



#K ON —



GARAPENERAKO
LANKIDETZAREN
EUSKAL AGENTZIA
AGENCIA VASCA DE
COOPERACIÓN PARA
EL DESARROLLO

#Komunikatu_ON

Proyecto de educación
intercultural



EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO

INDICE

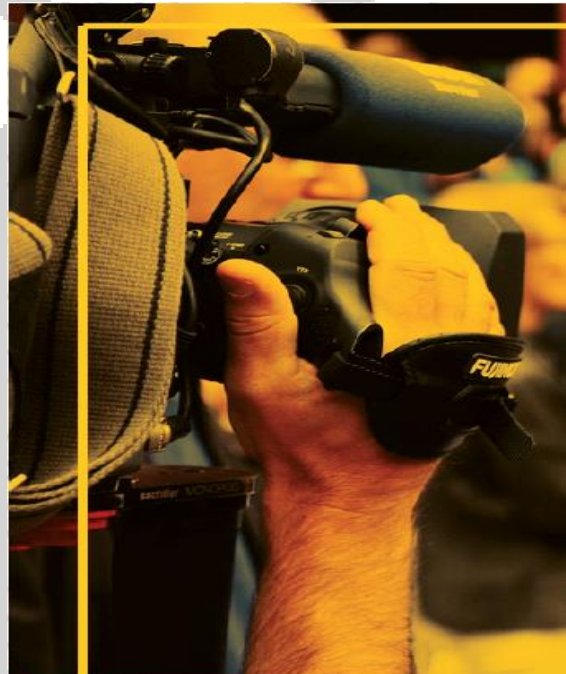
- 1- ¿Cómo nos comunicamos?
- 2- Competencias
- 3- Objetivos
- 4- Metodología
- 5- Materiales técnicos necesarios
- 6- Destinatarios
- 7- Preguntas clave sobre medios de comunicación
- 8- Actividad
 - a. Entrevistas previas
 - b. 1º taller
 - i. Actividad 1
 - ii. Actividad 2
 - c. 2º taller
 - i. Teleberri
 - ii. Videoclip
 - iii. Series de televisión
 - iv. Youtube
 - v. Conclusión general
 - d. 3º taller
 - i. Teleberri
 - ii. Videoclip
 - iii. Series de televisión
 - iv. Youtube
 - e. Y yo, ¿qué puedo hacer?
- 9- Anexos

#¿CÓMO NOS COMUNICAMOS?_

#Komunikatu_ON es un proyecto de educación intercultural basado en la utilización de medios de comunicación en el aula, de cara a promover un consumo crítico de los mismos y cuestionar los estereotipos, prejuicios y falsos rumores sobre diversidad.

Promueve el fomento de la participación reflexiva de las y los jóvenes, el diálogo intercultural con perspectiva de género, la sensibilización en relación a la diversidad en nuestro entorno y la comunicación participativa para la transformación social.

En el ámbito que nos interesa, es decir, la lucha contra el racismo, la xenofobia y el discurso de odio y machista, este cambio implica la posibilidad de no limitarse a ser receptores pasivos de la información que se nos brinda sino de **responder, contestar y rebatir con información distinta y/o contraria contribuyendo a la construcción de un nuevo y distinto conocimiento.**



Por esta razón, a la hora de incidir en la sociedad, creemos en una **educación en medios**, orientada no sólo al análisis crítico de las representaciones mediáticas, sino también a dotar a la sociedad de herramientas alternativas, impulsar a las personas a que asuman un **papel activo y produzcan sus propios mensajes, abrir el diálogo y acompañar discursivamente procesos de cambio social**, como por ejemplo, los procesos de empoderamiento de las mujeres asumiendo la diversidad de orígenes.

Esta mirada además, debe ser abordada desde un análisis interseccional de la perspectiva de género, es decir, cada trabajo, cada acción diaria, debe estar orientada a reconocer que las discriminaciones de género se entrelazan también con otras discriminaciones múltiples: el

sexo, el origen nacional o étnico, la religión, convicción u opinión, la edad, la discapacidad, la orientación sexual o cualquiera otra circunstancia personal o social . El objetivo es transformar las actuales desigualdades de género, visibilizando a las mujeres y contribuyendo a su empoderamiento.

Para todo ello, se ha elaborado esta Guía Didáctica donde podemos encontrar actividades para trabajar el pensamiento crítico mediante los medios de comunicación (analizando las series, los videoclips, las noticias y los youtubers). Se divide en **tres sesiones** de una hora de duración, y un **cuarto taller voluntario**, donde alumnas y alumnos deben crear un material audiovisual con lo que han aprendido en los talleres recibidos. En la primera sesión se trabajan los estereotipos, prejuicios y la discriminación, partiendo de los sentimientos. La segunda sesión tiene como objetivo trabajar las malas prácticas que existen y que estamos recibiendo sin tener consciencia de los mensajes que esconden. En el tercer taller se sigue la misma línea de trabajo, pero mostrando las buenas prácticas que también existen.

COMPETENCIAS

1- Competencias en comunicación lingüística y literaria

Utiliza textos orales y escritos, en euskera, castellano y en otras lenguas extranjeras para la interacción comunicativa, pero también para adquirir nuevos conocimientos. El lenguaje, además de instrumento de comunicación, es un medio de representación del mundo y está en la base del pensamiento y del conocimiento.

2- Competencia social y cívica

Comprenderse a sí mismo/a, al grupo al que se pertenece y al mundo en el que vive, mediante la adquisición, interpretación crítica y utilización de los conocimientos de las ciencias sociales; así como del empleo de metodologías y procedimientos propios de las mismas, para actuar autónomamente desde la responsabilidad como ciudadanía en situaciones habituales de la vida; con el fin de colaborar al desarrollo de una sociedad plenamente democrática, solidaria e inclusiva.

3- Competencia aprender a aprender

Conocer las propias potencialidades y carencias, sacando provecho de las primeras y teniendo motivación y voluntad para superar las segundas, de una expectativa de éxito. Curiosidad de plantearse preguntas, identificar y gestionar la diversidad de respuestas posibles partiendo de una situación o problema, utilizando diferentes estrategias y metodologías que permitan afrontar la toma de decisiones, racional e críticamente, con la información disponible.

Habilidades para obtener información y más especialmente, para transformarla en conocimiento propio, relacionando e integrando la nueva información en los conocimientos previos.

4- Tratamiento de la información y competencia digital

Utilizar las tecnologías de la información en su doble función de transmisoras y generadoras de información y conocimiento.

Procesar y gestionar adecuadamente información abundante y compleja, resolver problemas reales, tomar decisiones, trabajar en entornos colaborativos ampliando el entorno de comunicación para participar en comunidades de aprendizaje formal e informal, generar producciones responsables y creativas. Aprovechar la información que proporcionen, analizarla de forma crítica mediante el trabajo personal autónomo y el trabajo colaborativo.

OBJETIVOS

- Aportar herramientas para reflexionar sobre los mecanismos cognitivos que distorsionan la realidad
- Reflexionar acerca de las concepciones adquiridas a partir de los diversos estereotipos, prejuicios y rumores
- Vincular los prejuicios con las emociones
- Analizar el por qué de los prejuicios
- Empatizar con las víctimas de los estereotipos y prejuicios
- Reflexionar, partiendo de su realidad e incluyendo la perspectiva de género, sobre los mecanismos distorsionadores de las generalizaciones, los estereotipos y los prejuicios.
- Aprender a analizar de forma crítica los medios de comunicación
- Tener presente la perspectiva de género en el análisis de los medios de comunicación

METODOLOGIA

- **DEBATE PARTICIPATIVO** → Concebir a las personas participantes como agentes activos y no como agentes pasivos, partiendo de su realidad y de sus propias experiencias, generando un proceso de reflexión y análisis de sus creencias, actitudes y prácticas.
- **FOMENTO DEL PENSAMIENTO CRÍTICO** → Capacitar al alumnado a pensar para entender las cosas, compartiendo entre las y los compañeros los conocimientos y las vivencias, y reflexionar y analizar lo que se aprende.
- **RESPECTO MUTUO E INTERACCIÓN POSITIVA** → Importancia del reconocimiento y del aprecio a las y los compañeros, basado en la reciprocidad y disposición propia al dialogo y la escucha.

MATERIALES TECNICOS NECESARIOS

- Ordenador
- Proyector
- Internet

#DESTINATARIOS

- Alumnos y alumnas de 3 y 4º de la ESO.

PREGUNTAS CLAVES SOBRE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Cuando nos enfrentamos a los medios de comunicación, es importante hacer una lectura crítica de los mismos y comprender el mensaje en su complejidad y multiplicidad de significados.

Vivimos inmersos en una cultura de imágenes. Las imágenes que transmiten los medios de comunicación son una parte importante de la cotidianidad, y, entonces, llegan a ser un poderoso agente de aprendizaje y conocimiento de la realidad. En una imagen, además de ideas y conceptos, se transmiten valores, sentimientos y actitudes. La imagen encierra una carga racional y otra afectiva, informa pero también sugiere actitudes y despertar sentimientos, conformando un imaginario que se afirma, confirma y refuerza cíclicamente

La televisión en concreto apela fundamentalmente a lo emotivo, a la lógica de las emociones y al consumo de las mismas por parte del espectador, respondiendo a una necesidad natural y humana de carácter sensorial y emotivo. Cuando las emociones y los razonamientos entran en conflicto, las emociones tienden a salir vencedoras¹, siendo capaces de anular o condicionar la racionalidad. La lógica de las emociones termina siendo vencedora frente a la lógica de la razón. Por todo esto, desde la experiencia educativa es importante educar al alumnado al consumo de emociones y no sólo al razonamiento y a las experiencias conscientes, incorporando al proceso de análisis crítico, *una metodología que parta de las emociones, que aproveche su capacidad movilizadora para dinamizar procesos que, partiendo de lo sensorial y lo emotivo, lleven gradualmente al distanciamiento y, en definitiva, a la reflexión crítica*. El cerebro emocional es el eje entorno al que pivota la actividad mental. En un mundo en el que la mayor parte de las comunicaciones son mediadas por las pantallas, hay que proporcionar una competencia mediática que atienda a los procesos mentales de carácter emocional e inconsciente².

Teniendo en cuenta además que a lo largo de la historia la imagen ha sido utilizada por Occidente para representar los Pueblos del Sur y construir un determinado imaginario social

¹ Joanes Ferres, *De la emoción al consumo de emociones. Televisión, consumo y emociones*.

² Joanes Ferres, *De la emoción al consumo de emociones. Televisión, consumo y emociones*.

sobre los grupos que son objeto de discriminación, por razones étnicas o de género, el análisis de las imágenes puede permitir una mayor comprensión del origen de los prejuicios y estereotipos socialmente aceptados y de las actitudes xenófobas, racistas y sexistas que se ellos se derivan.

Teniendo en cuenta lo anterior, las preguntas claves que se desarrollan a continuación tienen que guiar las actividades de los talleres que se proponen en esta Guía Didáctica.

1. ¿Quién creó este mensaje? QUIEN

Los mensajes mediáticos siempre son producidos por alguien.

- ¿Quién o quiénes crean el mensaje?

2. ¿Cuál es el mensaje? DICE QUE

Los mensajes mediáticos no son naturales ni espejo de la realidad. Son construcciones.

- ¿Qué nos dice el mensaje?
- ¿Es diferente o igual que otros mensajes que tratan el mismo tema? ¿Qué diferencias y similitudes?

3. ¿Cuáles técnicas creativas se usan para llamar mi atención? CÓMO/ CANAL

Los mensajes se hacen con un lenguaje creativo que tiene sus propias reglas. Para descifrar el mensaje, es importante preguntarnos cómo se está intentando llamar nuestra atención.

- a. *Mensaje textual.* Fijarse en el tamaño de la letra; qué se intenta resaltar y cómo (negritas, mayúsculas, foto anexa).
- b. *Imagen o video.* Fijarse en los colores, formas, sonidos, dónde se colocó la cámara.
- c. *Características de los personajes:* rasgos físicos, vestuario, tipo de diálogos.
- d. *Cómo se cuenta la historia.* ¿A través de qué elementos nos hacen creer la historia que nos están contando? ¿Intentan persuadirnos? ¿Intentan provocar alguna emoción nuestra –positiva o negativa–?

4. ¿Qué estilos de vida, valores y puntos de vistas están representados y cuáles han sido omitidos? QUÉ REPRESENTA

Los medios y sus mensajes llevan incorporados valores y puntos de vista; no *muestran* sino que *representan* la realidad. Así como cuando alguna persona comunica algo, su mensaje lleva implícito que esa persona piensa, cree, siente; de la misma manera los

mensajes reflejan los intereses de los medios de comunicación, muchas veces de una forma poco evidente. Por eso es muy importante identificar los puntos de vista, valores, juicios e ideas que se reflejan en este mensaje.

- *¿Qué valores o ideas nos comunica?*
- *¿Qué opiniones y puntos de vistas aparecen?*
- *¿Qué hace falta en el mensaje? ¿Deja alguna idea o punto de vista fuera?*

Solo así sabemos si queremos aceptar o rechazar dicho mensaje. Y seremos conscientes de que es una decisión personal hacerlo y no el resultado de una manipulación mediática, creyendo que lo que nos “venden” es algo natural e incuestionable.

5. ¿Por qué se envió este mensaje? *CON QUÉ EFECTO*

La mayoría de los mensajes de los medios se construyen para obtener ganancia y/o poder. Por eso es importante preguntarse:

- *¿Qué se está diciendo en el mensaje?*
- *¿Se está intentando convencernos de algo?*
- *¿Qué quieren que captemos o entendamos?*
- *¿Quién obtiene ganancias? (individuos, instituciones, intereses privados, ciudadanía)*
- *¿Quién controla la producción y transmisión del mensaje?*

6. ¿Cómo pueden personas diferentes entender el mismo mensaje de forma distinta? *A QUIEN*

Las distintas personas percibimos el mismo mensaje de manera diferente, de acuerdo a nuestros conocimientos, valores, ideas, intereses, edad, género, estatus social y económico, educación.

Hay investigaciones que afirman que consumimos los mensajes que reafirman nuestras ideas y rechazamos aquello que las cuestiona.

Tenemos un papel central en interpretar los contenidos mediáticos y no ser solo consumidores/as pasivos/as.

- *¿Veo yo lo que la otra persona ve?*



ON

—

ACTIVIDADES



ENTREVISTAS PREVIAS

➤ **OBJETIVOS:**

- I. Detectar los imaginarios de las y los alumnos
- II. Identificar los estereotipos que tiene el alumnado entrevistado

➤ **DESCRIPCIÓN:** Se escogerán al azar alumnos y alumnas del aula donde se van a trabajar los talleres y se les dirán cosas/nombres/lugares/ideas para que expongan lo que les surge.

➤ **PREGUNTAS POSIBLES A HACER:**

- I. ¿Qué se te ocurre cuando te digo?
 - Mujer latina
 - Asia
 - Cristianismo
 - Musulmana
 - África
- II. ¿Qué porcentaje de personas inmigrantes crees que hay en el País Vasco?

➤ De esta manera tendremos la posibilidad de conocer y detectar cuáles son sus imaginarios y sus ideas principales. Estas entrevistas previas al taller se grabarán para que después, al final de las tres sesiones, se realicen otras grabaciones y así se pueda ver la evolución y el aprendizaje del alumnado.

1ª SESIÓN

➤ OBJETIVOS

- i. Detectar los prejuicios y estereotipos de alumnas y alumnos frente a la diversidad cultural y de género
- ii. Explorar sus emociones y percepciones frente a la diversidad
- iii. Vincular los prejuicios con las emociones
- iv. Conocer la realidad de una persona que ha sufrido discriminación

➤ DINÁMICAS:

● **ACTIVIDAD 1. FOTOS Y EMOCIONES. (*Anexo 1*)**

- a. **Desarrollo:** se reparten las hojas (ver anexo) para que escriban las emociones que les sugieren las fotos propuestas. Pueden crear su identidad. Una vez que hayan realizado esto, se pasará a comentar entre todos y todas lo que han escrito, trabajando las fotos individualmente. Se trabajarán los sentimientos que les han surgido. De todas las fotos que aparecen en la hoja se trabajará más detalladamente la imagen de una mujer de origen inmigrante con velo, llamada Tarana Karim (la mujer de la foto).



Tras haber trabajado esta foto y los sentimientos que han generado, se propone el visionado de el video, en el cual dicha mujer habla de sí misma.



San Sebastian 2016 Capital Europea de la Cultura: (Tarana)

<https://www.youtube.com/watch?v=tEWbKFt-k7A&t=116s>

❖ **RESUMEN:** Tarana Karim, mujer musulmana, madre, residente en Gipuzkoa, trabajadora y feminista, relata cómo vive y cómo la sociedad la ve.

● **Habiendo visionado el video de Tarana Karim es el momento de definir conceptos.**

¿QUÉ SON LOS RUMORES?

Mensajes que están dispersados entre la gente. A veces importantes, de gran peso, formulados de manera breve y sin basarse en argumentaciones.

Y LOS ESTEREOTIPOS, ¿QUÉ SON?

Son pensamientos generalizados de un grupo que comparte algunas características. Pueden ser negativos o positivos.

¿SABES QUÉ SON LOS PREJUICIOS?

Sentimientos negativos y desconfiados hacia una persona por pertenecer a un colectivo.

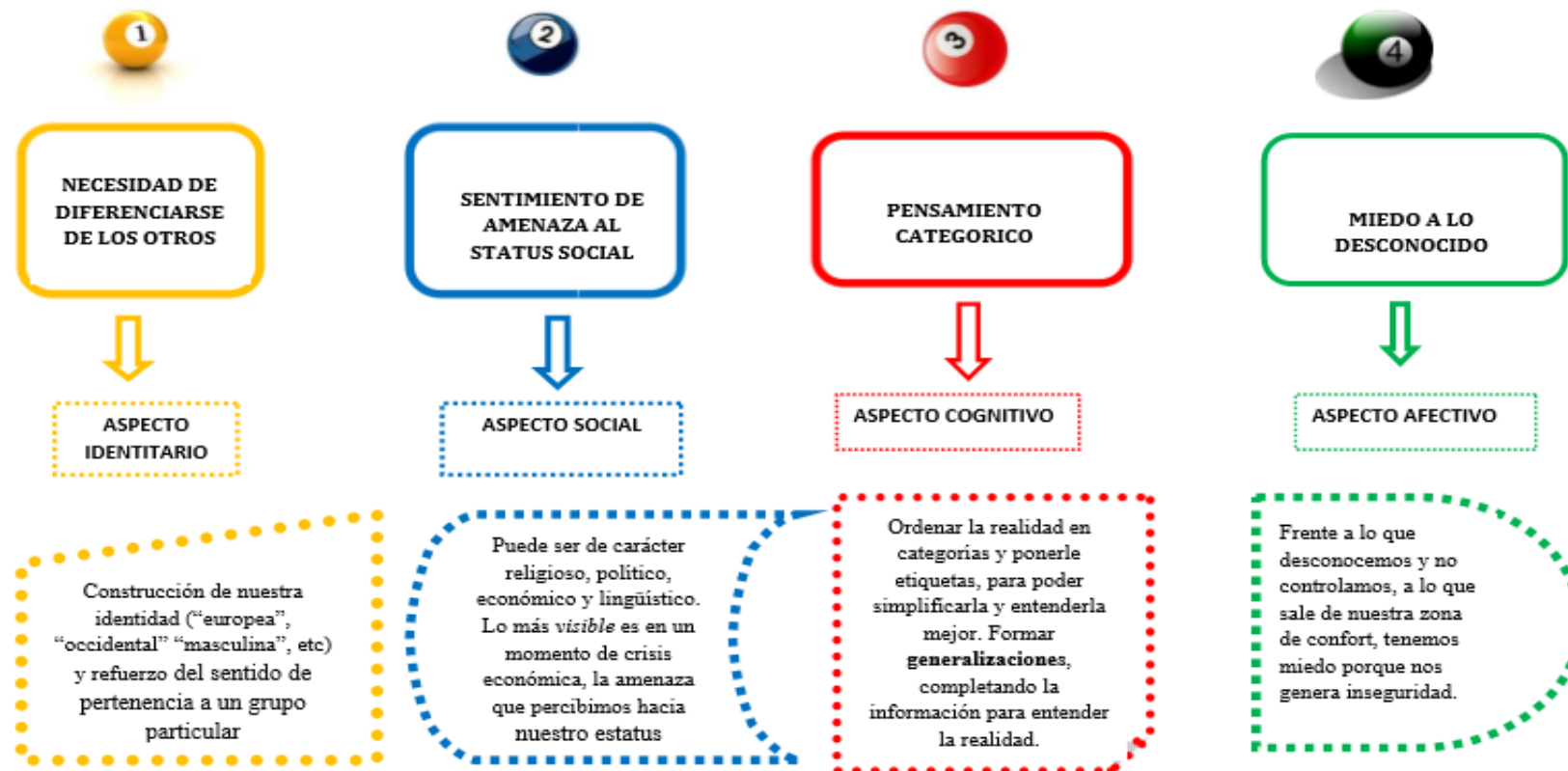
¿Y LAS CONCLUSIONES DE TODO ESTO?

Los rumores, los estereotipos negativos y los prejuicios tienen una repercusión negativa, ya que impulsan la xenofobia y la discriminación. Obstaculizando así la convivencia y la relación de los ciudadanos.

¿POR QUÉ TENEMOS PREJUCICIOS?

- Todos y todas tenemos prejuicios. Es inevitable. Pero, ¿Sabemos por qué los tenemos? He aquí una explicación.

#ORIGENES DE LOS PREJUCICIOS





ACTIVIDAD 2. ¿QUÉ SE ESCONDE DETRÁS DE UNA FOTO?



- **DESARROLLO:** Se expondrá ésta foto a la clase y deberán responder a las preguntas planteadas, tales como:

- *¿Qué vemos en esta foto?*
- *¿En qué pensáis al ver la foto?*
- *¿Qué emoción os genera?*

- Una vez que hayan debatido sobre la foto, se pondrá la siguiente foto y se responderán las preguntas planteadas.



- *¿Qué vemos en esta foto?*
- *¿En qué pensáis al ver la foto?*
- *¿Esta imagen qué os genera?*
- *¿Hay algún cambio en la foto?*

- La imagen con la mujer con velo pasando al lado de una persona herida tras el atentado de Londres, fue muy conflictiva en la red social de Twitter. Mucha gente expuso sus opiniones y sentimientos. Pero, ¿qué pasa si la foto de la chica con el velo va acompañada por otra foto con un chico blanco? ¿Las reacciones de la gente son las mismas?



- ¿Por qué se publicó esa foto y no otra?
- ¿Os transmiten lo mismo?
- ¿Hay alguna **intención** al difundir la foto de la chica con velo y no del chico?
- ¿Creéis que hay alguna intención de manipular los sentimientos de los seguidores y seguidoras de Twitter?

➔ Lectura recomendada:

http://verne.elpais.com/verne/2017/03/23/articulo/1490288621_436093.html

- **CONCLUSIONES:** Todas las personas tenemos prejuicios, no es malo tenerlos pero es importante que seamos conscientes de que muchas veces pensamos y actuamos en función a ellos. Importante conocer a la persona para darnos cuenta de que tenemos aspectos, características o incluso gustos comunes. Los estereotipos y prejuicios se generan y se van generando en el transcurso de la vida: algunas de las razones para la construcción de éstos, pueden ser personales y justificadas, pero en otras ocasiones es difícil buscar la razón de esos estereotipos y prejuicios que tenemos adquiridos. Debemos reflexionar y ser críticos para analizarnos y buscar la razón y/o el origen de los mismos. De esta manera nos daremos cuenta de que muchas veces, son causa de esos estímulos que recibimos diariamente de los medios de comunicación. No somos conscientes de la repercusión que tiene en nuestra manera de actuar y de pensar. Por ello, debemos de analizar de manera crítica lo que vemos y oímos.

2ª SESIÓN

- **OBJETIVOS :**
- a. Aprender a analizar de forma crítica los medios de comunicación.
 - b. Aportar herramientas para reflexionar sobre los mecanismos cognitivos que distorsionan la realidad.
 - c. Lograr que el alumnado adquiera una actitud crítica hacia la información que recibe rompiendo con los imaginarios y falsas concepciones que existen en el entorno donde viven.
 - d. Tener presente la perspectiva de género en el análisis de los medios de comunicación.
- **DESARROLLO:** Ésta segunda sesión y la tercera se dividen en 4 partes, las cuales son: Teleberri, videoclips, series de televisión y Youtube. Se han escogido éstos, porque son los que más popularidad tienen entre los destinatarios. Se realizará un análisis de cada apartado. En ésta sesión, se realiza un análisis de los medios mencionados pero son prácticas negativas o discriminatorias. En la siguiente sesión en cambio, en la tercera, se realizará el mismo análisis pero de las buenas prácticas existentes.

● HOY VENIMOS A VER LA TELE... ●

● TELEBERRI: Valla de Melilla



Ver el video en: http://www.antena3.com/noticias/espana/cientos-inmigrantes-entran-melilla-nuevo-asalto-valla_20140318572319654beb28d446ffa81a.html

- **DESARROLLO:** Se expone el video y de manera participativa y grupal se responden las siguientes preguntas:

✚ ¿De qué trata la noticia?

✚ ¿Cómo se representan a las personas inmigrantes? ¿Y a la policía?

✚ ¿Quiénes protagonizan la noticia?

✚ ¿Crees que mediante esta noticia se están transmitiendo valores e ideas a la audiencia? ¿O se limita a informar a la audiencia?

✚ ¿Hay presencia de mujeres en la noticia?

● CONCLUSIONES →

- En estas imágenes la representación de la inmigración es fundamentalmente **masculina** y violenta. Esta visión hipermasculinizada además presenta a los hombres como aventureros que se mueven por iniciativa propia en cambio las mujeres como estáticas, ligadas al hogar (se trasladan por reagrupación familiar)

- Las imágenes elegidas nos retrotraen a un universo de descontrol, violencia e invasión. Se presentan con una **deshumanización** justificada además a partir de su violencia. Además, se prima las cifras sobre el enfoque de contar sus historias. Las cifras nos hacen alertar, y cuánto más altas son las cifras de las desgracias, más difusión se dan a los hechos. Poco análisis cualitativo del contexto, de quiénes eran esas personas, porqué murieron y quiénes son responsables de sus muertes, si los hubiese.
- No habla de la **violencia de las fuerzas de seguridad**, ni de la **falta de derechos** en las fronteras, **devoluciones en caliente**. El discurso periodístico así, normaliza y justifica a través de este tipo de imágenes unidas a ciertos mensajes, la existencia de ese espacio de conflicto. Los medios de comunicación ponen el énfasis en la situación individual de la víctima y la evaluación moral y morbosa de los hechos, pero no se abordan los contextos sociales y su responsabilidad.
- En la **victimización** se han presentado en muchas ocasiones a personas destrozadas, en momentos complicados, se ha fomentado el contar historias sin proteger a sus protagonistas, lo que ha provocado revictimizaciones recurrentes.
- Cuando hablamos del discurso de la **cosificación**, hablamos sobre todo de **mujeres y de niñez**, que ha sido representada con conceptos como putas, negras, pobres, malas madres, adolescentes prostitutas, prostitución infantil y bebés ancla. No se ha buscado el análisis de dónde son explotadas, por quién, de quién es el responsable si pierden a sus hijos e hijas.
- En muy pocos medios preocupan de ir hacia las fuentes primarias, de **contrastar la información** con la otra parte. No sólo hay que incluir los datos numéricos y las investigaciones oficiales, también se debe visibilizar a las personas ligadas a los hechos, y a su entorno, familias, amistades, organizaciones.

VIDEOCLIP

No hay ningún género musical que sea sexista de por sí, sino que el machismo y sexismo se dan en distintos géneros musicales y muchas veces, hay canciones que lo son sin que nos demos cuenta.

La tesis doctoral titulada Industrias culturales y juventud en el sistema-mundo; el videoclip mainstream como mercancía y reproductor de ideología de Jon E. Illescas sostiene que en la mayoría de estos productos predominan contravalores como la agresividad, la violencia, el vocabulario soez y ofensivo, la competitividad permanente, el individualismo posesivo, la hipersexualización de las relaciones, la cosificación del ser humano, el gusto por la jerarquía, el culto a la riqueza material y al dinero como supremo fin de la vida. Pero además, añade este investigador, ninguno de los videoclips analizados “presentó mensajes que hagan referencia a los problemas de nuestro tiempo; ni crisis económica, ni desigualdades sociales, ni retos medioambientales”.

Otra investigación realizada por organizaciones británicas consignó que los **videos musicales están altamente sexualizados y racializados**. El informe condenó “la imagen de la mujer como objeto sexual, y especialmente las mujeres negras como objetos hiper-sexualizados y sexualmente disponibles”.

El estudio reafirmó que las mujeres son consideradas **objetos sexuales**, mientras **los hombres tienen el poder y el dominio**. Las mujeres además, son presentadas como receptoras pasivas de las miradas, donde se utilizarían muchas “convenciones cinematográficas de la pornografía”.

Otra de las conclusiones fue considerar que “las mujeres negras son retratadas comúnmente como hipersexuales y con un enfoque y mirada fascinada en sus traseros, invocando ideas sobre las mujeres negras como salvajes y animales”.

Analizando en jóvenes, el estudio indicó que quienes veían videos sexualizados **expresaban actitudes más sexistas** hacia las mujeres y presentaban más **tolerancia al acoso sexual**, admirando a hombres que poseen muchas mujeres.

- **DESARROLLO:** visionado del videoclip y responder a las preguntas.

● **Canción: "DESPACITO". Luis Fonsi y Daddy Yankee**



<https://www.youtube.com/watch?v=kJQP7kiw5Fk>

- ✚ ¿Cómo se representa a la mujer?
- ✚ ¿Y al hombre?
- ✚ ¿Hay alguna diferencia de roles en el videoclip?
- ✚ ¿Cuál es la actitud del hombre? ¿Y la de la mujer?

❖ **CONTEXTO:** Hay un hombre en las rocas y aparece una mujer rozándose con las paredes vestida con ropa ajustada. Existe el reclamo sexual de la mujer. Después, en grupo bailan en medio de un pueblo mostrando cercanía hacia los habitantes del mismo.

❖ **ANÁLISIS DEL VIDEO:**

- Explotan la imagen de la mujer
- El hombre es el dominante
- Se transmite el estereotipo de mujer caliente e hipersexualizada.

❖ **ANÁLISIS DE LA LETRA:**

Si, sabes que ya llevo un rato mirándote
Tengo que bailar contigo hoy
Vi que tu mirada ya estaba llamándome
Muéstrame el camino que yo voy

Tú, tú eres el imán y yo soy el metal
Me voy acercando y voy armando el plan
Solo con pensarlo se acelera el pulso
Yo, ya me está gustando más de lo normal
Todos mis sentidos van pidiendo más
Esto hay que tomarlo sin ningún apuro

Despacito
Quiero respirar tu cuello despacito
Deja que te diga cosas al oído
Para que te acuerdes si no estás conmigo

Despacito
Quiero desnudarte a besos despacito
Firmo las paredes de tu laberinto
Y hacer de tu cuerpo todo un manuscrito (sube, sube)

Quiero ver bailar tu pelo
Quiero ser tu ritmo
Que le enseñes a mi boca
Tus lugares favoritos (favoritos, favoritos baby)

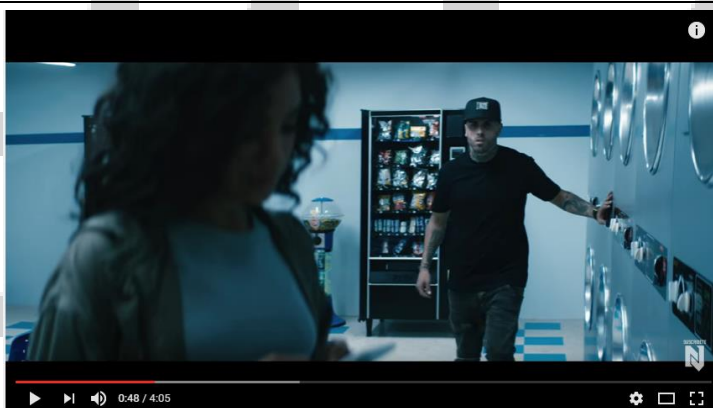
Déjame sobrepasar tus zonas de peligro
Hasta provocar tus gritos
Y que olvides tu apellido

Si te pido un beso dámelo
Yo sé que estás pensándolo
Llevo tiempo intentándolo
Mami, esto es dando y dándola
Sabes que tu corazón conmigo te hace bom bom
Sabes que esa beba está buscando de mi bom, bom
Ven prueba de mi boca para ver cómo te sabe
Quiero, quiero, **quiero ver cuánto amor a ti te cabe**
Yo no tengo prisa, yo me quiero dar el viaje
Empecemos lento, después salvaje

Pasito a pasito, suave suavecito
Nos vamos pegando poquito a poquito
Cuando tú me besas con esa destreza
Veo que eres malicia con delicadeza

Pasito a pasito, suave suavecito
Nos vamos pegando, poquito a poquito
Y es que esa belleza es un rompecabezas
Pero pa montarlo aquí tengo la pieza

Canción: "HASTA EL AMANECER". Nicky Jam



<https://www.youtube.com/watch?v=kkx-7fsiWgg>

✚ ¿Qué pasa en el video?

✚ ¿Cuál es el argumento de la canción?

✚ ¿Cómo se representa a la mujer? ¿Y al hombre?

❖ **CONTEXTO:** lavadoras 24h. Entra una chica guapa y de piel mulata y Nicky Jam, en el papel de limpiador del local, se fija en ella y la acosa todo el rato, acercándose a ella de forma muy invasiva de su espacio personal. Intenta impresionarla y decirle que ofrece una noche de aventuras y placer. Al final la chica no cede y no se va con él pero el **mensaje que queda reflejado** es:

- 1) No se entiende como una mujer guapa queda estar sola y necesitamos a un hombre para estar bien.
- 2) Por ofrecernos una noche de sexo y placer tendríamos que ceder: ¿no se puede ofrecer otra cosa?

❖ **ANÁLISIS DE LA LETRA:**

Como tú te llamas, yo no sé
De donde llegaste, ni pregunté
Lo único que sé, es que quiero con usted
Quedarme contigo hasta el amanecer

Como tú te llamas, yo no sé
De donde llegaste, ni pregunté
Lo único que sé, es que quiero con usted
Quedarme contigo hasta el amanecer

Óyeme mamacita, tu cuerpo y carita
Piel morena, lo que uno necesita
Mirando una chica tan bonita
Y pregunto porque anda tan solita ven dale ahí ahí
Moviendo todo eso pa`mi
No importa idioma ni el país
Ya vámonos de aquí, que **tengo algo bueno para ti**
Una noche de aventura hay que vivir

Óyeme ahí ahí, mami nos vamos a darle
Rumbeando y bebiendo a la vez
Tu tranquila que yo te daré
Una noche llena de placer

Como tu te llamas, yo no sé
De donde llegaste, ni pregunté
Lo único que sé, es que quiero con usted
Quedarme contigo hasta el amanecer

Yo pendiente de ti, como bailas así
Con ese movimiento me hipnotizas
Me voy acercando hacia ti y te digo suave al oído

Escúchame mami
Yo te estoy queriendo
Siento algo por dentro
Y tu me dices “estás loco, deja eso”

Mami yo te estoy queriendo
Siento algo por dentro
Me muero por llevarte



SERIES DE TELEVISIÓN

Las series de ficción se convierten en un marco audiovisual privilegiado para representar los retos de las sociedades actuales, la complejidad de las relaciones interculturales y los escenarios posibles de la convivencia.

A pesar de que la realidad se manifiesta cada vez más diversa, la pantalla no se hace eco. En la práctica, hay poca diversidad en la ficción de los canales españoles y, la que hay, está lejos de trascender los estereotipos vigentes sobre las personas inmigradas y las relaciones que se mantienen.

En general, la visibilidad de los personajes inmigrantes / minorías étnicas (IME) no es positiva y la imagen que se transmite es la de personas poco preparadas, analfabetas, exóticas y, en algún caso, incluso peligrosas. En paralelo, las series sí ponen de manifiesto las situaciones de discriminación, de explotación laboral, de racismo y de violencia que sufren estas personas y "retratan" abiertamente los personajes que destacan por su lenguaje y sus actitudes discriminadoras, que aparecen, sobre todo, en las series de humor.

La mayoría de las veces, los guiones los reservan papeles secundarios, estereotipados y alejados del protagonismo social.



AIDA → "Luisma Actually" (capítulo 225).



Ver en: <http://www.mitele.es/series-online/aida/57ac6fafc915da4e7d8b4634/player>

● En las relaciones habituales Mauricio y los personajes migrados, Mauricio se dirige con desprecio e insultos. En más de una ocasión se autodenomina Mauricio como dueño de Osvaldo, y según él le da derecho a todas esas vejaciones. Mauricio es un personaje racista y machista. En este capítulo Mauricio recibe clases de cómo ser un buen musulmán con el objetivo de ligar con una chica marroquí. La persona que le imparte clases desconoce su objetivo.

Los minutos de mayor interés para analizar son los siguientes:

17’. Al aparecer la chica tapada con velo, Mauricio dice “a mí los moros me dais asco”. Pero en cuanto se imagina a la chica destapada y bailando, se pone excitado y empieza a tocarlo una teta. En realidad está soñando y se encuentra tocándole un pecho a Osvaldo.

25.28’. Osvaldo habla y en seguida Mauricio le dice “Qué asco de acento!”. Aquí le comenta a Osvaldo que quiere ligar con la chica marroquí y le dice a Osvaldo “Tú igual no te has dado cuenta, machupichu, pero yo soy un poquito racista ...pero luego añade: “que yo sea racista, pero mi pito no. Mi pito es internacional”. ...”he estado incluso con nigerianas”; “traedla, lavadla...”.

43’. Le pregunta a su profesor de cultura musulmana “y si no las emborracháis, ¿cómo os las ligáis?”.

❖ ANÁLISIS:

- La **cosificación de la mujer**: Mauricio ignora sus prejuicios racistas frente a la posibilidad de sexo.
- El **uso del lenguaje discriminatorio**: Mauricio siempre llama a Osvaldo *Machupichu*; los *moros*.
- El **desprecio hacia las personas inmigrantes, aún más hacia algunas**: los moros como él dice y las personas nigerianas en este caso.

● LA QUE SE AVECINA → (capítulo 63, temporada 5).



Ver *“Un conserje cojo, un licor de lagarto y un mayorista enamorado”*:

<http://www.mitele.es/series-online/la-que-se-avecina/57ad4355c715da53408b57bf/player>

- Manolita participa en un único episodio en que liga con Antonio Recio para poder sacarle el dinero. Durante el episodio aguanta varios comentarios de Antonio. Ella consigue que Recio le dé 28.000 euros y le abandona.
- La serie muestra un trato de los personajes **extranjeros como complementos** para hacer avanzar las tramas, no como participantes ni protagonistas. **Representan roles puntuales y estereotipados**. En el caso de la mujer: estereotipadas y objetificada.
- Las personas migrantes que aparecen en este capítulo, y quien ha seguido la serie también lo puede constatar en el resto de capítulos, aparecen como personas que vienen a aprovecharse del “sueño español”. Rosario parrales, que es el personaje que más continuidad tiene en la serie, cuando aparece por primera vez, lo hace también dentro de esta lógica, se hace pasar por homosexual para casarse con Amador; y así, Amador le cobra y Parrales puede conseguir mediante el casamiento los papeles.
- La mujer migrante, además de cumplir con el estereotipo de la mujer latina hipersexuada, tradicional en los valores, asumiendo un discurso de inferioridad de la mujer respecto al marido, también aparece “criminalizada” porque en el fondo viene a aprovecharse de los españoles, utiliza la seducción como arma para conseguirlo, lo cual refuerza el estereotipo de la mujer latina que viene a robar maridos, pero también el

estereotipo de las mujeres en general cuya condición de “poder” radica en la seducción en tanto considerarla “objeto sexual”.

Los minutos de interés para analizar son los siguientes:

09.04’. Cartel de "Magnate del marisco busca asistenta joven y predispuesta".

13.20’. Entrevista a candidatas nacionales.

15.20’. Diálogo de estereotipos de género con Berta: "De qué voy a trabajar...si me he pasado la vida de ama de casa". Recio contesta: "Como dios manda, mira como está España desde que la mujer trabaja. España se ha ido a la mierda con la igualdad de los cojones".

16.50’. Aparece Manolita. Pelea con Rosario (el inmigrante colombiano) y este dice "Mi madre le ha dicho que he conseguido el sueño español y se ha venido".

17.24’. Recio dice: "Tienes donde pasar la noche? En casa de Antonio Recio siempre hay sitio para una inmigrante desamparada.

20.19’ a 22:05’. "Quédate a vivir el Sueño español" "¡Que bien enseñada estás Manolita!"

1.08’. Recio, tras el abandono de Manolita: "Ves como no se puede fiar de los inmigrantes"

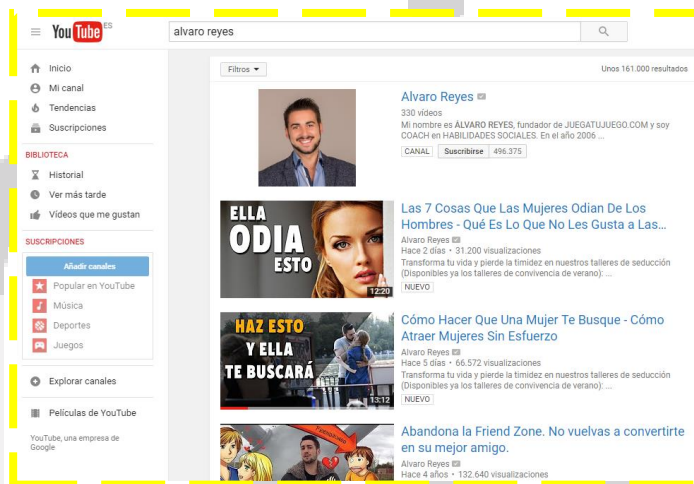
● **Ejemplo de diálogo:**

- **Antonio:** "No, mujer, quédate a vivir el sueño español. Si ahora hay muchas posibilidades de trabajo para los panchitos... (inmigrantes como tú) ".
- **Manolita:** "Es que a mí no me gusta el trabajo. Yo pienso que una mujer donde mejor está es en su casa, dándole cariño a su hombre".
- **Antonio:** "Qué bien enseñada estás, Manolita".
- **Antonio:** "[...] traigo todas la frutas tropicales que encuentro, quiero que Manolita se sienta como en su selva natal ". "¡Que cómodo es el colchón! ¿No? Acostumbrada como estás a dormir en los árboles ". "¡Oh! ¡Una indígena pagana! "

YOUTUBE

➤ **DESARROLLO:** Se proponen cuatro youtubers y tras el visionado de los mismos, se plantean las siguientes preguntas:

- *¿Cuál es el papel que juega la mujer? ¿Y el hombre?*
- *¿Cómo se representa al hombre migrante? ¿Se desmonta algún estereotipo? O en cambio, ¿se refuerza alguno?*
- *¿Qué os parecen estos videos? ¿Creéis que son positivos o negativos?*
- *¿Qué mensaje nos transmiten?*



● **Álvaro Reyes (youtuber) :**

https://www.youtube.com/results?search_query=alvaro+reyes



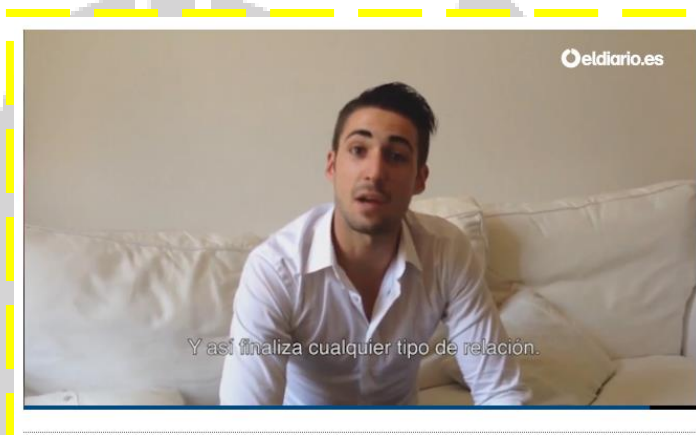
● **Alfredo Redes: COMO ENAMORAN LOS NEGRO VS BLANCOS**

<https://www.youtube.com/watch?v=YcN28B3aFEE&t=9s>



● **Mr Andros (Youtuber):**

<https://www.youtube.com/watch?v=ANP2knDpapw>



● **8 videos virales machistas que triunfaron en Youtube:**

http://www.eldiario.es/micromachismos/VIDEO-virales-machistas-triunfaron-YouTube_6_495610451.html

- **CONCLUSIONES:** Estos youtubers, tiene videos para dar herramientas de cómo ligar, de cómo robar un beso a una chica, de cómo se pueden conseguir a las chicas más guapas... la mayoría de sus videos están dirigidos a la conquista. Como si la mujer fuera un trofeo. Tiene actitudes machistas y están basados en estereotipos. Sus canales siguen abiertos. Algunos de ellos tienen casi 500.000 subscriptores. El hombre es el dominante y la mujer la sumisa que cae rendida a los pies del hombre.

● REFLEXIÓN GENERAL DE LA 2ª SESIÓN

- En las series de televisión las personas inmigrantes nunca son protagonistas, tienen un papel **secundario** y pasajero.
- Se permite **decir** de ellas todo y los **personajes que presentan** son la mayoría de las veces personas sin estudios que vienen a trabajar mucho por poco dinero.
- **La actitud** y la terminología empleada es a base de insultos o moteles que les menosprecian. (Términos que en el día a día de la vida real se pueden escuchar: *Machupichu, moro de mierda...*)
- El **rol de la mujer** en las series y en los videoclips es de mujer hipersexuada, latina, con unas ropas ajustadas, que vienen con la intención de sacar el dinero al español, sin estudios y cuidadora de personas.
- En las series, cuando una persona con un rol de poder, blanca y autóctona dice/insulta/menosprecia a una persona de origen extranjero lo hace empleando el humor. Pero, ¿Suele ser lo habitual que la persona extranjera **conteste a esos chistes**, insultos o vejaciones? ¿O su reacción/rol es de estar callada, asentir y obedecer?
- **El humor**. ¿Es válido para todo? ¿Y para todos y todas? ¿Hasta qué punto se acepta el humor?
- La plataforma de **Youtube**, actualmente muy conocida y visitada por jóvenes, cuenta con muchos videos de todo tipo. Se pueden encontrar videos de muchos y diversos temas y de youtubers de diferentes temáticas y edades. Es una ventaja porque se pueden encontrar fácilmente resultados de tu búsqueda, pero por otro lado, existe mucha información que no es útil ni válida; ni correcta en algunos casos.
- Por otro lado, en las redes sociales se puede **interactuar** mediante los comentarios. En ocasiones es interacción positiva, pero puede ocurrir que los comentarios sean ofensivos, negativos e insultantes.
- En cuanto a las **canciones** que suenan constantemente (“despacito” o “hasta el amanecer”, por ejemplo) en la radio, en los bares o en otras redes, son populares y cantadas por mucha gente, pero pocas veces nos detenemos a leer la letra, encontrar el contexto y analizar el videoclip.
- En los videoclips -al igual que en las series -la representación de la mujer en ocasiones es, hipersexuada, bailando de manera sexual, mientras que el hombre es representado como el poderoso, conquistador y dueño de las mujeres.

VIDEOS RECOMENDADOS



Mariano Peña Vs. Mauricio Colmenero - CRUZ ROJA , EN REALIDAD NO TIENE GRACIA

Video: Mariano Peña vs. Mauricio Colmenero:

<https://www.youtube.com/watch?v=wnOM07SAQoQ>



un pequeño consejo de nuestra parte



MeloMore

Suscribirse

1,1 M

204.019 visualizaciones

MELO MORE (Youtuber): min 3.39

Mensaje: no os creáis todo lo que veáis o oigáis en Youtube

<https://www.youtube.com/watch?v=SdemcSj9tmg>

3ª SESIÓN

➤ **OBJETIVO:**

- Conocer las buenas prácticas que existen
- Visibilizar las buenas prácticas que existen

❖ **RESUMEN:**

En este taller se trabajarán las buenas prácticas que existen en los medios de comunicación. Dichas prácticas es habitual encontrarlas en los medios de comunicación alternativos o minoritarios, los cuales son emisores de información independiente que no constituyen una agencia de información ni de los medios masivos organizados como empresas. Es en éstos medios de comunicación donde es más fácil encontrar las buenas prácticas.



SEGUIMOS VIENDO LA TELE ...



TELEBERRI: VALLA DE MELILLA



Salvados - "Hay que decirles que no tengan miedo porque no somos monstruos"

Salvados: "Hay que decirles que no tengan miedo porque no somos monstruos":

<https://www.youtube.com/watch?v=B-ZvMXZKoKY>

- Existen programas de televisión que ofrecen puntos de vista diferentes, apostando por comparar la información y buscando fuentes de información

diversas. Es importante dar voz a las personas protagonistas para empatizar, conocer y saber más de esa realidad.

- *¿Qué fuentes de información utiliza el periodista?*
- *¿Existen diferencias con la anterior noticia de la Valla de Melilla?*
- *¿Cuáles?*
- *¿Qué creencias y valores se transmiten en el reportaje?*

● VIDEOCLIP

● “RUMBERA”-SYSTEMA SOLAR



<https://www.youtube.com/watch?v=UzCENuyKX4E>

- + *¿Qué pasa en el video?*
- + *¿Cuál es el argumento de la canción?*
- + *¿Cómo se representa a la mujer? ¿Y al hombre?*

❖ LETRA:

Rumbera, vente vamos a bailar
que suena, música bien vacilada
verbena, la gente empieza a llegar
candela, para mi gente rumbera

Vamos para la verbena
rumba, rumba rumbera
vamos para la verbena
rumba, rumba rumbera

Tú te mueves así
esto es de aquí, entra en vacile
tú te mueves así
esto es de aquí, entra en vacile

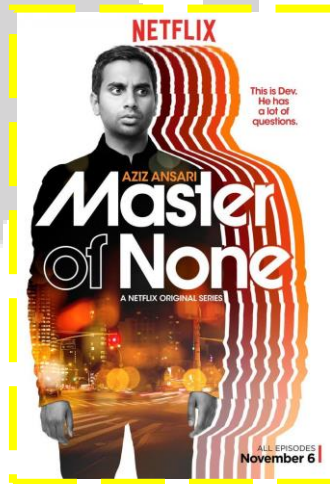
Esto está que arde vente para acá
abrazarte lento, es lo que va a pasar
una combinación de cabeza y baldosa

mirada que va, que va a pasar
y lo hala y lo hecha para acá lo que va a pasar

❖ **ANÁLISIS:**

- La mujer no cumple los cánones de belleza establecidos en ésta sociedad.
- Hay diversidad.
- El hombre y la mujer tienen el mismo rol.

● SERIES DE TELEVISIÓN



Master of None (Netflix) (Cap. 3 temporada 1)

● **SINOPSIS DE LA SERIE:** Dey es un actor que vive en Nueva York y que todavía no tiene demasiado claro qué quiere hacer con su vida. Cada episodio gira en torno a algún aspecto de la vida del protagonista, como una experiencia como inmigrante, la difícil situación de las personas mayores o cómo encontrar el mejor restaurante italiano. Todo ello, con humor.

● **ANÁLISIS:**

- ❖ Los actores asiático-americanos pocas veces son protagonistas en las series televisivas; hacen papeles secundarios o que refuerzan los estereotipos.
- ❖ Los hombres de origen asiático tienen personajes de frikis tecnológicos, asistentes y doctores. Las mujeres asiáticas, en cambio, tienen papeles de masajistas y trabajadoras sexuales.
- ❖ Según un estudio de la Universidad de California (UCLA) únicamente el 3 o 4 % de todos los personajes de series de televisión (temporada 2014-2015) fueron asiáticos. Además, de las 100 películas más importantes del año 2015, ninguna tuvo como protagonista a un asiático, y casi la mitad de éstas, no tenía ningún personaje asiático.

● YOUTUBE



Las gafas racistas

● LAS GAFAS RACISTAS: <https://www.youtube.com/watch?v=eZCMsRM1f64>

- ❖ **RESUMEN:** Un youtuber analiza cómo vemos al otro o a la otra, y cómo nos ven. Todas las personas pertenecemos un grupo estereotipado.



● Ramiaschannel: <https://www.youtube.com/watch?v=N8cczHpysnA>

- ❖ **RESUMEN:** Ramia es una chica musulmana española y en alguno de sus videos habla de cómo vive ella en el día a día. Habla de sus sentimientos, de su realidad con el yihab, de las situaciones con las que se ha enfrentado en el trabajo, del burkini, de qué hacen las personas musulmanas en navidad, etc.

¿Y YO, QUÉ PUEDO HACER?

Las Tics (Tecnologías de la Comunicación y de la Información) ofrecen una pluralidad de posibilidades de participación colectiva y popular en la construcción de la cultura social. La televisión, la radio, el periódico en papel, los medios tradicionales de comunicación, se basan en una transmisión unidireccional de la información, mientras que la Sociedad de la Información con el desarrollo de las Tics, suprime los antiguos roles fijos e institucionalizados de emisor y receptor, de modo que la transmisión de la información pasa de unidireccional a multidireccional. Muchos no solo reciben sino también emiten, haciendo posible que cualquier persona puede mandar informaciones a la Red.

En el ámbito que nos interesa, es decir, la lucha contra el racismo, la xenofobia y el discurso de odio y machista, este cambio implica la posibilidad de no limitarse a ser receptores pasivos de la información que se nos brinda, sino de responder, contestar y rebatir con información distinta y/o contraria contribuyendo a la construcción de un nuevo y distinto conocimiento.

Por ejemplo, si en el caso de un teleberri o de una serie de televisión, no podemos hacer otra cosa que ver y escuchar lo que nos proponen, en el caso de los video de Youtubers o de cualquier otro tipo de información subida a las redes sociales, **cualquier persona tiene la posibilidad de rebatir en seguida, condenar y/o dar otra versión de los hechos**. Es decir, hay un menor nivel de impunidad hacia las personas que adoptan un discurso y/o un comportamiento xenófobo o machista.

Tales son los casos de Wilson Alonso, condenado a pagar una multa por acoso sexual a ReSet, condenado por grabarse a sí mismo dando a un indigente galletas rellenas de pasta de dientes. También es el caso del machista Álvaro Reyes contra el cual se abrió una campaña en las redes sociales pidiendo el cierre de su canal; este ejemplo nos enseña cómo **las redes sociales permiten también otra forma de lucha y presión colectiva**.

Esto no nos tiene que llevar a olvidar que, a pesar de todo, también entre los youtubers o en las redes sociales en sí, se esconden comentarios racistas, xenófobos o machistas que no son tan evidentes y que pasan menos desapercibidos; por lo cual **es necesario adoptar siempre una mirada crítica hacia todo lo que vemos y escuchamos Y UNA RESPONSABILIDAD EN TODO LO QUE PUBLICAMOS**.

El término '**discurso del odio**' se utiliza para referirse a las expresiones que incitan a la discriminación o la violencia por motivos de odio racial, xenófobo, orientación sexual, u otras formas de intolerancia, pero también para referirse, en términos más amplios, a aquellas expresiones que fomentan la hostilidad a través de prejuicios o intolerancia.

El machismo, la homofobia, la xenofobia, la islamofobia, el antigitanismo, el antisemitismo y otras formas de intolerancia están muy extendidas en Internet y en las redes sociales y aprovechan estos espacios para el insulto, la humillación, el acoso, o la amenaza y la incitación a la violencia.

 Recuerda que:

- ✓ La comunicación es masiva y descentralizada.
- ✓ Las redes tienen un enorme potencial multiplicador.
- ✓ Los contenidos permanecen indefinidamente si no son borrados y pueden ser vistos por cualquier persona.
- ✓ Los contenidos pueden saltar de una plataforma a otra.
- ✓ El uso de pseudónimos y el anonimato están muy extendidos.
- ✓ Son un medio de comunicación "sin fronteras".
- ✓ La sensación de "virtualidad" desinhibe.
- ✓ De cara al odio, al racismo, al machismo, la no acción se interpreta como aceptación – por quien lo hace, quien lo lee, y lo peor de todo por quienes son víctimas.

● ¿Qué puedes hacer tú en el día a día?

- ✓ **Ponte siempre en el lugar del otro** y piensa **¿Cómo te sentirías si te dijeran eso?**
- ✓ Atento a las **propagandas falsas**.
- ✓ Utiliza opciones como: “privacidad”, “bloquear”, “denunciar”... para **estar protegido** en Internet.
- ✓ **¡Actúa!** Debemos tomar acción, si no el odio seguirá:

✚ **No le des “me gusta” a mensajes de odio**



✚ **¡No circules ni compartas mensajes de odio!** Así limitarás su alcance y efectos.

✚ **Mensajes alternos:** trata de desmentir la propaganda racista. Promueve mensajes positivos y aborda los prejuicios para que no se conviertan en discurso de odio.



✚ **No respondas a mensajes amenazantes o hirientes.**

✚ **Confrontar mensajes de grupos extremistas personalmente puede ser difícil y arriesgado.** Meterse en debates con estos grupos a menudo los lleva a reaccionar agresivamente. **En caso que veas un grupo o página que promueve el odio y la violencia es mejor contactar con una persona adulta responsable y denunciarlo en la misma red social, y/o a las autoridades correspondientes.**

(Guía práctica contra el discurso del odio, PRISM Project 2016)

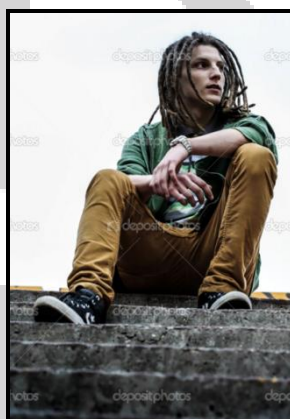
ANEXOS

ANEXO 1

¿QUÉ SIENTO CUANDO MIRO ESTAS FOTOS?

Escribe al lado de cada imagen la/s emoción/es que te genera.











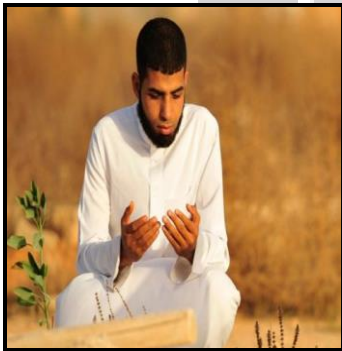


¿QUÉ SIENTO CUANDO MIRO ESTAS FOTOS?

Escribe al lado de cada imagen la/s emoción/es que te genera













¿QUÉ SIENTO CUANDO MIRO ESTAS FOTOS?

Escribe al lado de cada imagen la/s emoción/es que te genera







