con las definiciones de estereotipos que aparecieron en la lluvia de ideas?

15 min

Tercer momento: Una vez revisados estos aspectos, se pide a las/os participantes que diseñen un producto cualquiera y que realicen una

publicidad para ese producto. Esa publicidad debe estar libre de estereotipos. Una consigna adicional, si el grupo tiene receptividad es que el producto no se dirija específicamente a hombres o a mujeres, solo a personas. Esta actividad puede durar varias sesiones dependiendo de cómo decidan realizar la publicidad: si es en forma de video, infomercial, fotografía, valla, pancarta, anuncio de periódico o revista. Es importante que tenga imágenes.

15 min

Cierre: Cuando se concluya la realización de las publicidades se pueden presentar en plenaria y conversar con las siguientes preguntas orientadoras:

- ¿Por qué es importante deconstruir los estereotipos y prejuicios?
- ¿Identificaste otros estereotipos que pudieran estar presentes al realizar tu producto o tu publicidad?
- ¿Qué ideas se te ocurren para que cada vez más personas conozcan sobre los estereotipos y cómo deconstruirlos?

15 min

Nota: Es importante que la persona que facilite esta actividad esté suficientemente sensibilizada sobre la deconstrucción de los estereotipos, en general y, en particular, aquellos relacionados los hombres, mujeres y personas con otras identidades sexo-genéricas, orientaciones sexuales diversas, así como estereotipos relacionados con la población en movilidad humana y personas de pueblos y nacionalidades y personas de distintos orígenes y tradiciones culturales. También que la/el facilitador haya deconstruido posibles prejuicios y conceptos que puedan desembocar en un enfoque contrario a los derechos humanos.