



**Universidad**  
Zaragoza

## **TRABAJO FIN DE GRADO** **MAGISTERIO EN EDUCACIÓN PRIMARIA**

### **ROLES Y ESTEREOTIPOS DE GÉNERO A TRAVÉS DE LA MODA.**

**La educación artística como forma de concienciación y cambio mediante la creación de prendas de ropa en educación primaria**

Rols and gender stereotypes through fashion.  
Artistic education as a form of awareness and change through clothing creation in primary education

Autor

Javier Laborda Marquesan

Directora

Nora Ramos Vallecillo

FACULTAD DE EDUCACIÓN  
2023/2024

## **RESUMEN**

El concepto de género y roles, que durante años han sido impuestos por la sociedad, están sufriendo un gran cambio, alejándose de la idea de que existen conceptos asociados al género masculino y al femenino. Uno de los ámbitos más notorios donde se da este cambio es en el mundo de la moda. El nuevo panorama educativo basado en la inclusividad concuerda con este cambio social que se está dando, haciendo que desde la escuela se erradiquen los estereotipos, y se fomente una convivencia basada en la igualdad. En este trabajo fin de grado se defiende la existencia de estos estereotipos de género y de cómo el alumnado los acaba cumpliendo por las normas sociales inconscientemente aceptadas. Para comprobarlo, se plantea una propuesta desde la educación plástica y visual, teniendo en cuenta la moda como forma de arte, para observar hasta qué medida los alumnos y alumnas siguen estos estereotipos de género, haciendo que potencien su creatividad, diseñando prendas de ropa y verificar si se basan en lo aceptado estereotípicamente como masculino o femenino. Una propuesta, que, además, busca comprobar si desde la expresión artística se puede generar una concienciación y cambio en las ideas estereotipadas del alumnado.

## **Palabras clave**

Estereotipos de Género, Igualdad, Moda, Educación artística, Primaria

## **ABSTRACT**

The concept of gender and roles, that have been imposed by society for years, are going through a great change, moving off from the idea that there are concepts associated with male and female gender. One of the most notorious aspects in which this change occurs is in the fashion world. The new education outlook based in inclusivity agrees with this social change that is happening, causing stereotypes to be eradicated from the school, and encouraging an equality-based coexistence. This final degree project defends the existence of these gender stereotypes and how students end up performing them because of the social norms unconsciously accepted. To check it, a proposal is raised from artistic and visual education, taking into account fashion as a form of art, in order to observe to what extent students follow these gender stereotypes, encouraging their creativity, designing clothing and checking if they are based in what's stereotypically accepted as masculine and feminine. A proposal, which, also, seeks to check if it is possible to generate awareness and change in student's stereotyped ideas from artistic expression.

## **Keywords:**

Gender stereotypes, Equality, Fashion, Artistic education, Primary

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN .....	6
OBJETIVOS .....	7
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	7
1. Roles y estereotipos .....	7
1.1. Definiciones .....	7
1.2. Feminismo y nuevas masculinidades. cambio de la sociedad .....	8
2. Moda y género. ....	9
2.1. Moda como forma de revolución .....	9
2.2. Estereotipos de género en la moda.....	14
3. Arte, moda y género.....	18
3.1 Moda como forma de Arte .....	18
3.2 Diseñadores emblemáticos del siglo XX y siglo XXI. ....	20
3.2.1. Diseñadores .....	20
3.2.2. Influencers y su impacto con las redes.....	22
3.3. Arte y género.....	24
4. Educación plástica, visual y audiovisual.....	25
4.1. El Arte como elemento de trabajo en la educación plástica y visual .....	25
4.2. Relación con el currículum y la nueva ley educativa.....	27
4.3 La cultura visual.....	28
4.4 Pensamiento crítico .....	29
5. Metodología de investigación. ....	30
5.1. El estudio de caso y la investigación-acción.....	30
5.2. Contextualización.....	31
5.3. Identificación y planteamiento del problema.....	32
5.4. Hipótesis iniciales .....	33
5.5. Preguntas de investigación.....	33
5.6. Plan de actuación: .....	33
Parte 1: Pre-test:.....	34
Parte 2: intervención: .....	36
Parte 3: Post-test.....	36
DISEÑO DE LA PROPUESTA: .....	37
Metodología de la propuesta:.....	37
Contenidos y competencias:.....	37
Objetivos de aprendizaje:.....	39
Propuesta a realizar: .....	40
Resultados de aprendizaje:.....	42

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	45
Resultados del pre-test: .....	45
Resultados de la intervención: .....	49
Resultados del post-test:.....	50
CONCLUSIONES .....	54
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	56
LISTADO DE FIGURAS .....	61
ANEXO.....	64
Anexo I: Comparativas de pre-test y post-test realizados por el alumnado.....	64
Anexo II: Presentación realizada para la intervención.....	68
Anexo III: Imágenes del alumnado realizando la propuesta.....	68

## INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN

La Ley Orgánica 3/2020 del 29 de diciembre (LOMLOE) es la nueva ley orgánica que rige el sistema educativo español, sustituyendo a la anterior conocida como LOMCE. Esta nueva ley educativa está apostando por una educación inclusiva en la que se tenga en cuenta la diversidad del alumnado en todos los ámbitos, donde prime la libertad de expresión y el aprendizaje desde una perspectiva de género inclusiva y donde hombres y mujeres sean vistos desde el panorama de la igualdad. La problemática de esta nueva visión de una educación inclusiva, respecto al género, es que la sociedad en la que vivimos tiene unas connotaciones en las que se generan una gran cantidad de estereotipos y roles asociados al género, que provocan actitudes incompatibles con esta nueva visión de la educación.

Por tanto, desde el aula hay que trabajar sobre los estereotipos y las connotaciones negativas que pueden tener en el alumnado. Trabajarlos fomentando la diversidad y las nuevas perspectivas sociales que están surgiendo respecto a los roles de género. Para afrontar estas nuevas realidades de género se ha elegido la perspectiva de la moda. Esta perspectiva puede resultar muy beneficiosa para la explicación debido a que en los últimos años está habiendo una gran revolución, sobre todo en el panorama masculino de la moda, acerca de las prendas y accesorios asociadas socialmente a este género. Cada vez más diseñadores apuestan por innovar y utilizar elementos, no asociados socialmente a lo masculino, en la creación de looks y prendas masculinas.

En este caso se busca conocer qué estereotipos puede tener el alumnado y concienciar sobre la diversidad y fomentar el pensamiento crítico del alumnado para que creen sus propias opiniones sobre el tema. Esta concienciación va a llevarse a cabo a través de una propuesta enfocada en el mundo de la moda. Esta temática puede funcionar muy bien en el aula por varios factores.

Por un lado, la moda en los últimos años está evolucionando y rompiendo los esquemas de género impuestos por la sociedad, cada vez arriesgando más y sobrepasando la barrera entre un género y otro.

Por otro lado, es un ámbito creativo en el que el alumnado puede expresarse y fomentar su imaginación, creando prendas únicas que rompan con esos estereotipos. Así, en esta propuesta los alumnos crearán sus propias prendas de ropa con el objetivo de ver si cumplen o no los estereotipos marcados por la sociedad.

## **OBJETIVOS**

El objetivo principal de este trabajo es identificar los estereotipos de género sobre la moda que puede tener el alumnado de primaria inconscientemente naturalizados. Se busca conocer las creencias y opiniones que pueden llegar a tener y realizar una intervención para ver si cambian las ideas que puedan ser negativas o perjudiciales para una convivencia basada en la igualdad. Todo ello realizado desde la perspectiva de la educación plástica y visual.

## **FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

### **1. Roles y estereotipos**

#### **1.1. Definiciones**

Los estereotipos se han definido como imágenes mentales simplificadas sobre una persona, un grupo, una institución, etc., en sus características esenciales, como puede ser capacidad intelectual o aptitudes, y que, de forma general, es compartida socialmente (Tajfel, 1984).

El estereotipo se define inicialmente como una preconcepción generalizada, parte del proceso mental que organiza la información recibida, simplifica el entendimiento para aprehender el ambiente social, predecir acontecimientos, formar categorías sociales, económicas, hacer más sencilla la percepción de la realidad, construcciones, generalizaciones. Su función es cognitiva, perceptiva y de categorización. (Fernández Ponceña, 2011)

Ambas definiciones hablan de estereotipos enfocados a diferentes grupos. Estos grupos pueden ser muy variados. Podemos encontrar estereotipos enfocados hacia la raza, hacia las sexualidades, hacia las diferentes etnias y culturas, entre otros. En el caso de este trabajo, se va a centrar en los estereotipos asociados al género.

Los estereotipos de género son las características, los rasgos y las cualidades que se otorgan a las personas según su sexo. Estas características se asignan a cada sexo en base a los roles e identidades que socialmente se han venido asignando a los hombres y a las mujeres (Amurrio Vélez et al., 2012). Las representaciones culturales (entre ellas las de género) son un conjunto de ideas, creencias y significados empleados por la sociedad para estructurar y organizar la realidad. Estas se transmiten a todos sus miembros a través de diversos mecanismos socioculturales (Colás Bravo & Villaciervos Moreno, 2007). Ambas ideas se relacionan bajo el pretexto de que los estereotipos de género se transmiten y son asignados por la sociedad. Con el tiempo los estereotipos se naturalizan, es decir, se olvidan que son construcciones sociales y se asumen como verdades absolutas e

intemporales (Amurrio Vélez et al., 2012). Esta transmisión social que se mencionaba anteriormente junto a esta naturalización, hace que la sociedad tenga unas características y normas concretas, aceptadas por todos y que la persona que se aleja de ellas, resalta frente a todos.

Estas ideas simplifican la realidad dando lugar a una diferenciación de los géneros que se basa en marcar las características de cada uno, otorgándoles una identidad en función del papel social que se supone que deben cumplir. (Belmonte & Guillamón, 2008).

El género es una representación cultural, que contiene ideas, prejuicios, valores, interpretaciones, normas, deberes, mandatos y prohibiciones sobre la vida de las mujeres y de los hombres. (Colás Bravo & Villaciervos Moreno, 2007). Esta aportación nos señala la problemática que tiene el género, puesto que durante años tanto hombres como mujeres se han visto dentro de unos parámetros de los cuales no pueden sobrepasar debido a esas prohibiciones mencionadas anteriormente.

Como señala González Gavaldón (1999), la relación entre los conceptos «estereotipo», «prejuicio» y «discriminación» es muy estrecha. La discriminación se reproduce al avalar como naturales los estereotipos que no permiten a mujeres y hombres desarrollarse según sus intereses y potencialidades (González Suárez, 2002).

Los estereotipos de género llevan importantes consecuencias negativas pues limitan el desarrollo integral de las personas, influyendo sobre sus preferencias, desarrollo de habilidades, aspiraciones, emociones, estado físico, rendimiento, etc. (Castillo Mayen & Montes Berges, 2014)

Con esto y enlazando con las definiciones previamente descritas de estereotipos, se puede concluir que tanto hombres como mujeres se ven regidos bajo unos patrones naturalizados y transmitidos por la sociedad, los cuales hacen que los individuos que no siguen ese patrón se vean perjudicados y señalados por la población restante.

## **1.2. Feminismo y nuevas masculinidades. cambio de la sociedad**

La sociedad en el transcurso del tiempo evoluciona, y los estereotipos van evolucionando y transformándose junto a esta. La pregunta es, ¿Quién provoca este cambio social? Uno de los mayores movimientos que ha permitido el cambio sobre los conceptos y creencias estereotipadas del género, ha sido el movimiento del Feminismo.

El Feminismo se define como toda teoría, pensamiento y práctica social, política y jurídica, que tiene por objetivo hacer evidente y terminar con la situación de opresión que soportan las mujeres

y lograr así una sociedad más justa que reconozca y garantice la igualdad plena y efectiva de todos los seres humanos (De las Heras, 2009)

En el transcurso del siglo XX al XXI, España ha experimentado profundos cambios sociales. La actual presencia de la mujer en los diversos ámbitos sociales y educativos da testimonio de ello. La libertad de elección de una ocupación profesional por parte del género femenino ha marcado una trayectoria directa hacia la plena igualdad entre ambos sexos. (Martínez Reina & Vélez Cea, 2009).

A pesar de los cambios sociales que acercan a la mujer a todas las actividades sociales, estas creencias no se han modificado con la amplitud deseable (González Gavaldón, 1999).

De igual forma que surgen nuevos conceptos de feminidad gracias a movimientos como el feminismo, también están surgiendo nuevas masculinidades que cada vez buscan alejarse más del estereotipo de hombre que se ha naturalizado en la sociedad como destacaba Amurrio Vélez (2012). El modelo de masculinidad predominante se ha caracterizado, a pesar de sus variantes, por ser básicamente sexista y homófobo (Boscán Leal, 2013.). Las personas, durante la infancia, reciben la aprobación social cuando realizan actividades propias de su sexo, y se les corrige en sus preferencias, cuando éstas no coinciden con los estereotipos tradicionales. En esta etapa de la infancia las personas interiorizan progresivamente las normas de conducta propias de su género, para poder actuar conforme a ellas. (Martínez Reina & Vélez Cea, 2009).

Enlazando estas ideas que proponen los diferentes autores se puede llegar a la conclusión de que desde la infancia los hombres van a replicar ese comportamiento sexista y a seguir esos patrones para conseguir la aprobación social. De igual forma ocurre con las mujeres, por lo que Boscán Leal (2013) propone que se necesita romper con esa sujeción a los modelos de mujer-frágil-sumisa y varón-fuerte-agresivo. En ese rompimiento de ideales entran los movimientos como el feminismo y los movimientos de nuevas masculinidades que están surgiendo actualmente.

## **2. Moda y género.**

### **2.1. Moda como forma de revolución.**

Los movimientos mencionados hasta ahora han supuesto un cambio en la forma de pensar de la sociedad a través de diferentes ámbitos y sectores. Sin duda uno de los grandes sectores donde se ha visto reflejado un cambio de conductas y se han extinguido muchos estereotipos ha sido en el de la moda.

La moda es algo que sucede en una época, muestra una realidad en un periodo de tiempo determinado y es un reflejo de la sociedad, es un sistema (Retamozo, 2017). Retamozo (2017) también destaca que la moda es un reflejo de la sociedad y de sus intereses, sus creencias y sus expresiones porque hay prendas que transmiten sensaciones; la moda muestra la evolución del ser humano, expresa cómo se vivió en determinadas épocas. Las prendas como objeto en sí mismo constituyen un símbolo, que, en sintonía con los colores e inscripciones, declaran quienes son las personas, sus valores y su ideología. (Tidele, 2021). La moda contribuye en la evolución de la sociedad y cambia constantemente junto a ella, está presente en todos los aspectos de nuestra vida cotidiana, aunque en muchos casos no somos conscientes de esta realidad. (Pardo Navarro, 2011).

Estos autores destacan el hecho de que la moda muestra como es la sociedad del momento y como está evolucionando a medida que lo hace la sociedad y las creencias de la época, representando sus ideologías y sus problemáticas. Así se puede concluir que la moda ha ido evolucionando y cambiando a medida que han ido cambiando el papel de los hombres y las mujeres en la historia, al igual que los estereotipos asociados a estos.

Hasta alrededor del siglo XIV, las vestimentas masculinas y femeninas no representaban las diferencias sexuales de modo revelador. A partir de entonces, comienzan a exhibirse las diferencias: el traje se angosta, y el corto es utilizado por el hombre, mientras que el largo es reservado a las mujeres (ver figuras 1 y 2) (Maioli, 2016). Desde entonces la moda masculina y femenina comienza a ser diferenciada, creándose diferentes prendas en función del género con unas connotaciones y características propias.

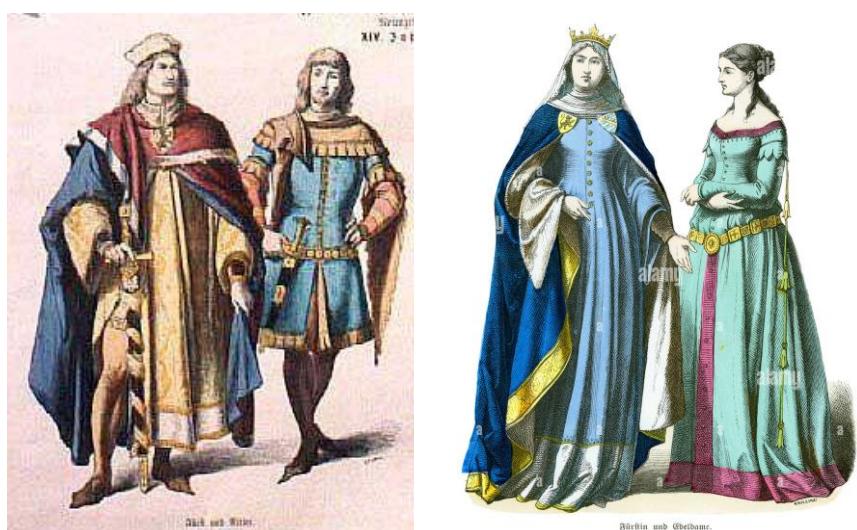


Figura 1 y 2: Moda en el siglo XIV.

Fuente: <https://www.todocoleccion.net/arte-grabados/antiguo-grabado-germano-numerado-s-18-trajes-medievales-catorce~x255618030>

Durante siglos existió una puja entre el sistema de la moda y la lucha feminista. Si bien la moda siempre ha sido dictatorial, en la actualidad se ha convertido en una herramienta de lucha de las mujeres para vestir aquello que se piensa, traduciéndose en un signo de identidad y empoderamiento. Porque romper estereotipos, también es feminismo (Tidele, 2021). Todos estos cambios se han hecho más notorios desde el siglo XX con las olas de revolución del feminismo al frente de mujeres desde la revolución por el uso del pantalón, a las nuevas formas de vestir desencadenadas por la guerra.

Los años 20 se caracterizan por ser un período de grandes novedades. Gracias a los diseños de Coco Chanel (ver figura 3) la mujer empezó a sentirse más cómoda y libre para vestir. Lo más común eran los trajes de chaqueta y la tendencia más usada las hombreras. También se usaban vestidos con grandes escotes en la espalda y aparecen los abrigos de pieles (Watson, 2004, p.40).



Figura 3: Diseño de traje femenino de Coco Chanel. Fuente:  
[https://www.vanitatis.elconfidencial.com/estilo/moda/2021-07-14/total-look-coco-chanel-historia\\_3172175/](https://www.vanitatis.elconfidencial.com/estilo/moda/2021-07-14/total-look-coco-chanel-historia_3172175/)

Luego de la primera guerra mundial el modelo de mujer andrógina se consolida como deseable. El look garçonne (ver figura 4), (la palabra viene del francés, donde garçon significa chico) y el estilo flapper (ver figura 5) se expanden a través de los ya propagados medios de moda (destinados exclusivamente a la población femenina) y los nuevos iconos de estilo: las estrellas del cine de Hollywood como Clara Bow o Louise Brooks, como referencia de mujer (Kovadloff, 2019). Estas mujeres fueron pioneras en utilizar la moda como una herramienta de liberación y un acto de revolución, en virtud que rechazaban las normas de comportamiento hasta ese momento propias de una dama, representando los cambios sociales del mundo de posguerra (Tidele, 2021). Nos encontramos con un ideal de mujer revolucionaria, acorde a los cambios sociales que está sufriendo el mundo y que cambian su forma de vestir para mostrar su lucha e ideales.



Figura 4: Look garçonne. Fuente: <https://www.harpersbazaar.com/es/belleza/pelo-belleza/g216332/historia-ilustrada-del-corte-garconne/>



Figura 5: Estilo flapper. Fuente:  
<https://juliaromeroeco.com/las-flappers-la-revolucion-femenina-de-1920/>

El ideal de cuerpo ahora es ser delgada, con poco busto, y llevar el pelo corto a lo chico, pero ya no se lo ve como travestismo, como vimos en épocas anteriores, si no como un look propiamente femenino, que consolida dos parámetros que quedaran, con algunos vaivenes temporales, ligados durante el siglo XX al modelo propuesto por la moda hegemónica: la juventud y la delgadez (Kovadloff, 2019). Estas mujeres revolucionarias consiguieron cambiar el estereotipo social de mujer de la época, rompiendo con los cánones establecidos hasta entonces y generando unos nuevos, aunque no fue un proceso de rápida y fácil aceptación.

Kovadloff (2019), recalca que el uso del pantalón se incrementó con la llegada de la segunda guerra mundial (ver figuras 6 y 7), debido a la necesidad que había de que las mujeres ocuparan los trabajos y tareas de los hombres que estaban en la guerra. Los atuendos femeninos resultaban incómodos para el trabajo, por lo que las mujeres empezaron a utilizar prendas como pantalones para acomodar el trabajo. Esto provocó que se empezaría a naturalizar.



Figura 6 y 7: vestimentas de mujeres durante y después de la guerra. Fuente:  
<https://www.xataka.com/magnet/26-imagenes-que-ilustran-como-la-mujer-tomo-las-fabricas-durante-la-primer-a-guerra-mundial>

Desde mediados del siglo XX, el sistema de la moda hegemónica se alimentó de estéticas marginales para renovarse. Así sucedió con subculturas como el punk, movimientos como la sustentabilidad, y ahora sucede con la estética queer (Kovadloff, 2019). El verbo transitivo queer expresa el concepto de “desestabilizar”, “perturbar”, “jorobar”; por lo tanto, las prácticas queer se apoyan en la noción de desestabilizar normas que están aparentemente fijas. (Fonseca Hernández & Quintero Soto, 2009). Estas normas que desestabilizan, no son otras que las normas de género culturalmente aceptadas hasta ahora por la sociedad.

Queer refleja la naturaleza subversiva y transgresora de una mujer que se desprende de la costumbre de la femineidad subordinada; de una mujer masculina; de un hombre afeminado o con una sensibilidad contraria a la tipología dominante; de una persona vestida con ropa del género opuesto (ver figura 8), etcétera (Fonseca Hernández & Quintero Soto, 2009). Esta estética queer es de la que parten muchas de las estéticas que están surgiendo a raíz de las nuevas masculinidades de las últimas décadas. Este movimiento queer busca romper con los roles establecidos, dejando atrás los estereotipos de prendas, colores y estampados asociadas al género.



Figura 8: Estética queer del siglo XX. Fuente:  
<https://www.goodhousekeeping.com/life/a43877100/stonewall-riot-leaders/>

En el siglo XXI, la moda se ha convertido en un recurso de la sociedad del espectáculo; considerando que si bien el sistema de la moda continúa ejerciendo poder sobre las masas permite que cada individuo desarticule ese sistema y construya su propia identidad; hallando su propio estilo y abandonando antiguos mandatos. El vestido como símbolo cargado de significados representa para el nuevo colectivo feminista un instrumento de protesta, de empoderamiento (Tidele, 2021).

## 2.2. Estereotipos de género en la moda

Aunque los movimientos como el feminismo o las nuevas masculinidades surgentes estén revolucionando y erradicando muchos de los estereotipos asociados al género en la moda, este ámbito todavía sigue estando marcado por una gran cantidad de estereotipos socialmente aceptados.

Para los historiadores de la moda y el traje, es a partir de la mitad del siglo XIX que la vestimenta incrementó la división entre los mundos e imaginarios femeninos y masculinos. Occidente, en ese momento histórico, recreó a través de la moda dos patrones en las formas de vestir

excluyentes entre sí: uno para los hombres y otro para las mujeres (Zambrini, 2010, #)

La moda reforzó su papel de creadora de diferencias gracias a la aparición de la figura del modisto y de la alta costura. La alta costura sólo estaba al alcance de unos pocos, muy pronto la figura del diseñador se convirtió en otro instrumento utilizado para la perpetuación de los roles y estereotipos de género a través del vestir. (Martín García, 2016)

“Un creador de moda es un especialista en la diferencia, capaz de traducirla mediante un tejido. Entre los creadores muchos son individuos pertenecientes a una identidad minoritaria: judíos, homosexuales, mujeres solas en una época en que se esperaba de ellas un matrimonio...” (Erner, 2006). A las aportaciones de Erner hay que añadir que más allá de la condición social o sexual del diseñador o diseñadora, sus creaciones impulsan la diferencia porque fomentan la distinción de género a través de las formas, los colores y el tipo de prenda (siempre distintos, en función del sexo). (Martín García, 2016)

Los trajes femeninos se tornaron más complejos en cuanto a sus confecciones, las telas y los bordados utilizados. En cambio, los trajes masculinos sufrieron el proceso inverso debido a la simplificación de los modelos que los despojó de casi todo elemento decorativo. (Zambrini, 2010). Pero no solo se ven afectadas las piezas de ropa en esta distinción. La indumentaria femenina dio lugar al uso de objetos complementarios en las formas de vestir tales como abanicos, guantes, chales, carteras, aros, etc. La combinación de la ropa con los accesorios, recreó un estereotipo de una estética femenina asociada al adorno y a lo decorativo como rasgo identitario que a primera vista se diferenciaba de lo masculino (Zambrini, 2010)

Por tanto, la figura de los diseñadores comenzó a realizar una separación y a imponer unos roles en cuanto a la moda, roles que se transformarían en unos estereotipos que la sociedad naturalizaría y aceptaría, haciendo que la persona que se salga de esos patrones destaque y sea señalado. Estos autores hacían referencia a los elementos decorativos, colores y simpleza de las prendas, pero, ¿Qué prendas están estereotipadamente asociadas al género masculino o al femenino?

Para responder a esta pregunta se ha realizado una comparativa de diferentes páginas web de tiendas de ropa, como Zara, Pull & Bear y H & M, para comprobar la diferencia de prendas de ropa que se ofertan en la sección de mujer y en la sección de hombre.

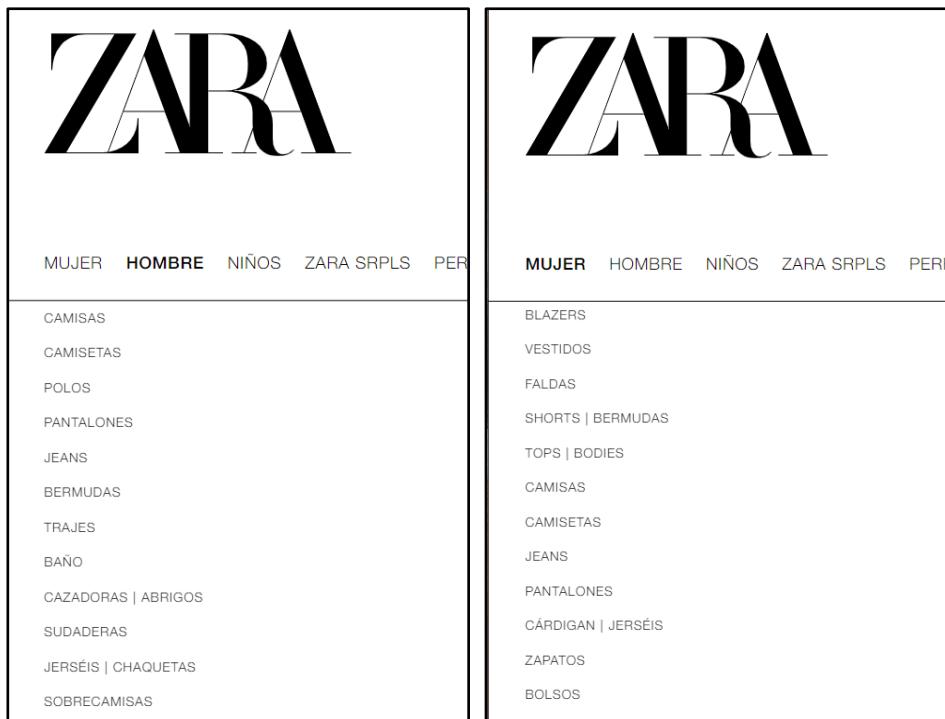


Figura 9 y 10: catálogo de ropa masculina y femenina de Zara

Fuente: <https://www.zara.com/es/es/search>

The image consists of two side-by-side screenshots of the Pull & Bear website. The left screenshot (men's) has a header 'HOMBRE' and sections: 'EDADES' (A, MOCIONES 124 - 01/06/2024, ATOS, ESORIOS, SOS | MOCHILAS), 'ABORACIONES' (D, LUSIVO ONLINE). The right screenshot (men's) has a header 'MUJER | HOMBRE' and sections: 'NOVEDADES' (STWD, Denim oversize TREND, Crea tu pack NEW), 'ROPAS' (Jeans, Pantalones, Bermudas, Camisetas, Packs, Sudaderas, Camisas), 'EXCLUSIVO ONLINE' (Cazadoras y abrigos, Punto, Bañadores, Ropa interior), 'PROMOCIONES' (25/01/2024 - 01/06/2024, Join Life, #pullandbearcommunity, Preguntas frecuentes, Cómo devolver, Tarjeta regalo), and a sidebar with trends: Leopard (TREND), Crea tu pack (NEW), Festivales (TREND). The right screenshot (women's) has a header 'MUJER | HOMBRE' and sections: 'NOVEDADES' (Leopardo TREND, Crea tu pack NEW, Festivales TREND), 'ROPAS' (Jeans, Pantalones, Vestidos, Tops y bodies, Camisetas, Camisas y blusas, Faldas, Petos y monos, Shorts y bermudas, Bikinis y bañadores, Cazadoras y abrigos, Blazers y trajes, Sudaderas), 'EXCLUSIVO ONLINE' (Punto, Chalecos, Chándal).

Figura 11 y 12: catálogo de ropa masculina y femenina de Pull&Bear

Fuente: <https://www.pullandbear.com/es/hombre-n6228>

The image consists of two side-by-side screenshots of the H&M website. Both screenshots feature the H&M logo at the top center. Below the logo, there is a horizontal navigation bar with categories: Mujer, Hombre, Bebé, Niños, and H&M HOME.

**Left Screenshot (Mujer Category):**

Mujer	Hombre	Bebé	Niños	H&M HOME
<b>Novedades</b>		<b>Compra por producto</b>		<b>Regalos</b>
Ver todo		Ver todo		Tarjetas
Prendas				Vestidos
Zapatos y Accesorios		Camisetas y tops		Camisas y blusas
Sport		Camisas		PRE-LO
		Sudaderas Con y Sin Capucha		Barcelo
<b>Special prices</b>		Jerséis y cardigans		H&M Ta
Los más buscados		Americanas y Trajes		Más Información
Multipacks desde 7,99€		Chaquetas y abrigos		
Member prices desde 7,99€		Vaqueros		
		Pantalones		
<b>Catálogo</b>		Pantalones cortos		Pantalones
Looks de estilo casual		Ropa de baño		Vaqueros
Looks formales		Pijamas		Pantalones cortos
Looks de estilo urbano		Ropa interior		Monos
Looks athleisure		Calcetines		Sudaderas con y sin capucha
		Accesorios		Bikinis y bañadores
		Zapatos		
		Sport		

**Right Screenshot (Hombre Category):**

Mujer	Hombre	Bebé	Niños	H&M HOME
<b>Novedades</b>		<b>Comprar por producto</b>		<b>Regalos</b>
Ver todo		Ver todo		Tarjetas
Prendas				Vestidos
Zapatos y Accesorios		Camisetas y tops		Camisas y blusas
Bikinis y bañadores		H&M		PRE-LO
Beauty		Más Información		Barcelo
				H&M Ta
<b>Inspiración</b>				Más Información
Tendencia actual		Americanas y Chalecos		
Festivales		Chaquetas y abrigos		
Crochet		Crochet		
<b>Special prices</b>		Básicos desde 4,99€		
Precios + Bajos				
Los más buscados				
Multipacks desde 7,99€				
Básicos desde 4,99€				

Figura 13 y 14: catálogo de ropa masculina y femenina de H&M

Fuente: [https://www2.hm.com/es\\_es/index.html](https://www2.hm.com/es_es/index.html)

En las tres tiendas se puede observar una clara diferencia entre los tipos de productos que se ofertan. Por un lado, en la sección de hombres encontramos muchas menos opciones, y casi todas ellas se reducen a chaquetas, sudaderas, pantalones, camisetas y camisas. Por otro lado, en la sección de mujeres podemos encontrar todas estas prendas mencionadas anteriormente, añadiendo otras como tops, monos, vestidos, faldas... (ver figura 9, 10, 11, 12 ,13 y 14)

Estas tiendas de ropa son solo un ejemplo entre muchas otras que cumplen estos patrones. La sociedad tiene establecidos e interiorizados unos estereotipos de lo que se considera ropa para el público femenino y para el público masculino, y, aunque cada vez se vaya deconstruyendo más esta idea, las grandes empresas comercializadoras de ropa siguen perpetuando esta distinción.

En conclusión, podemos hacer referencia a dos grandes bloques de estereotipos en cuanto a la división del género en la moda. Uno de ellos sobre los tipos de prendas que están destinados hacia un género u otro, y el otro acerca de los tejidos, decoraciones y simpleza que componen las mismas.

### **3. Arte, moda y género.**

#### **3.1 Moda como forma de Arte**

Como se ha comprobado hasta ahora la moda supone una forma de expresión y una forma de revolución y cambio. Retamozo (2017) hacía hincapié en que la moda transmite sensaciones, expresiones y reflejan el alma de esa sociedad. ¿Se podría decir entonces que la moda es una forma de expresión artística de la sociedad?, es decir, ¿la moda es arte? Para contestar a esas preguntas hay que contextualizar lo que se entiende como arte.

El uso contemporáneo del término Arte alude a las manifestaciones de la actividad humana en el orden del sentimiento y la imaginación, como la poesía, la pintura o la música, e inclusive, en un sentido más estricto, se designa por Arte el conjunto de creaciones dirigidas a conmover por intermedio de los ojos, tales como la arquitectura y la escultura. (Restrepo, 2005).

Zatonyi (2011) plantea que el arte es una construcción humana, hecho por y para el ser humano, es una de las barreras ontológicas, una barrera que pone el ser humano ante su miedo a la nada, su objetivo es ayudarlo a vivir. Retamozo (2017) coje estas ideas de Zantoyi y dicta lo siguiente “podemos presuponer que el arte, al igual que el diseño, comparten características: son construcciones humanas y su objetivo es ayudar a vivir al ser humano”

Como si se tratase de un pintor o un escultor, el diseñador dispone a su antojo de telas, texturas, colores, formas y proporciones para modelar los cuerpos como estima conveniente, haciendo gala de volúmenes, movimiento y geometría. El proceso de creación recuerda mucho al de un arquitecto que estudia cómo sacar partido de todos los materiales existentes en el mercado mostrando una creatividad innovadora, como los artistas (Pérezminguez, 2015)

Esta idea hace una comparativa haciendo un símil entre el diseñador y el arquitecto o el pintor, siendo las disciplinas de estos, la arquitectura o la pintura, dos de las disciplinas que se consideran como arte según la definición contemporánea aportada por Restrepo (2005). Por tanto, se puede decir que, si se considera al diseñador como uno de estos maestros de las artes, la moda entraría como disciplina artística en la misma definición.

Quienes sostienen que la moda es arte han planteado cuatro argumentos: la moda que es arte es la hecha por un artista, la moda que es arte es la alta costura (ver figura 15), la moda que es arte es la basada en una obra de arte y la moda que es arte es la que está en los museos. (Retamozo, 2017). Entre sus muchas características destacaríamos la “carta de colores” o también conocida como “carta textil” (ver figura 16), es tan amplia, tipos de telas, estampados, texturas etc. (Pardo Navarro, 2011)



Figura 15: Diseño de alta costura. Fuente:

[https://www.elmundo.es/album/yodona/moda/2020/01/22/5e2846d9fddff36808b46ab\\_14.html](https://www.elmundo.es/album/yodona/moda/2020/01/22/5e2846d9fddff36808b46ab_14.html)

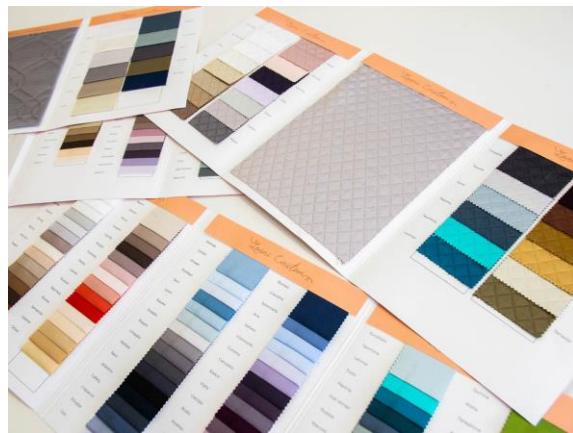


Figura 16: Ejemplo de carta textil. Fuente:

<https://loanicustom.com/producto/cartas-de-tejidos/>

El arte es un medio de comunicación y expresión creativa en el que el artista es el creador e interpreta su obra. El diseñador vincula un nuevo concepto de evolución artística como forma de expresión y de comunicación dentro de la sociedad. (Pardo Navarro, 2011). Esa forma de expresión se puede relacionar con los conceptos de estereotipos que se comentaban anteriormente, siendo la moda un precursor de estos, pero a su vez una forma de transgresión y reivindicación.

Llegado a este punto podemos afirmar que el diseño de moda es un movimiento artístico contemporáneo, es el arte más aceptado en la sociedad, con una clara búsqueda de la belleza estética (Pardo Navarro, 2011)

### **3.2 Diseñadores emblemáticos del siglo XX y siglo XXI.**

#### **3.2.1. Diseñadores**

Al hablar sobre la revolución de la moda femenina, se ha introducido a la diseñadora Coco Chanel y sus trajes destinados para mujeres. Al igual que esta influyente diseñadora, hay una gran cantidad de diseñadores que han marcado el panorama de la moda en el siglo XX.

Capilla (2003) hace un recorrido de los diferentes diseñadores que marcaron un antes y un después en el siglo XX, entre los que destacan Dior, Balenciaga, Yves Saint Laurent, Paco Rabanne, Prada, Jean Paul Gautier y Moschino.

Según Capilla (2003), la moda va evolucionando. Desde Dior que vuelve a la tradicional moda francesa, realizando prendas que marcaran la silueta femenina (ver figuras 17, 18 y 19), pasando por Balenciaga y su afán por el perfeccionismo y la alta costura (ver figura 20), por Yves Saint Laurent y su búsqueda de la imagen de mujer triunfadora a través de la moda (ver figura 21) o Paco Rabanne con su objetivo de sorprender (ver figura 22).



Figuras 17, 18 y 19: Diseños de Dior en el siglo XX. Fuente:  
<https://blackandlabel.com/luxurylifestyle/estilo-de-vida/christian-dior-new-look/>



Figura 20: Diseño de alta costura de Balenciaga. Fuente:

<https://www.rtve.es/television/20200228/balenciaga-exposicion-getaria-imagenes/2004790.shtml>



Figura 21: Diseño de Yves Saint Laurent. Fuente: <https://revistacodigo.com/yves-saint-laurent-10-momentos-de-infamia-y-genialidad/>



Figura 22: Diseño de Paco Rabanne. Fuente:

<https://www.lavanguardia.com/magazine/moda/20230203/8731338/disenos-mas-iconicos-paco-rabanne-metalurgico-modam.html>

Y en los años ochenta el fenómeno se acentúa, un vestido ya no es un vestido: es un jarrón con flores, es un logotipo sobre una camiseta, es un espectáculo de modelos sobre una pasarela, son los cuerpos de esas modelos dejándose ver. La moda ya no es lo que está de moda, sino la antimoda, hay que asumir también a los marginales, a los que se manifestaban hasta ahora resistentes a formar parte del entramado (Capilla, 2003).

Todo este cambio en la moda, generado gracias a estos diseñadores, ha seguido evolucionando hasta nuestros días con los nuevos diseñadores emergentes y las nuevas formas de vestir y de comunicación del siglo XXI.

### **3.2.2. Influencers y su impacto con las redes**

Las nuevas masculinidades de las que habla Amurrio Vélez (2012), conllevan el hecho de que cada vez surjan nuevos diseñadores y personas que rompen con los estereotipos marcados hacia la moda masculina y que cada vez innoven más hacia nuevos conceptos. La influencia de las nuevas tecnologías ha ayudado a dar voz a estas nuevas personas, siendo TikTok un gran medio para ello. Tik Tok es una red social la cual permite a sus usuarios no solo consumir, sino que también crear, compartir e interactuar con pequeños vídeos de quince segundos, en su inmensa mayoría, ya que, en la actualidad, la plataforma permite subir vídeos de hasta diez minutos (D'Souza, 2021).

En esta red hay una gran cantidad de creadores de contenido y diferentes categorías. TikTok (2023) identifica en sus premios ocho categorías diferentes de contenido; Entretenimiento, Deporte, Comedia, Divulgación, Moda y Belleza, Gastronomía y Viajes, Gaming e Impacto Social.

En la categoría de moda se pueden encontrar una gran cantidad de influencers y creadores de contenido que divultan sobre la moda, ya sean diseñadores mostrando sus creaciones, tiktokers mostrando cómo se visten en su día a día, o personas que se dedican a comentar los looks de diferentes galas y famosos. Entre todos estos, hay una gran cantidad de hombres que deconstruyen el concepto de masculinidad e intentan romper con los roles y estereotipos de género. Algunos ejemplos de ello pueden ser el diseñador @albertorbatres (ver figura 23) o creadores de contenido como @totefernandezm (ver figura 24).



Figura 23: Diseñador @albertorbatres y su traje de estampados

Fuente: [https://www.instagram.com/p/CtEcFbNNVW2/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/CtEcFbNNVW2/?img_index=1)



Figura 24: Tiktoker @totefernandezm

Fuente: [https://www.instagram.com/p/CxQVoBYqtSI/?img\\_index=9](https://www.instagram.com/p/CxQVoBYqtSI/?img_index=9)

### **3.3. Arte y género**

En el mundo de la moda se manifiesta una diferenciación de género importante, que va evolucionando y cambiando con el tiempo como se ha visto hasta ahora. Partiendo de la base, según las ideas de Pardo Navarro (2011) y Retamozo (2017), de que la moda es una manifestación artística y forma de arte. ¿Existe esta diferenciación y evolución en el resto de disciplinas artísticas?

El problema de la mujer artista era (ha sido y es), la propia condición social que la mujer ha vivido durante siglos, limitada al ámbito doméstico y con los valores del decoro y la fidelidad como únicas reglas de un juego del que sistemáticamente era apartada, y en el que ella sólo podía cumplir el ideal femenino impuesto por la moralidad imperante. (Moreno & Vera, 2016)

Aunque muchas artistas del pasado en ocasiones mostraron, en el tratamiento dado a los temas recurrentes en la historia del arte, una visión diferente a la de los artistas varones, durante el siglo XX, de forma paralela a los cambios sociales y políticos, las mujeres fueron adquiriendo un papel que ha ido incrementando su importancia en el mundo del trabajo y la realidad social, lo cual se ha reflejado claramente en el arte realizado por mujeres. (Muñoz López, 2014)

Muñoz López (2014) realiza un recorrido por las diferentes temáticas que han usado las mujeres a lo largo de la historia en el arte. En el siglo XIX los temas prioritariamente giraban en torno a lo doméstico y a lo decorativo y floral. Hacia el último tercio de siglo, y con el cambio que empieza a dar el papel de la mujer, empiezan a reflejar temas históricos reivindicando el papel de la mujer. Desde el siglo XX hasta las artistas de la actualidad, una temática que destaca en sus obras es tratar y reflexionar sobre el cuerpo femenino y su identidad, una forma de ello es mediante el autorretrato, un ejemplo de ello es la artista Frida Kahlo. Aun así, esta temática no es la única que siguen las mujeres del siglo XX y XXI. Estas mujeres destacan por usar el arte de manera reivindicativa, como método para denunciar los estereotipos y la desigualdad femenina.

En definitiva, observamos como la mujer artista estuvo relegada a un segundo plano dentro del arte occidental hasta bien entrado el siglo XX, momento en el que los movimientos feministas comenzaron a dignificar su papel dentro del arte, logrando un status situado creativamente al mismo nivel que el hombre, aunque socialmente este es un aspecto que aún hoy genera desigualdad y en el que la mujer todavía debe abrirse paso. (Moreno & Vera, 2016)

En estas aportaciones podemos ver cómo el género también influye en otras disciplinas artísticas, y como han ido cambiando y evolucionando a medida que lo hacía el papel de la mujer en

la sociedad, es decir, de cómo cambiaban las connotaciones sobre el género. Se puede afirmar así que arte y género también van de la mano, siendo el arte un medio para denunciar y cambiar los modelos negativos referidos al género, así como una forma de expresarlo.

#### **4. Educación plástica, visual y audiovisual**

##### **4.1. El Arte como elemento de trabajo en la educación plástica y visual**

Como se ha justificado en el punto anterior, la moda se puede considerar como una disciplina artística y que, por tanto, puede ser incluida dentro de la materia de educación plástica y visual que se enseña al alumnado en los centros.

La Educación Artística es una materia o asignatura obligatoria del currículo de Primaria y Secundaria y una de las áreas de actividades en la Educación Infantil. El alumnado entiende que la Educación Artística o plástica consiste en pintar y dibujar. Actualmente, la estructura conceptual, el campo de conocimientos, y el desarrollo de capacidades, destrezas, saberes y valores que son propios de esta materia más diversos y complejos. (Marín Viadel, 2003). Aunque actualmente tiene esta concepción, no siempre ha sido así.

Díaz Alcaine (2011) hace un breve repaso de cómo han evolucionado las enseñanzas de las artes plásticas desde el siglo XIX. A lo largo de este siglo, se tenía una enseñanza de arte como destreza, donde se educaba la disciplina manual mediante dibujos, trabajos manuales y procedimientos pictóricos. En esta época no se le daba demasiada importancia ni consideración. Después, siguió el concepto de Educación Artística como autoexpresión creativa con la capacidad creadora del niño. Por último, desde mitad del siglo XX surge la enseñanza del arte, ya no solo como experiencias artísticas, sino como unos conocimientos disciplinares.

Marín Viadel (2003) recoge cinco categorías diferentes donde expresa el marco de conocimientos y aprendizajes distintivos de la Educación Artística (ver tabla 1)

La Educación Artística no es una materia diferente a las otras del currículo escolar, ni menos académica que las demás. La Educación Artística no puede quedar reducida a ejercicios de dibujo libre y de dibujo geométrico o técnico. La Educación Artística no consiste en hacer imitaciones de cosas bonitas que parezcan obras artísticas o decorativas. Los niños y niñas tienen sus formas y modos de expresión propia con valor por sí mismas (Marín Viadel, 2003). La educación plástica y visual está presente en todas las etapas de nuestro actual sistema educativo, pero con una carga horaria muy inferior a la necesaria, y, a veces también, con una distribución horaria poco adecuada, manteniéndola relegada a materia de segunda importancia. (Díaz Alcaide, 2011).

Dominio	Descripción
1. Hechos, objetos y situaciones que estudia la Educación Artística	Todas las imágenes visuales, las obras de arte, los símbolos y señales visuales, la publicidad visual, los objetos, artefactos, construcciones y edificios, los paisajes, animales, materiales y fenómenos naturales, todo lo visible y tangible.
2. Tipos de conocimiento característicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pensamiento visual y creativo.</li> <li>• Intencionalidad artística y estética.</li> <li>• Función imaginativa y emancipatoria.</li> </ul>
3. Campos del conocimiento y actividades profesionales de los que emanan los contenidos de la materia.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las artes visuales.</li> <li>• Las disciplinas o ciencias que estudian esas imágenes y objetos.</li> <li>• Las ciencias y tecnologías implicadas en los fenómenos de la luz y el color y en la construcción, reproducción, transmisión y conservación de imágenes.</li> </ul>
4. Conductas y capacidades básicas que pone en juego	Percepción visual, táctil y cinestésica, creatividad, inteligencia espacial, pensamiento visual, memoria visual, sensibilidad estética...
5. Lenguajes, sistemas notacionales, materiales y acciones distintivas en Educación Artística.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dibujo y sistemas de representación objetiva del espacio.</li> <li>• Pigmentos, arcillas, papeles y cartones, telas, maderas, plásticos, piedras, espacios y luces, reutilización de objetos y de imágenes.</li> <li>• Creación de imágenes, objetos y construcciones.</li> </ul>

Tabla 1: Categorías de conocimientos y aprendizajes de la educación artística

Fuente: Marín Viadel (2003)

Es por ello que hay que plantear unas situaciones didácticas alejadas de la simple repetición e imitación, basadas en elementos curriculares y con un objetivo y sentido. Hay que aprovechar las diferentes experiencias artísticas que se puedan dar con estas situaciones para crear un conocimiento, como añade Díaz Alcaide (2011), “se trata de que los estudiantes vayan adquiriendo el conocimiento artístico en las vertientes conceptual, procedimental y actitudinal, y en su doble manifestación comprensiva y productiva”.

La Educación Artística no debe reproducir sino por el contrario desactivar los prejuicios habituales sobre el arte en nuestra sociedad (Marín Viadel, 2003). Es por eso que el uso de la moda como forma de arte en la educación artística puede ayudar a la sociedad a erradicar los estereotipos de género de la moda que tienen socialmente instaurados. Trabajar desde perspectivas donde se hable de las nuevas tendencias y cambios en la moda, puede hacer que haya un cambio de mentalidad en los individuos.

#### **4.2. Relación con el currículum y la nueva ley educativa.**

En el año 2020 entró en vigor la nueva Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, también conocida como LOMLOE. Esta ley cambia el panorama educativo que había hasta ahora, teniendo unas nuevas prioridades educativas.

En su preámbulo se habla de una «formación integral» orquestada a partir de cinco enfoques que a continuación se enuncian de manera resumida: el de los Derechos de la Infancia según lo establecido en la Convención de los Derechos del Niño de Naciones Unidas; el de la igualdad de género; el de un enfoque transversal orientado a que todo el alumnado tenga garantías de éxito en la educación; el de atender a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) según lo establecido en la Agenda 2030; y por último, el de atender al cambio digital que se está produciendo en nuestras sociedades (Ley Orgánica 3/2020) (Esteban Bara & Gil Cantero, 2022). En lo referido al apartado de igualdad de género, se halla aquí el elemento de interés a analizar.

La igualdad de género es un concepto por el cual se está luchando para conseguirlo. Movimientos como el feminismo, como definía De las Heras (2009), tiene como objetivo lograr esta igualdad. Desde el mundo de la moda también se busca lograr esa igualdad, y para ello es necesario acabar con los estereotipos que crean división y desigualdad entre los géneros. Según las aportaciones de Marín Viadel (2003), se pueden llegar a deconstruir esos estereotipos gracias a la enseñanza artística, usando la moda como forma de representación del arte. Teniendo en cuenta estas premisas, habrá que abordar la enseñanza artística a través de las cuestiones recogidas en el currículum de primaria de Educación Plástica y Visual, donde se recojan los diferentes conocimientos, competencias y destrezas que los alumnos y alumnas deberán completar al acabar cada ciclo escolar.

El área de Educación Plástica y Visual involucra las dimensiones sensorial, intelectual, social, emocional, afectiva, estética y creativa, y promueve el desarrollo de la inteligencia, el pensamiento creativo y visual, así como el descubrimiento de las posibilidades derivadas de la recepción y la expresión cultural. (*Normativa Educación Primaria - Normativa Educación Primaria - Educaragon*, n.d.)

La Educación Plástica y Visual favorece la experimentación, la expresión y la producción artística de forma progresiva a lo largo de los tres ciclos en los que se organiza la Educación Primaria. El área contribuye así al uso de diferentes formas de expresión artística e inicia al alumnado en la elaboración de propuestas plásticas, visuales y audiovisuales. (*Normativa Educación Primaria -*

*Normativa Educación Primaria - Educaragon, n.d.)*

Ambas ideas que dicta la normativa del currículum de primaria de Aragón, referidas a la Educación Plástica, recogen los conocimientos y destrezas que recopila Marin Viadel (2003) en la tabla sobre los aprendizajes distintivos de la educación artística.

#### **4.3 La cultura visual**

El Arte, desde una perspectiva sociológica y más concretamente antropológica, lo podemos considerar como un fenómeno cultural, de carácter universal que afecta a todas las personas, grupos sociales y culturas. Es quizás uno de los fenómenos más complejos que comprende la cultura como un todo (Alcina, 1982). Vivimos en un mundo sobrecargado de imágenes, en donde la comunicación visual adquiere una relevancia que nunca había tenido hasta el punto de cambiar o modificar nuestras necesidades vitales y nuestra forma de entender el mundo, esto hace aún más necesario que los individuos tengan una cultura visual que les permita enfrentarse con criterio a estas circunstancias (Díaz Alcaide, 2011). Por tanto, todas esas imágenes que sobrecargan el mundo y que tienen el poder de cambiar cómo percibimos las cosas, pueden considerarse arte, un arte que igual que el resto de expresiones artísticas puede ser trabajado desde la educación plástica y visual.

Desde la infancia estamos percibiendo e interactuando con imágenes y mensajes visuales que, generalmente, aprendemos a descifrar y entendemos de manera automática, aunque quedándonos en niveles superficiales (Díaz Alcaide, 2011). Por ello es importante que los alumnos y alumnas aprendan a través de la educación a hacer esa interpretación de las imágenes. Como específica Marín Viadel (2003) (ver tabla 1) uno de las categorías de contenidos de la educación artística hace referencia al uso de todo lo visible y tangible, ya sean imágenes, publicidad, obras... Estos contenidos para que sean útiles se deben nutrir de significado e intención gracias a la cultura visual que los rodea.

Es por eso que la cultura visual es importante en la educación artística para que el alumnado pueda entender el significado de todo el mundo a su alrededor. En este mundo también se incluye la disciplina de la moda, la cual está llena de connotaciones y significados que gracias a la cultura visual los alumnos logran entender.

Entonces se puede entender que, la cultura visual es un campo de estudio en relación a la experiencia visual que tienen las personas junto con su habilidad para procesar y analizar lo que están observando (Cerdas Agüero et al., 2021). Esta idea sugiere que cada individuo tendrá una cultura visual diferente, en función de sus experiencias previas y ciertas habilidades dadas por lo que se conoce como su pensamiento crítico.

#### 4.4 Pensamiento crítico

Entendemos que el pensamiento crítico es un proceso de búsqueda de conocimiento, a través de habilidades de razonamiento, de solución de problemas y de toma de decisiones, que nos permite lograr, con la mayor eficacia, los resultados deseados (Saiz & Rivas, 2008). Desde una perspectiva psicológica, se destacan los componentes cognitivos y autorregulatorios del concepto y se le ubica como la habilidad de pensamiento complejo, de alto nivel, que involucra en sí otras habilidades (comprensión, deducción, categorización, emisión de juicios, entre otras) (ver figura 25). Por tanto, según las ideas de estos autores, el pensamiento crítico se dota de unas habilidades para poder conseguir un conocimiento o pensamiento concreto fundamentado. Estas habilidades serán las necesarias para construir ideas sobre las cosas. Entre estas cosas se incluirían todas las imágenes, publicidad... es decir, toda la cultura visual.

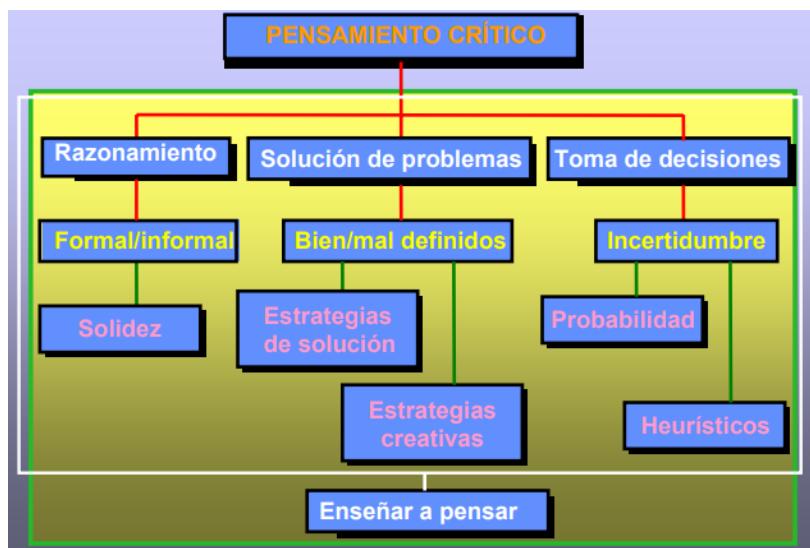


Figura 25: Esquema sobre las habilidades involucradas en el pensamiento crítico.

Fuente: Saiz & Rivas (2008)

Lopez Aymes (2012) analiza la visión de Robert Ennis sobre el pensamiento crítico. Para Ennis, el pensamiento crítico se concibe como el pensamiento racional y reflexivo interesado en decidir qué hacer o creer. Es decir, por un lado, constituye un proceso cognitivo complejo de pensamiento que reconoce el predominio de la razón sobre las otras dimensiones del pensamiento. Su finalidad es reconocer aquello que es justo y aquello que es verdadero, es decir, el pensamiento de un ser humano racional. (López Aymes, 2012). Ennis, al igual que los autores anteriores, fundamenta la idea de que el pensamiento crítico consiste en razonar y encontrar la respuesta en función de ese razonamiento.

Es el tipo de pensamiento que se caracteriza por manejar, dominar las ideas. Su principal función no es generar ideas sino revisarlas, evaluarlas y repasar qué es lo que se entiende, se procesa y se comunica mediante los otros tipos de pensamiento (verbal, matemático, lógico, etcétera). Por lo tanto, el pensador crítico es aquel que es capaz de pensar por sí mismo. (López Aymes, 2012). Esta última idea es lo que representa la cultura visual, coger una idea ya dada, interpretarla y expresar qué es lo que quiere comunicar, en función del razonamiento que haga cada individuo.

Es por ello que, si desde la Educación artística se fomenta el trabajo de las imágenes y la cultura visual, hay que enseñar a los alumnos y alumnas a tener un pensamiento crítico con el que puedan interpretar el mensaje de esas imágenes, de forma fundamentada y con criterio.

## **5. Metodología de investigación.**

### **5.1. El estudio de caso y la investigación-acción.**

En este trabajo se va a realizar un estudio de caso en el que se compruebe si los alumnos y alumnas tienen arraigados los estereotipos de género, que como dice Amurrio Vélez et al., 2012, son transmitidos y naturalizados. El estudio de caso es un método de investigación de corte cualitativo que tiene como objetivo principal estudiar a fondo una realidad o suceso educativo (Stake, 1998). Se trata, por tanto, de un proceso de investigación que tiene como objeto el análisis pormenorizado, comprensivo, planificado y en profundidad del caso de estudio (García-jiménez, 1991)

Para la realización de este estudio de caso, se va a llevar a cabo una investigación-acción. Este método podría definirse como una manera de indagar en la que se estudia una realidad social concreta para poder transformarla a través de las acciones que se deriven de la propia investigación (Gómez-Núñez et al., 2020).

Esta investigación-acción se va a realizar mediante una situación de aprendizaje donde el alumnado se va a relacionar con un ámbito donde los estereotipos de género están muy presentes, el mundo de la moda. Esto va a ser posible mediante la creación de prendas de ropa diseñadas por ellos mismos.

En la investigación-acción, la información se recoge de los resultados de la propia práctica, a través de los mecanismos o herramientas que las personas que intervienen establezcan en función de la situación (Gómez-Núñez et al., 2020). En el caso de este estudio de caso, la información la aportarán las prendas de ropa creadas.

Con estas prendas queremos obtener información de si el alumnado cumple con los estereotipos de género más habituales comentados anteriormente, es decir, si cumplen el hecho de realizar prendas simples y sin decoraciones para los modelos masculinos y al contrario para el femenino. Lo mismo se quiere comprobar con el tipo de prenda que se realicé porque, como ya se ha visto anteriormente, algunas prendas se asignan estereotípicamente para un género y otras para el otro.

Según Gómez-Núñez et al (2020), basándose en diferentes autores (Elliot, 1993; León y montero, 2015; Sandín, 2003), el proceso de investigación-acción consta de cuatro pasos:

1. Identificación y planteamiento del problema:
2. Elaboración de un plan de actuación organizado que debe anticipar a la acción
3. Desarrollo del plan y recogida de datos
4. Reflexión e interpretación de los resultados

## **5.2. Contextualización**

El estudio de caso se va a llevar a cabo en el aula de 5º curso de educación primaria del CEIP Aljafería, de la localidad de Zaragoza. Este colegio se trata de un centro público situado en el barrio de la Almozara, en la zona colindante con el barrio de Delicias. Esta zona se caracteriza por tener una gran variedad de culturas y nacionalidades entre sus habitantes, lo cual se ve reflejado en el centro y en sus aulas. Esta diversidad que hay presente en las aulas servirá para analizar cómo las diferentes culturas pueden transmitir unos estereotipos diferentes en función de sus creencias.

El aula donde se va a llevar a cabo consta de un total de 23 alumnos, siendo 11 de estos chicos y 10 chicas. Entre las nacionalidades que podemos encontrar en el aula, hay alumnado de origen argelí, alumnado procedente de Rumanía, varios procedentes de África, América del sur e incluso procedentes del continente asiático.

Además, también podemos encontrar diferentes religiones y creencias dentro del aula contando con alumnado con creencia católica, alumnado con creencia evangelista y de religión musulmana.

Para este estudio de caso se va a dividir a la clase en cuatro grupos de estudio;

- Grupo 1: Compuesto por chicos, donde se analizarán los estereotipos que tienen hacia el género masculino
- Grupo 2: Compuesto por chicas, donde se analizarán los estereotipos que tienen hacia el género masculino
- Grupo 3: Compuesto por chicos, donde se analizarán los estereotipos que tienen hacia el género femenino
- Grupo 4: Compuesto por chicas, donde se analizarán los estereotipos que tienen hacia el género masculino

A la hora de realizar la propuesta en el aula, se va a dividir a la clase en cuatro grupos heterogéneos y mixtos. Se aprovechará la división original de la clase, la cual ya está dividida en cuatro grupos mixtos de entre cinco o seis personas. Aunque los grupos de análisis de datos del estudio de caso sean homogéneos y separados por género, se ha optado por realizar la propuesta en grupos mixtos para que no exista la posibilidad de que se vean condicionados por los compañeros y compañeras del mismo género.

### **5.3. Identificación y planteamiento del problema**

Como especificaba Colás Bravo & Villaciervos Moreno (2007), el género implica una serie de prejuicios, normas y prohibiciones, entre otras cosas, que condicionan la vida de hombres y mujeres. La sociedad ha interiorizado y naturalizado estereotipos de todo tipo según las aportaciones de Amurrio Vélez (2012), y por tanto, también ha naturalizado ciertos estereotipos de género. Estos estereotipos de género son los causantes de condicionar la vida de la sociedad, haciendo que hombres y mujeres se tengan que regir bajo un patrón impuesto.

Aquí radica la problemática a estudiar. Los niños y niñas, a pesar de ser jóvenes, son parte de la sociedad y al igual que los adultos, también tienen muchos estereotipos interiorizados, en la mayoría de ocasiones fomentados por los propios adultos. Es por ello que es necesario conocer el pensamiento del alumnado, saber sus creencias en cuanto a los estereotipos y erradicar parte de estas para lograr una sociedad igualitaria entre hombres y mujeres.

Los estereotipos de género pueden ir enfocados a muchos ámbitos, los deportes, los estudios, la moda... En el caso de este estudio se ha elegido enfrentar la problemática que suponen los estereotipos referidos al mundo de la moda. Los niños y niñas pueden tener interiorizados ciertos estereotipos que, una vez entrada la adolescencia, etapa de cambio y en la que suelen sentirse juzgados

por el resto sobre cómo visten. He aquí la importancia de erradicar esos estereotipos, para prevenir problemas que puedan surgir en el futuro y que cada individuo sea libre de expresarse como deseé.

#### **5.4. Hipótesis iniciales**

A continuación, se expresan las hipótesis iniciales sobre los pensamientos que pueden tener los alumnos y alumnas, y las creencias de lo que va a pasar a la hora de realizar el pretest.

- Hipótesis 1: Las personas que hagan un modelo masculino van a usar telas simples y con pocos estampados. Además, apenas usarán decoraciones, accesorios o prendas que no estén asociadas con lo masculino. Y sucederá lo contrario con las personas que hagan modelo femenino.
- Hipótesis 2: Los chicos, independientemente del modelo que les toque, usarán telas y diseños más simples, mientras que las chicas serán más atrevidas y harán diseños más creativos.

#### **5.5. Preguntas de investigación**

Para comprobar esas hipótesis y lograr los objetivos previstos, se va a intentar dar respuesta a una serie de preguntas de la investigación:

1. ¿Qué estereotipos de género sobre la moda están interiorizados en la sociedad?
2. ¿Existe diferenciación entre los géneros a la hora de tener unos estereotipos u otros?
3. ¿Es posible erradicar los estereotipos inconscientemente naturalizados por la sociedad?
4. ¿Cómo se puede trabajar desde la educación artística este tema con un alumnado de primaria?

#### **5.6. Plan de actuación:**

Para poder afrontar esta problemática se va a realizar un plan de actuación diferenciado en tres partes. Se hará una primera parte que servirá como una recogida de datos inicial, es decir, un pre-test, para conocer las ideas y estereotipos iniciales de los alumnos y alumnas. En una segunda parte se realizará una intervención con el objetivo de enseñar al alumnado y erradicar los estereotipos. Por último, se hará una recogida de datos final para comprobar si la mentalidad e ideas de los alumnos y alumnas han cambiado.

A la vez que se realiza este plan de actuación, se recogerán los diferentes comentarios y aportaciones que vayan realizando los alumnos y alumnas, para tener las ideas que pueden no verse reflejadas en el pre-test y post-test.

## **Parte 1: Pre-test:**

Para poder recabar la información necesaria para este estudio de caso, se necesita conocer cuál es la situación inicial de la que parte el alumnado. Para ello, se realizará una propuesta en la que ellos y ellas tendrán que diseñar y crear sus propias prendas de ropa. El objetivo principal de esta actividad va a ser ver si se basan en los estereotipos comentados anteriormente, es decir, si en los modelos masculinos utilizan telas simples, sin decoraciones y prendas asociadas al hombre, y el contrario en el caso de modelos femeninos.

El pre-test comenzará con la siguiente premisa; “Sois los nuevos dueños de Zara y debéis crear el mejor outfit posible con las telas que se os proporcionan”. Estos tejidos partirán desde telas más simples y neutras hasta telas con estampados, más coloridas y de algún material como pueden ser las lentejuelas (ver figuras 26 y 27). Estos materiales están elegidos para ver si se cumplen las hipótesis de que los alumnos eligen tejidos estereotípicamente asociados a los niños y las alumnas a las niñas. En esta parte los alumnos y alumnas sólo deberán realizar el diseño de las prendas que quieren hacer.



Figura 26 y 27: Carta textil ofertada al alumnado.

Fuente: realización propia.

En este pre-test habrá cuatro variantes a analizar para así comprobar cuál es el pensamiento del alumnado. Por un lado, tendremos a los chicos que hagan diseños pensados para un modelo masculino y, por otro lado, chicos que hagan un diseño para una modelo femenina. Lo mismo ocurrirá con las chicas. Habrá para analizar diseños de chicas que crean un modelo femenino y chicas que crean un modelo masculino. Esto se realiza con el objetivo de ver que pensamiento estereotipado tienen los alumnos y alumnas tanto sobre su propio género, como de su género opuesto. Se parte de la hipótesis de que las alumnas son más atrevidas y creativas a la hora de realizar los diseños femeninos, pero que pueden realizar diseños más básicos y simples si les toca un modelo masculino. La misma hipótesis, pero a la inversa, se lanza para los chicos.

Para realizar este diseño, tendrán una ficha técnica donde deberán seleccionar las diferentes prendas que deben realizar y anotar cuáles serán las telas que emplearán para ello. Una vez hayan cumplimentado esta primera ficha, pasarán a realizar el diseño en una de las siluetas que se les dará dependiendo de si les ha tocado realizar diseño masculino o femenino (ver figura 28, 29 y 30).

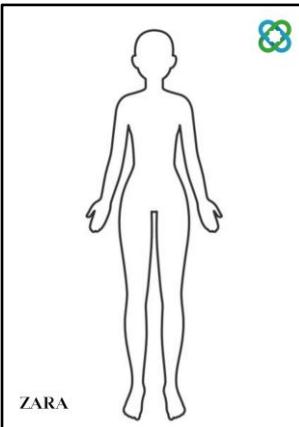
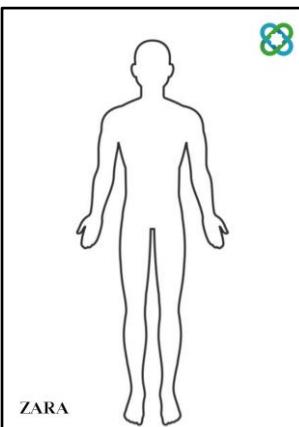
<p><b>ZARA x Aljafería CEIP</b></p> <p><b>FICHA TÉCNICA DEL DISEÑO:</b></p> <p><b>PARTE DE ARRIBA:</b></p> <table> <tr> <td>Camiseta</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Vestido</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Top</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Camisa</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Otro</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </table> <p>Telas: _____</p> <p><b>PARTE DE ABAJO:</b></p> <table> <tr> <td>Pantalón</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Pantalón corto</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Falda</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Vestido</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Otro</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </table> <p>Telas: _____</p> <p><b>ACCESORIOS:</b></p> <table> <tr> <td>Bolso</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Bufanda</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Pañuelo</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>Gorra/Gorro/Sombrero</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Otros:</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td></td> <td></td> </tr> </table> <p>Telas: _____</p>	Camiseta	<input type="checkbox"/>	Vestido	<input type="checkbox"/>	Top	<input type="checkbox"/>	Camisa	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>	Pantalón	<input type="checkbox"/>	Pantalón corto	<input type="checkbox"/>	Falda	<input type="checkbox"/>	Vestido	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>	Bolso	<input type="checkbox"/>	Bufanda	<input type="checkbox"/>	Pañuelo	<input type="checkbox"/>	Gorra/Gorro/Sombrero	<input type="checkbox"/>	Otros:	<input type="checkbox"/>			 
Camiseta	<input type="checkbox"/>	Vestido	<input type="checkbox"/>	Top	<input type="checkbox"/>	Camisa	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>																								
Pantalón	<input type="checkbox"/>	Pantalón corto	<input type="checkbox"/>	Falda	<input type="checkbox"/>	Vestido	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>																								
Bolso	<input type="checkbox"/>	Bufanda	<input type="checkbox"/>																														
Pañuelo	<input type="checkbox"/>	Gorra/Gorro/Sombrero	<input type="checkbox"/>																														
Otros:	<input type="checkbox"/>																																

Figura 28, 29 y 30: Ficha técnica del diseño y siluetas.

Fuente: realización propia.

En esta ficha tienen para seleccionar diferentes tipos de prendas y accesorios. Deberán hacerlo marcando con una cruz la prenda que desean realizar. Además, se les dará la consigna de que pueden marcar varias prendas si quieren utilizar más de una y lo mismo para las telas, se les indicará que si quieren usar más de una tela para cada prenda pueden hacerlo, pero que lo especifiquen. En el caso de que quieran realizar una prenda que no esté en la lista, deberán marcar la casilla de “otro” y escribir cuál es la prenda que quieren hacer.

Al finalizar la sesión, se hará un pequeño coloquio donde ellos explicarán sus creaciones y porque han descartado unas opciones y elegido otras. Esto servirá para anotar cuáles son sus pensamientos y qué estereotipos pueden tener arraigados.

### **Parte 2: intervención:**

Se realizará una intervención donde los alumnos y alumnas aprendan sobre la igualdad de género en la moda y como hombres y mujeres pueden llevar las mismas prendas sin importar el género. Esto se hará con el objetivo de erradicar los estereotipos que puedan tener arraigados, o por lo menos intentar naturalizar estas nuevas realidades.

### **Parte 3: Post-test**

Esta parte es la que servirá para realizar las prendas de ropa. Constará de un total de dos sesiones. En primer lugar, a los alumnos o alumnas que quieran realizar cambios en sus diseños, después de lo visto en la charla de la sesión anterior, se les dará una nueva silueta para que puedan adaptar sus diseños si lo desean. El resto de alumnos y alumnas iniciarán la creación de las prendas.

Para crear las prendas, se les dará una nueva silueta, donde deberán plasmar lo diseñado en las sesiones anteriores con las telas dadas en la primera sesión. Ellos deberán dibujar en las telas y luego recortar, para así pegarlo en el papel y hacer realidad sus diseños.

Esta actividad final servirá como post-test del estudio de casos, para comprobar si lo explicado en la intervención ha tenido algún efecto en ellos o no. Se tendrá en cuenta tanto el número de personas que hayan querido modificar su diseño, como el tipo de cambios que hayan hecho, valorando el género del alumnado que lo haga y el género del diseño que esté haciendo.

Junto a este post-test, se realizará un coloquio final donde el alumnado exponga sus creaciones, como se ha hecho en el pre-test. Esto ayudará a conocer cuáles son los motivos y opiniones que tienen tras la intervención realizada y comprobar la hipótesis de que, aunque no hayan cambiado su diseño, sus pensamientos han podido cambiar.

## **DISEÑO DE LA PROPUESTA:**

### **Metodología de la propuesta:**

Esta propuesta va a llevarse a cabo mediante una metodología de aprendizaje basado en proyectos (ABP). El aprendizaje basado en proyectos es una metodología que se desarrolla de manera colaborativa que enfrenta a los estudiantes a situaciones que los lleven a plantear propuestas ante determinada problemática. Entendemos por proyecto el conjunto de actividades articuladas entre sí, con el fin de generar productos, servicios o comprensiones capaces de resolver problemas, o satisfacer necesidades e inquietudes, considerando los recursos y el tiempo asignado. (Cobo Gonzales & Valdivia Cañotte, 2017).

El problema que se va a plantear al alumnado es el hecho de realizar una colaboración con la marca de ropa Zara, la cual necesita nuevos diseños para su colección de ropa. Contando esto como punto de partida, se va exigir un producto final, el cual será el diseño tanto hecho en papel (pre-test), como hecho en telas (post-test).

Entre medio de este producto que tendrán que realizar, los alumnos y alumnas recibirán una intervención explicativa sobre la moda y el impacto que tiene, para así aprender sobre ella.

El papel del alumnado será activo, siendo ellos y ellas quienes realicen el proyecto final, es decir, las prendas de ropa, dejando en esta parte un papel pasivo al docente, quien será el encargado de solucionar dudas y ayudar al alumnado cuando lo requiera. Aun así, el docente adoptará un papel activo en la intervención, donde enseñará a los alumnos y alumnas conceptos sobre la moda y la expresión de género. En este punto el alumnado también tendrá un papel activo, ya que serán ellos quienes completen el conocimiento que aporta el docente, contestando a las preguntas, dando sus opiniones y reflexionando sobre la información dada.

### **Contenidos y competencias:**

El currículum de primaria de Aragón referido a la Educación Plástica y Visual se compone de una serie de competencias específicas que los alumnos y alumnas deben dominar al acabar cada ciclo de primaria. A continuación, se especifican las competencias que se trabajan con la propuesta realizada y sus criterios de evaluación:

CE.EPV.1 Descubrir propuestas artísticas de diferentes géneros, estilos, épocas y culturas, a través de la recepción activa, para desarrollar la curiosidad y el respeto por la diversidad

- Criterios de evaluación:
  - 1.1 Distinguir propuestas artísticas de diferentes géneros, estilos, épocas y culturas, a través de la recepción activa y mostrando curiosidad y respeto por las mismas.
  - 1.2 Describir manifestaciones culturales y artísticas, explorando sus características con actitud abierta e interés, estableciendo relaciones entre ellas y valorando la diversidad que las genera.

CE.EPV.2 Investigar sobre manifestaciones culturales y artísticas y sus contextos, empleando diversos canales, medios y técnicas, para disfrutar de ellas, entender su valor y empezar a desarrollar una sensibilidad artística propia.

- Criterios de evaluación:
  - 2.2 Comparar el significado y los elementos característicos de distintas manifestaciones culturales y artísticas que forman parte del patrimonio, analizando los canales, medios y técnicas vinculados a ellas, así como sus diferencias y similitudes, y desarrollando criterios de valoración propios, con actitud abierta y respetuosa.

CE.EPV.3 Expresar y comunicar de manera creativa ideas, sentimientos y emociones, experimentando con las posibilidades del sonido, la imagen, el cuerpo y los medios digitales, para producir obras propias

- Criterios de evaluación:
  - 3.2 Expresar con creatividad ideas, sentimientos y emociones a través de diversas manifestaciones artísticas, utilizando los diferentes lenguajes e instrumentos a su alcance, mostrando confianza en las propias capacidades y perfeccionando la ejecución.

CE.EPV.4 Participar del diseño, la elaboración y la difusión de producciones culturales y artísticas individuales o colectivas, poniendo en valor el proceso y asumiendo diferentes funciones en la consecución de un resultado final, para desarrollar la creatividad, la noción de autoría y el sentido de pertenencia.

- Criterios de evaluación:
  - 4.1 Participar de manera guiada en el diseño de producciones culturales y artísticas, trabajando de forma cooperativa en la consecución de un resultado final planificado y asumiendo diferentes funciones, desde la igualdad y el respeto a la diversidad.
  - 4.2 Participar en el proceso cooperativo de producciones culturales y artísticas, de forma creativa y respetuosa, utilizando elementos básicos de diferentes lenguajes y técnicas

artísticas.

- 4.3 Compartir los proyectos creativos, empleando estrategias comunicativas básicas, explicando el proceso y el resultado final obtenido, y respetando y valorando las experiencias propias y las de los demás

A su vez, este Curriculum divide las destrezas y contenidos que el alumnado debe conocer en tres saberes básicos fundamentales. En este proyecto se involucran los siguientes:

Saber Básico A. Recepción y análisis: El alumnado va teniendo una considerable experiencia escolar y vital, que potencia su autonomía en el trabajo y les dota de un saber que les va a facilitar el aprendizaje de contenidos más complejos.

- Estrategias básicas de análisis de propuestas artísticas desde una perspectiva de género.

Saber Básico B. Creación e interpretación: Se pretende ampliar las destrezas iniciadas en el ciclo anterior. Ampliar técnicas y procedimientos y ver otros nuevos. Que el alumnado gane confianza y muestre iniciativa en la realización de producciones artísticas personales.

- Fases del proceso creativo: planificación, interpretación, experimentación y evaluación.
- Profesiones vinculadas con las artes plásticas, visuales y audiovisuales.

Saber Básico C. Artes plásticas, visuales y audiovisuales: Este ciclo requiere el afianzamiento de todas las actividades iniciadas en los ciclos anteriores y así, poder profundizar en conocimientos y destrezas, ampliando conocimientos de las técnicas de expresión y de comunicación

- Materiales, instrumentos, soportes y técnicas en la expresión plástica y visual.

### **Objetivos de aprendizaje:**

Esta propuesta tendrá dos objetivos generales. El primero de ellos será aportar la información necesaria para responder a las cuestiones lanzadas al inicio de este trabajo. El segundo será generar un aprendizaje en el alumnado. Este aprendizaje que se quiere lograr en el alumnado va a estar determinado por unos objetivos específicos elaborados a partir de los saberes, competencias y criterios de evaluación que se han especificado anteriormente. Estos serán los siguientes:

- Seguir de forma planificada el proceso de diseño de las prendas, desde su planificación inicial observando los diferentes tejidos, al diseño en papel y su posterior creación en telas.

- Crear prendas de ropa originales, empleando creatividad e imaginación en el proceso de creación.
- Utilizar telas de diferentes materiales de forma creativa, empleando diferentes combinaciones.
- Tratar de forma respetuosa las nuevas formas de vestir emergentes.
- Fomentar la igualdad de género en el ámbito de la moda y la forma de vestir.
- Aportar al grupo sus diferentes creencias, opiniones e intereses sobre la moda.

### **Propuesta a realizar:**

La propuesta a realizar por el alumnado va a estar dividida en tres partes y va a contar con un total de cinco sesiones de 55 minutos cada una. La parte 1 y la parte 2 constarán de una sesión cada una, mientras que la parte tres constará de dos (ver tabla 2).

Temporalización de la propuesta			
Parte	Actividades	Nº de sesiones	Duración
Parte 1: Pre-test	Diseño de las prendas en papel	1	55 min
Parte 2: Intervención	Presentación y coloquio	1	55 min
Parte 3: Post-test	Diseño de las prendas en tela	2	1h y 50 min

Tabla 2: Temporalización de la propuesta

Fuente: Realización propia

La primera parte será la realización del pre-test que se ha explicado anteriormente. En esta el objetivo principal es familiarizarse con las telas y realizar los diseños en papel.

La parte dos será la que dote de aprendizaje a los alumnos y alumnas. Esta propuesta tiene dos bloques de aprendizaje; uno centrado en las artes plásticas que se reflejará en la parte 1 y 3, y un bloque centrado en aprendizaje sobre la moda, que se trabajará en esta parte. Con este aprendizaje se busca que los alumnos y alumnas incrementen su pensamiento crítico para que, como dice Lopez Aymes (2012), sean capaces de pensar por sí mismos, que comprendan cómo la moda ayuda a la expresión y eliminar las diferencias de género que pueda haber sobre esta.

Esta será la segunda sesión de la propuesta. Esta consistirá en el plan de actuación, donde se enseñará al alumnado conceptos sobre el mundo de la moda y los estereotipos hacia ambos géneros. Tendrá cuatro partes diferenciadas. Todas ellas se harán incluyendo preguntas que hagan reflexionar y pensar al alumnado. Estas preguntas servirán para ir conociendo sus pensamientos y comprobar si,

a medida que se realiza la intervención, van cambiando. El inicio de esta intervención se realizará lanzando la pregunta de “¿Qué es la moda?”

La primera parte que se va a introducir a los alumnos y alumnas es la moda como forma de expresión. La moda, como dice Retamozo (2017), es una forma de expresar sentimientos, emociones, gustos... Es una forma de expresar quienes somos. Esto se hará con ejemplos de camisetas y ropa de juegos, dibujos o cantantes que les gusten para motivarlos.

La segunda parte que se comentará será la moda como forma de arte, afirmado con las ideas que aporta Pardo Navarro (2011). Se comparará a los artistas con los diseñadores para que comprendan que, igual que la pintura, la moda es una forma de crear arte. Tanto esta parte como la anterior no serán muy amplias, ya que donde verdaderamente interesa hacer la intervención es en los dos siguientes apartados.

La tercera y cuarta parte se englobarían dentro de un mismo concepto, la moda como forma de revolución. La tercera haría referencia a la revolución de la moda femenina y la cuarta a la revolución de la moda masculina. Para hacerlo más reflexivo, se comenzará lanzando la siguiente pregunta; “¿Qué pensaríais si os dijera que las mujeres no pueden llevar pantalones?”. Esta pregunta servirá para una reflexión inicial y saber cuáles son sus pensamientos acerca del tema. Seguido se pondrá un video donde se explica la revolución que fue para las mujeres el comenzar a usar pantalones y como ha seguido hasta llegar a nuestros días. Luego se dejará un rato para que comenten sus opiniones sobre lo visualizado.

Para introducir la cuarta parte, se partirá de lo visto anteriormente con las siguientes preguntas; “¿Creéis que los hombres pueden usar falda o vestidos? ¿Y colores llamativos o estampados?”. Como antes, se dejará un rato de coloquio para que expongan sus ideas. Despues, se introducirá el cambio de la moda masculina que está surgiendo en los últimos años, mostrando esta nueva realidad a través de diseñadores o referentes de las redes, para que así vean diferentes estilos y posibilidades. Todo esto desde la perspectiva de que nadie les obliga a vestir así, pero que sí sepan que existe esta posibilidad y no pasa nada por ello.

Se finalizará la sesión con un pequeño coloquio, donde expresen sus opiniones sobre el cambio en el paradigma de la moda, si les gusta o si están de acuerdo. Todas las opiniones y comentarios realizados a lo largo de la sesión servirán para conocer las opiniones antes y después de impartir la charla, y comprobar si hay un cambio de ideales.

En la tercera y última parte de la propuesta, se realizará el post-test. Aquí, después de tener

los diseños en papel y de haber aprendido con la intervención, tendrán la posibilidad de modificar sus diseños y luego llevarlos a cabo en las telas, para así tener el producto final que se espera de un aprendizaje basado en proyectos.

### **Resultados de aprendizaje:**

Para valorar los resultados de aprendizaje de la propuesta planteada, se ha elaborado una rúbrica basándose en los objetivos de aprendizaje definidos anteriormente (ver tabla 3).

Rúbrica de evaluación			
Ítems	Mejorable	Correcto	Excelente
1. REALIZACIÓN DE BOCETOS: Sigue el proceso de diseño de forma planificada	No sigue el proceso, empezando a diseñar sin observar las telas, ni tener clara la idea	Observa las telas, pero no planifica el diseño y lo hace sin una idea clara	Observa las telas y planifica cómo será su diseño en función de estas antes de llevarlo a cabo
2. CREATIVIDAD: Emplea creatividad en el diseño de las prendas	Realiza prendas simples, sin originalidad y sin motivación	Realiza prendas básicas, con algún pequeño detalle	Realiza prendas originales y creativas y con detalles
3. USO DEL COLOR Y TEXTURAS: Utiliza diferentes tejidos y combinaciones	Utiliza muy pocos tejidos, y apenas busca realizar combinaciones	Utiliza diferentes tipos de telas en su creación	Busca una buena combinación de tejidos, innovando entre diferentes texturas y tipos de tela
4. RESPETO: Trata de forma respetuosa las diferentes formas de vestir	No respeta las diferentes formas de vestir	Acepta las diferentes formas de vestir, pero no las trata de forma respetuosa	Acepta las diferentes formas de vestir, tratandolas de forma respetuosa
5. PENSAMIENTO CRÍTICO: Fomenta la igualdad de género en la moda	No comparte la idea de que hombres y mujeres pueden usar las mismas prendas	Acepta que hombres y mujeres pueden usar las mismas prendas	Acepta y fomenta la idea de que la ropa no tiene género y que tanto hombres como mujeres pueden usar las mismas prendas
6. TRABAJO COLABORATIVO: Participa y aporta al grupo sus opiniones y creencias	No participa en las preguntas, ni aporta su opinión al grupo	Realiza breves aportaciones, pero no se implica demasiado	Realiza aportaciones al grupo y da su opinión, intentando generar un debate con el resto.

Tabla 3: Rúbrica de evaluación. Fuente: Realización propia.

A raíz de esta rúbrica se va a realizar una valoración global de los estudiantes como conjunto, para así valorar los resultados.

En cuanto al ítem 1, la gran mayoría no siguió el proceso de planificación a la hora de realizar sus diseños. Muchos de los alumnos y alumnas miraron por encima las telas y enseguida se pusieron a realizar diferentes dibujos. Esto provocó que a la hora de hacer el diseño utilizasen telas completamente diferentes (ver figura 31) o que quisieran otra silueta para hacer otras prendas porque las primeras no les convencían (ver figura 32).

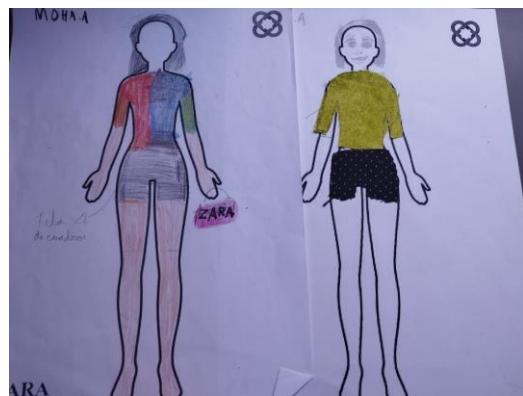


Figura 31: Diseño con cambio de tela. Fuente: Realización propia.

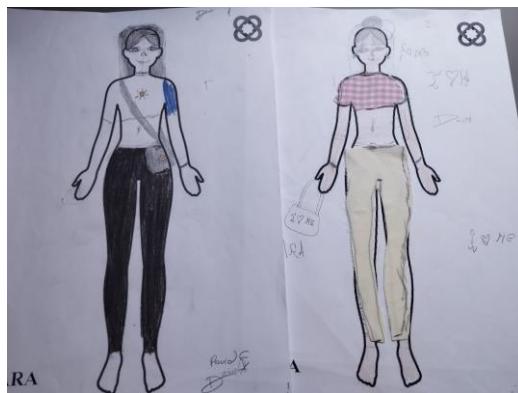


Figura 32: Diseño en el que no hubo buena planificación. Fuente: realización propia.

El ítem 2 y 3 se puede valorar conjuntamente. Aquí existe una dualidad de resultados. Por un lado, hay parte del alumnado que ha realizado diseños muy originales, innovando con las diferentes telas, haciendo combinaciones y diseños muy creativos (ver figura 33). Por otro lado, hay alumnos y alumnas que han realizado diseños muy básicos, con el mínimo detalle y poniendo poca originalidad a sus prendas, que era una de las consignas que se buscaba (ver figura 34).

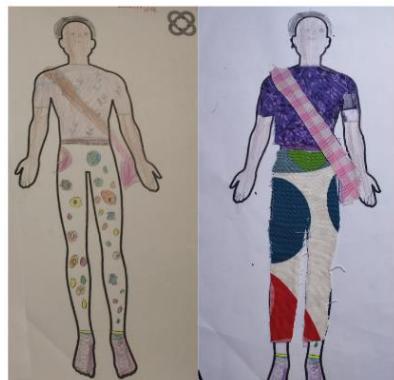


Figura 33: Diseño creativo y con combinaciones. Fuente: Realización propia.



Figura 34: Diseño simple y sin detalles. Fuente: realización propia.

El ítem 4 y el 5 también pueden ir unidos a la hora de analizar sus resultados. Durante la intervención existieron diferencias de opiniones respecto a las nuevas formas de vestir, algunas más a favor, otras más en contra, pero hay que resaltar que todas se hicieron desde el respeto y acompañadas de la frase “no me importa que la gente se vista así, aunque yo no me lo pondría”. Por tanto, son conscientes de estas nuevas formas de vestir, las tienen integradas y creen que pueden existir, aunque no les guste para ellos y ellas.

Por último, respecto al ítem 6 hay diferentes valoraciones. Por un lado, se han visto alumnos y alumnas que participan, que abren debates y dan su opinión sobre los diferentes temas que se tratan durante la intervención. Sin embargo, también hay personas que apenas han aportado y participado, y algunos que lo han hecho muy poco. Aun así, este ítem lo valoraría de forma positiva debido a que la mayoría fue participativa y se generaron varios debates interesantes.

## RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

### Resultados del pre-test:

Respecto a los resultados del pre-test, se van a analizar los cuatro grupos diferenciados que había a la hora de realizar la propuesta:

- Grupo 1: Chicos que hacen modelo masculino

Estos diseños se caracterizan en su globalidad por ser muy básicos y simples (ver figuras 34, 35, 36 y 37). Casi todos ellos han realizado una camiseta y un pantalón corto, utilizando telas muy simples y en tonalidades negras, blancas, azules y rojas. Destacar uno de los diseños donde se ha añadido una bufanda y una flor en la camiseta, dando así un toque más innovador al diseño y saliéndose de lo estereotipado para el hombre (ver figura 36).

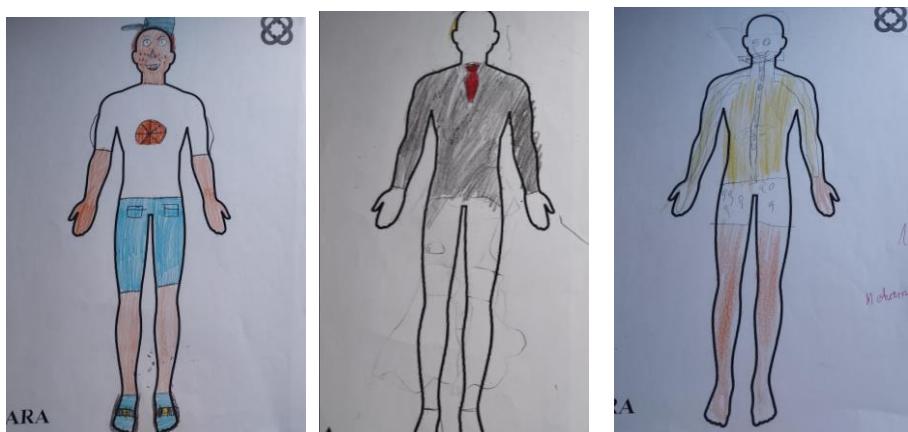


Figura 35, 36 y 37: Diseños simples realizados por alumnos. Fuente: realización propia.



Figura 38: Diseño con bufanda. Fuente: realización propia.

- Grupo 2: Chicas que hacen modelo masculino

A diferencia de los diseños masculinos comentados anteriormente, las chicas han realizado diseños más originales y creativos que los chicos (ver figura 42 y 43). Aunque todavía siguen utilizando telas con estampados simples y prendas asociadas a lo masculino, se aprecia una mayor creatividad y esfuerzo empleado en la creación de los diseños (ver figura 39, 40 y 41). Han utilizado complementos como corbatas o gorras y han introducido más de una prenda como las chaquetas.

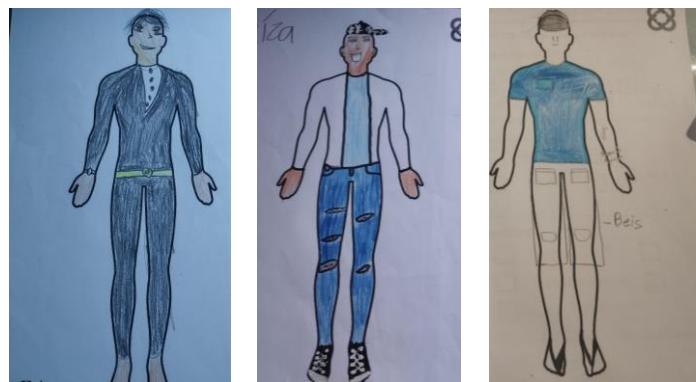


Figura 39, 40 y 41: Diseños masculinos elaborados por alumnas. Fuente: realización propia.

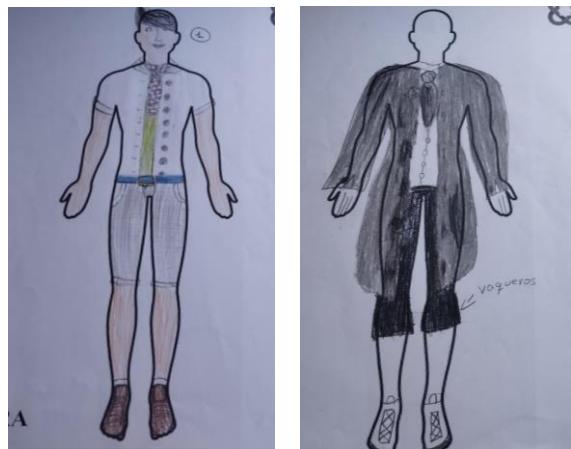


Figura 42 y 43: Diseños elaborados por alumnas más originales. Fuente: realización propia.

Destacar el diseño realizado por una de las alumnas (ver figura 33), donde ha roto con los estereotipos que pueda haber y hecho un diseño muy creativo, utilizando tejidos estampados, que normalmente se asocian al género femenino, y empleado complementos femeninos como el bolso.

En general, las chicas con modelo masculino que han sido más atrevidas que los chicos con el mismo modelo, realizando prendas más complejas. Aun así, siguen los patrones marcados por los estereotipos de género en cuanto al tejido y al tipo de prenda a realizar.

- Grupo 3: Chicos que hacen modelo femenino

Respecto a los chicos que realizan modelo femenino, han realizado diseños un poco más originales, empleando tejidos con diferentes estampados y complementos (ver figura 44, 45 y 46, generalmente bolso. Predomina el uso del pantalón muy corto, el uso de las faldas y los tops, las cuales son prendas muy asociadas al género femenino (ver figura 47, 48 y 49).

A diferencia de los chicos que han realizado modelo masculino, estos han sido más originales, pero aun así, con la cantidad de posibilidades que tenían, siguen siendo diseños bastante simples y básicos.

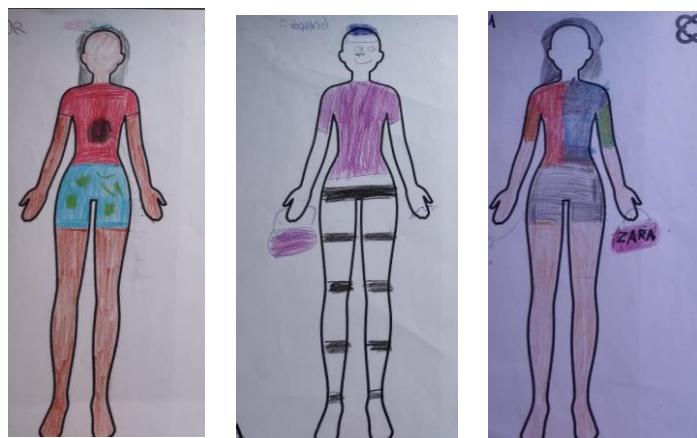


Figura 44, 45 y 46: Diseños con estampados realizados por alumnos



Figura 47, 48 y 49: Diseños con elementos estereotipadamente femeninos

- Grupo 4: Chicas que hacen modelo femenino

Este grupo ha realizado diseños variados. Predominan el uso de tops de diferentes formas y en la parte de abajo varía desde pantalones cortos a pantalones largos y faldas. Estas usan más detalles en sus prendas y utilizan telas más variadas y con estampados. También usan complementos como bolsos, lazos, collares...



Figura 50: Diseño femenino con pantalón corto. Fuente: realización propia.



Figura 51 y 52: Diseño femenino con pantalón largo. Fuente: realización propia.



Figura 53: Diseño femenino con falda. Fuente: realización propia.

Si hacemos una valoración global de los productos elaborados por el alumnado, se tienen unos resultados claros. Por un lado, se aprecia que los diseños elaborados por los chicos, sin importar el género, son más simples y menos creativos que los elaborados por las chicas, tanto en tipo de prenda como en tejidos. Por otro lado, los diseños elaborados para el modelo masculino son muy diferentes a los del modelo femenino y ambos se rigen por los mismos patrones. Los modelos masculinos son más simples, utilizando colores neutros y tejidos con poco estampado, mientras que los modelos femeninos son más creativos, se componen de tejidos diferentes y tienen añadidos complementos y más variedad de prendas. Aclarar que en todos los casos hay excepciones, pero este es el resultado general del pre-test.

Añadir, a estos resultados, algunos de los comentarios realizados por los alumnos y alumnas durante su realización. Las personas a las cuales les tocó realizar prendas para su género opuesto, se quejaron mucho e insistieron varias veces por cambiarlo, sobre todo en el caso de las alumnas. Estas se quejaban principalmente por el hecho de tener que realizar ropa de chico. Se escucharon comentarios de alumnas como “yo quería hacer una falda” o “yo quería hacer un top”.

También se escucharon comentarios sorprendentes como “pues yo voy a hacer a mi modelo transexual”, refiriéndose al modelo masculino, para así poder ponerle prendas asociadas estereotípicamente a la mujer.

### **Resultados de la intervención:**

En esta parte no se van a analizar los diseños realizados por el alumnado, sino que se va a enfocar en el análisis de los comentarios y aportaciones que se realizaron durante las preguntas y coloquio de la intervención.

Durante la intervención se lanzaron tres preguntas clave en diferentes puntos de la sesión; “¿Qué pensaríais si os dijera que las mujeres no pueden llevar pantalones?”, “¿Creéis que los hombres pueden usar falda o vestidos? ¿Y colores llamativos o estampados?” y “¿Qué opinamos de este cambio en la moda masculina?”.

La primera de ellas le contestaron con incredulidad, ya que no se imaginaban que las mujeres tuvieran prohibido llevar pantalones. El comentario general fue que les parecía mal y que eso era machismo. Este último comentario sobre todo fue dicho por las alumnas. Tras la visualización del video, se quedaron muy sorprendidos de que esta realidad haya existido.

Después, se lanzó la segunda pregunta con el objetivo de saber los pensamientos del alumnado y ver si se cumplen los estereotipos hacia los modelos masculinos. A diferencia del caso de la mujer y el pantalón, donde todos tenían un pensamiento similar, aquí existían opiniones más dispares. Por un lado, había alumnos y alumnas que estaban en contra, y que no les gustaba la idea, sobre todo por parte de algunos chicos. Por otro lado, había alumnos y alumnas que les encantaba la idea y la apoyaban, al contrario que en el caso anterior, en este bando la mayoría fueron alumnas. Finalmente, había un tercer grupo con el cual estaba de acuerdo la gran mayoría. Este grupo decía que ellos no lo acababan de ver y que para ellos no les gustaba ni lo llevarían, pero eso no significa que no pueda existir y que si le gusta a una persona puede vestir así perfectamente.

Seguidamente se realizó la tercera pregunta, las respuestas fueron parecidas a lo respondido en la pregunta dos, pero al ser una pregunta más amplia, se dio pie a abrir diferentes debates. Se equiparó lo ocurrido en cuanto a igualdad de género en la moda a otros ámbitos, como podía ser el deporte, referido a si las chicas podían practicar los mismos deportes que los chicos y viceversa. También, gracias a los ejemplos dados de diferentes influencers y tiktokers, los alumnos y alumnas dieron diferentes ejemplos de referentes para ellos que también rompían con esos estereotipos de género, demostrando así, que es una realidad con la que ellos conviven y se pueden ver reflejados.

Otro de los debates que se abrió fue el tema del bullying y acoso por vestir diferente. Aquí el comentario general fue que no estaba bien meterse con otra gente por su manera de vestir y expresarse, lo cual es un resultado bastante positivo y el hecho de ver cómo las nuevas generaciones cada vez tienen más interiorizada la cantidad de diversidad que hay en el mundo, y cómo todas ellas pueden coexistir hace replantearse los cambios que está teniendo la sociedad gracias a la educación.

Todos estos comentarios han sido muy beneficiosos a la hora de realizar las conclusiones, y aportan mucha visión sobre cómo ven y entienden las reglas sociales las nuevas generaciones.

### **Resultados del post-test:**

Este apartado se va a centrar sobre todo en analizar los resultados de los alumnos y alumnas que han decidido cambiar el diseño después de realizar la intervención. En total, después de realizar la exposición y el coloquio, diez alumnos y alumnas han decidido cambiar sus diseños y darles un toque más innovador. Destacar que entre estas personas hay cambios más significativos que otros y también razones de porque lo han hecho así.

- Grupo 1: Chicos que hacen modelo masculino

Dentro de este grupo apenas ha habido cambios respecto al diseño del pre-test. Los alumnos han seguido con sus diseños simples de origen y los han reflejado como en su diseño del papel (ver figura 54). Sin embargo, uno de ellos sí que ha cambiado el diseño y le ha dado un toque más innovador. Este ha optado por utilizar tejidos con más estampados y colores que se asocian más frecuentemente al género femenino (ver figura 55)

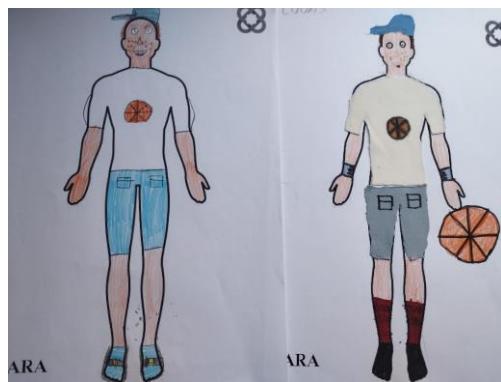


Figura 54: Diseño terminado por alumno. Fuente: realización propia.

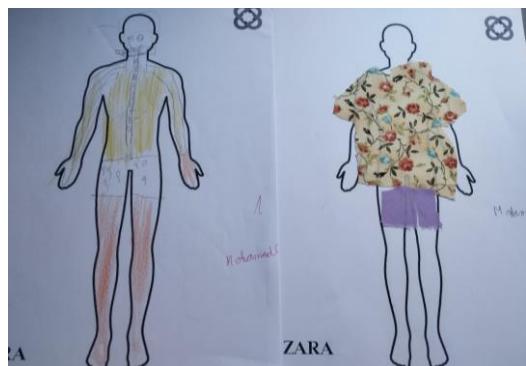


Figura 55: Diseño modificado. Fuente: realización propia.

- Grupo 2: Chicas que hacen modelo masculino

En este grupo es en el que se observan más cambios de diseño respecto al pre-test. De las seis alumnas que han realizado modelo masculino, tres de ellas han realizado cambios drásticos en sus diseños, observándose tres resultados muy diferenciados.

La primera de ellas, sujeto A (ver figura 56), realiza un cambio de tejidos, que aunque siguen siendo colores asociados a lo que se entiende por masculino, ha optado por elegir una tela estampada con puntos y usar el color naranja para realizar el pantalón. Las prendas siguen siendo las asociadas a lo masculino, pero ha realizado complementos y detalles como el cinturón, viéndose una gran

diferencia con el diseño original del pre-test.



Figura 56: Comparativa de resultados de la sujeto A. Fuente: realización propia.

La segunda, sujeto B (ver figura 57), no pudo llevar a cabo su diseño en tela debido a que faltó por enfermedad ese día, pero su cambio de diseño es interesante de analizar. El diseño del post-test ha cambiado radicalmente respecto al primero. Aunque los colores que utiliza y las telas siguen siendo simples, pero las prendas realizadas son extravagantes y se salen de lo común. En el diseño original realizó un pantalón corto y una camiseta azul. En este nuevo diseño ha optado por realizar un pantalón ancho y de tiro alto, una chaqueta muy original acabada en pico. Además, ha realizado complementos como la corbata y una especie de sombrero que se asemeja al de un torero. Sin duda, ha dado una vuelta a su diseño simple y experimentado con la ropa.



Figura 57: Comparativa de resultados de la sujeto B. Fuente: realización propia.

La tercera, sujeto C (ver figura 58), es la alumna que más ha modificado su diseño tanto por prendas como por telas elegidas. Su diseño inicial se componía de prendas simples asociadas al género masculino, contando con una camiseta azul, una chaqueta blanca, pantalones vaqueros y una gorra, donde sí había elegido tela con estampado más original. Aun así, el diseño se compone tanto de

colores como prendas muy asociadas al género masculino. Sin embargo, el nuevo diseño es todo lo contrario. En este diseño ha optado por telas más arriesgadas, realizando una chaqueta y pantalón en color crema y una camiseta en tela dorada brillante. La chaqueta tiene toques asimétricos y el pantalón es muy ancho, dándole así un toque diferente al diseño. Además, le añade como complemento un bolso, accesorio asociado culturalmente a las mujeres.



Figura 58: Comparativa de resultados de la sujeto C. Fuente: realización propia.

Añadir que la sujeto C era una de las que más se quejó en el pre-test de no poder hacer faldas a los diseños masculinos y que más intervino y a favor estaba de las nuevas formas de vestir masculinas que están surgiendo. Por lo cual, está intervención fue el empujón que le faltaba para arriesgar más con el diseño.

- **Grupo 3: Chicos que hacen modelo femenino**

Respecto al pre-test, se observan ciertos cambios en algunos de los diseños. Estos cambios, gracias a las observaciones recogidas en el aula, se puede afirmar que no son gracias a la intervención y por querer innovar en sus creaciones rompiendo con los diferentes roles, sino que se deben a una mala planificación inicial a la hora de elegir el diseño y a que las telas elegidas o los diseños hechos les parecían difíciles de realizar, por lo que optaron por simplificar la tarea con cosas más fáciles (ver figura 31 y 59).



Figura 59: Comparativa de cambio por mala planificación. Fuente: realización propia.

- Grupo 4: Chicas que hacen modelo femenino

En este grupo ha habido cambios respecto al pre-test. (Hay que tener en cuenta que a este grupo pertenecen alumnas que por motivo de enfermedad no pudieron estar en el pre-test, o en el post-test, y que por ello sus diseños no están terminados o no hay un post-test realizado). Las otras dos sujetos que quedan para analizar han realizado cambios drásticos a sus diseños, pero igual que ocurría en el caso de los chicos que hacen modelo femenino, estos cambios no han sido por la intervención realizada, sino que se han debido a una mala planificación inicial respecto a las telas y las prendas elegidas y las han querido cambiar (ver figura 60 y 61).

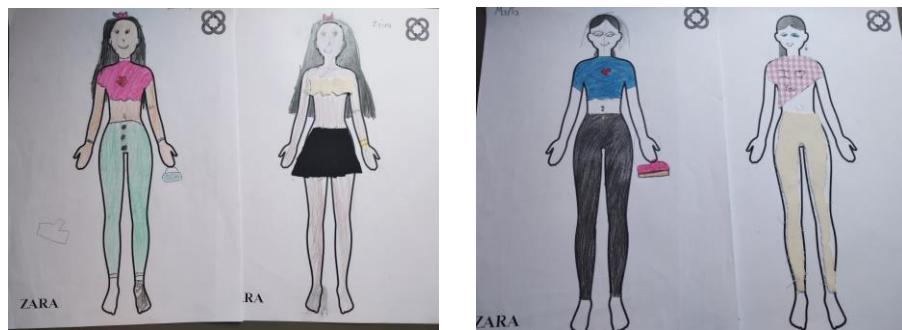


Figura 60 y 61: Comparativa de cambios realizados por una mala planificación.

Fuente: realización propia.

## CONCLUSIONES

Tras un análisis de estos resultados, se puede llegar a unas conclusiones sobre el estudio de caso realizado. El objetivo principal de la investigación era conocer los estereotipos que tienen los estudiantes sobre la moda e intentar concienciar sobre ellos y ayudar a que desarrollem su pensamiento crítico sobre el tema, dándoles diferentes visiones para que construyan su propio criterio e ideas. Para lograr este objetivo, se han planteado una serie de hipótesis y preguntas de las cuales se ha obtenido una respuesta.

Respecto a las dos hipótesis planteadas, observando los resultados obtenidos se puede concluir que ambas son ciertas. Los diseños realizados para los modelos femeninos se han hecho utilizando telas con colores más vivos, con mayores estampados y con telas más originales, que las utilizadas para los diseños de modelos masculinos, confirmando así la primera hipótesis. En cuanto a la segunda hipótesis, los alumnos de género masculino, por lo general, han realizado diseños más simples y

básicos que los de género femenino, ya sea el diseño de modelo masculino o femenino, por lo que también se confirma.

Partiendo de la pregunta “¿Qué estereotipos de género sobre la moda están interiorizados en la sociedad?”, podemos encontrar los siguientes; Los alumnos y alumnas tienen interiorizado que existen unas prendas que son destinadas a un género concreto, como, por ejemplo, las faldas y vestidos a las mujeres, y que el otro género que tiene “prohibido” llevarlas. Esto es evidente con los diseños del pre-test y los comentarios que han hecho al respecto mientras los hacían. También tienen interiorizado que las telas con brillo o con estampados de flores no están destinadas al género masculino y que ciertos colores como el rosa tampoco. Esto se ha visto mediante la selección de telas que han realizado.

Tanto es así, que no solo lo cumplen a la hora de realizar el diseño, sino que también se ve reflejado en los chicos que han realizado modelo femenino, los cuales optan en gran parte a realizar prendas asociadas a lo masculino, como pantalón y camiseta, y usando telas sin estampados, concordando así con la idea de Martínez Reina & Vélez Cea (2009) sobre el hecho de realizar conductas y patrones propios de su sexo para la aprobación social.

En cuanto a la pregunta “¿Existe diferenciación entre los géneros a la hora de tener unos estereotipos u otros?”, podemos concluir que no. Aunque el género femenino ha sido más creativo que el masculino a la hora de realizar los diseños, ambos géneros han seguido los mismos estereotipos a la hora de realizar los modelos masculinos y femeninos. Casi todos y todas han optado por prendas asociadas a lo masculino, según Zara, Pull & Bear y H & M, y diseños simples para el género masculino, mientras que han dotado de accesorios y telas con estampados a los modelos femeninos.

También hay que tener en cuenta a la hora de responder a esta pregunta las opiniones y aportaciones que han realizado los alumnos y alumnas durante la intervención. En este caso, había dos opiniones diferenciadas. Por un lado, los alumnos y alumnas que tenían ciertas creencias a favor de las nuevas modas masculinas y, por otro lado, el alumnado que las tenía en contra o que no les gustaban. En ambos casos había tanto alumnos como alumnas, por tanto, se puede concluir que depende más de la persona y sus gustos personales, más que del género.

Otra de las preguntas que se planteaba a la hora de realizar esta investigación es la siguiente; “¿Es posible erradicar los estereotipos inconscientemente naturalizados por la sociedad?”. La conclusión a esta pregunta es que sí. Aunque fueron pocas las personas que decidieron modificar sus diseños en el post-test, los nuevos diseños realizados, que rompían con los estereotipos respecto al

pre-test, demuestran que concienciando y mostrando otras realidades se puede conseguir un cambio de mentalidad en cuanto a las creencias y estereotipos naturalizados. Añadir, que aunque no hubiese muchos cambios en el diseño, este cambio también se vio reflejado en las aportaciones del coloquio.

Por último, sobre la pregunta que se planteaba al inicio de “¿Cómo se puede trabajar desde la educación artística este tema con un alumnado de primaria?”, autores como Zantoyini (2011) o Retamozo (2017) hacen la comparativa y la conclusión de que la moda es disciplina artística. Al igual que el resto de disciplinas, esta puede ser trabajada desde la educación plástica y visual. Según Marín Viadel (2003), la educación artística aborda diferentes categorías en las que se involucran el uso de diferentes materiales, el uso de la creatividad, la imaginación... La propuesta planteada cumple con lo dictado por Marín Viadel (2003) (ver tabla 1) y ha permitido que los alumnos y alumnas reflejen sus pensamientos y opiniones a través de la creatividad que les brinda la educación plástica y visual. Para esta propuesta se les daba un montón de opciones y posibilidades a la hora de crear sus diseños con los que dejar volar su imaginación. Es por ello que los resultados que se han obtenido permiten conocer sus ideas y que es lo que tienen interiorizado sobre la moda, ya que no se rigen por unos patrones establecidos. En definitiva, esta libertad creativa que brinda la educación visual y plástica resulta muy beneficiosa para conocer las creencias del alumnado.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

A-2020-17264 *Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación.* (2023, May 3). BOE.es. Retrieved April 30, 2024, from <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2020-17264>

ALCINA FRANCH, José (1982): Arte y Antropología, Madrid: Alianza Editorial.

Amurrio Vélez, M., Larrinaga Rentería, A., Usategui Basobazal, E., & Del Valle Loroño, A. I. (2012). Los estereotipos de género en los/las jóvenes y adolescentes. *XVII Congreso de Estudios Vascos: Gizarte aurrerapen iraunkorrerako berrikuntza = Innovación para el progreso social sostenible,* 227-248. <https://www.campuseducacion.com/blog/wp-content/uploads/2018/04/Estereotipos-de-g%C3%A9nero-en-los-j%C3%BDvenes.pdf>

- Belmonte, J., & Guillamón, S. (2008). Co-educar la mirada contra los estereotipos de género en TV. *Comunicar*, (31), 115-120. <https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/20133/35880.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Boscán Leal, A. (2013). Las nuevas masculinidades positivas. *Revista Internacional de Filosofía Iberoamericana y Teoría Social*, (41), 93-106. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2714515>
- Capilla, S. (2003). El siglo XX entre el traje y la moda. In *El textil y la indumentaria: materias, técnicas y evolución: 31 de marzo, 1, 2 y 3 de Abril de 2003* (pp. 231-244). Grupo Español IIC. [https://ge-iic.com/files/Publicaciones/el\\_siglo\\_XX.pdf](https://ge-iic.com/files/Publicaciones/el_siglo_XX.pdf)
- Castillo Mayen, R., & Montes Berges, B. (2014, octubre). Análisis de los estereotipos de género actuales. *anales de psicología*, 30(3), 1044-1060. <https://revistas.um.es/analeps/article/view/analeps.30.3.138981/165841>
- Cerdas Agüero, G., González Esquivel, N. M., & López Hernández, M. (2021). *Estudio de la cultura visual en estudiantes de cuarto grado de primaria como fuente de información para incentivar el pensamiento crítico por medio de talleres artísticos - visuales en el Sistema Educativo San Lorenzo*. [Proyecto de graduación para optar por el grado de licenciatura en la Enseñanza del Arte y la Comunicación Visual]. Centro de Investigación y Docencia Artística Escuela de Arte y Comunicación Visual. <https://repositorio.una.ac.cr/bitstream/handle/11056/23799/PTFG%20Gioconda%2c%20C.%2cNancy%2c%20G.%20Y%20Mariana%2c%20L.%2c%202021.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cobo Gonzales, G., & Valdivia Cañotte, S. M. (2017). Aprendizaje basado en proyectos. *Colección Materiales de Apoyo a la Docencia #1*. <https://repositorio.pucp.edu.pe/index/bitstream/handle/123456789/170374/5.%20Aprendizaje%20Basado%20en%20Proyectos.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Colás Bravo, P., & Villacíervos Moreno, P. (2007). LA INTERIORIZACIÓN DE LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO EN JÓVENES Y ADOLESCENTES. *Revista de Investigación Educativa*, 25(1), 35-58. <https://revistas.um.es/rie/article/view/96421/92631>

De las Heras, S. (2009). Una aproximación a las teorías feministas. *Revista de Filosofía, Derecho y Política*, 45-85.

Díaz Alcaide, M. D. (2011). Sobre la educación en artes plásticas y visuales. *Espacio y Tiempo*, (25), 163-170.

D'Souza, D. D. (2021, 22 julio). What Is TikTok? Investopedia. Recuperado 16 de mayo de 2022, de <https://www.investopedia.com/what-is-tiktok-4588933>

Erner, G. (2006). *Victimas de la moda: Cómo se crea, por qué la seguimos*. Gustavo Gili Editorial S.A.

Esteban Bara, F., & Gil Cantero, F. (2022). Las finalidades de la educación y la LOMLOE\*: cuestiones controvertidas en la acción educativa. *Revista Española de Pedagogía*, 80(281). [https://www.jstor.org/stable/48645736?casa\\_token=jo6OvLeE7ZQAAAAA%3AkedM89TuLtIyFUGMjswoNv\\_Cx2Y1EsicM2cV8dbgVea55KsgvrrVrMIMcQLzSUX73AXPc4LkmrsFTJxVcgL0E5sKgY92q5QKcg\\_nFEtwpsfUSNuLVRRh](https://www.jstor.org/stable/48645736?casa_token=jo6OvLeE7ZQAAAAA%3AkedM89TuLtIyFUGMjswoNv_Cx2Y1EsicM2cV8dbgVea55KsgvrrVrMIMcQLzSUX73AXPc4LkmrsFTJxVcgL0E5sKgY92q5QKcg_nFEtwpsfUSNuLVRRh)

Fernández Poncela, A. M. (2011). PREJUICIOS Y ESTEREOTIPOS. Refranes, chistes y acertijos, reproductores y transgresores. *Revista de Antropología Experimental*, 22(11), 317-328. <http://revista.ujaen.es/huesped/rae/articulos2011/22fernandez11.pdf>

Fonseca Hernández, C., & Quintero Soto, M. L. (2009, abril). La Teoría Queer: la de-construcción de las sexualidades periféricas. *Sociología (Méjico)*, 24(69). [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=s0187-01732009000100003&script=sci\\_arttext](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=s0187-01732009000100003&script=sci_arttext)

García Jiménez, E. (1991). Una teoría práctica sobre la evaluación. Estudio etnográfico. Sevilla: MIDO.

Gómez-Núñez, M. I., Cano-Muñoz, M. Á., & Torregrosa, M. S. (2020). *Manual para investigar en educación: Guía para orientadores y docentes indagadores*. Narcea Ediciones.

González Gavaldón, B. (1999, marzo). Los estereotipos como factor de socialización en el género. *Comunicar*, (12). <https://www.redalyc.org/pdf/158/15801212.pdf>

González Suarez, M. (2002). Feminismo, academia y cambio social. *Educación*, 26(2), 169-183. <https://www.redalyc.org/pdf/440/44026217.pdf>

JULIA KOVADLOFF (2019). La moda y las nuevas identidades en los cambios de siglo. XIII Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires. <https://cdsa.aacademica.org/000-023/602.pdf>

López Aymes, G. (2012). Pensamiento crítico en el aula. *Docencia e Investigación, Año XXXVII*, (22), 41-60.

Maioli, E. (2016). Moda, cuerpo e industria. Una revisión sobre la industria de la moda, el uso generalizado de TICs y la Tercera Revolución Industrial Informacional. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, (57). [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1853-35232016000200007&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1853-35232016000200007&script=sci_arttext)

Marín Viadel, R. (2003). *DIDÁCTICA DE LA EDUCACIÓN ARTÍSTICA*. Person. Prentice Hall. [https://d1wqxts1xze7.cloudfront.net/38894613/EL\\_ARTE\\_DE\\_DIBUJAR-libre.pdf?1443238452=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DDIDACTICA\\_DE\\_LA\\_EDUCACION\\_ARTISTICA.pdf&Expires=1713030811&Signature=BMY28dbXNXQ26fBL53AMpvpnJVxqMIE1M9CygN~jm2ddpghE](https://d1wqxts1xze7.cloudfront.net/38894613/EL_ARTE_DE_DIBUJAR-libre.pdf?1443238452=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DDIDACTICA_DE_LA_EDUCACION_ARTISTICA.pdf&Expires=1713030811&Signature=BMY28dbXNXQ26fBL53AMpvpnJVxqMIE1M9CygN~jm2ddpghE)

Martínez Reina, M. d. C., & Vélez Cea, M. (2009). Actitud en niños y adultos sobre los estereotipos de género en juguetes infantiles. *Ciencia Ergo Sum*, 16(2). <https://www.redalyc.org/pdf/104/10411360004.pdf>

Martín García, T. (2016). *Los blogs de moda: nuevos preservadores de los estereotipos de género de las revistas femeninas* [Tesis Doctoral] [UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID]. <https://docta.ucm.es/rest/api/core/bitstreams/4cee75ae-aca8-49cc-b7f2-0286ad6bedeb/content>

Moreno, J. R., & Vera, M. I. (2016). QR-Learning: la invisibilidad de la mujer en el arte. *Revista Estudios*, 33. <http://hdl.handle.net/10045/61672>

Mohsin, M. (2021). 10 ESTADÍSTICAS DE TIKTOK QUE DEBES CONOCER EN 2021. Oberlo: <https://www.oberlo.es/blog/estadisticas-tiktok>

Muñoz López, P. (2014). Arte feminista. Empoderamiento de las mujeres en el arte. El ejemplo de Paula Rego. *CUADERNOS KÓRE*, (8), 237-265. Recuperado a partir de <https://e-revistas.uc3m.es/index.php/CK/article/view/2042>

*Normativa Educación Primaria - Normativa Educación Primaria - Educaragon.* (n.d.). Educaragón.  
Retrieved April 30, 2024, from <https://educa.aragon.es/-/normativa-primaria>

Pardo Navarro, B. (2011). *La moda. Arte e influencia artística* [Tesis de máster] [Universitat Politècnica de València]. <https://riunet.upv.es/handle/10251/13635>

Pérezminguez, A. (2015). ¿Cuándo y cuánto es cultura o arte? Recuperado de: <http://www.tendencias.com/arte/moda-cuanto-y-cuando-es-cultura-o-arte>

Restrepo, M. A. (2005). LA DEFINICIÓN CLÁSICA DE ARTE. *SABERES Revista de estudios jurídicos, económicos y sociales*, 3.

Retamozo, B. E. (2017, Junio). ¿QUÉ MODA ES ARTE? UNA CATEGORIZACIÓN DE LA MODA QUE ES ARTE. *DAYA 2, diseño, arte y arquitectura*, (2). <https://doi.org/10.33324/daya.v1i2>

Saiz, C., & Rivas, S. (2008). INTERVENIR PARA TRANSFERIR EN PENSAMIENTO CRÍTICO. *Conferencia internacional: Lógica, Argumentación y Pensamiento Crítico*. [https://www.researchgate.net/profile/Silvia-F-Rivas/publication/228388604\\_Intervenir\\_para\\_transferir\\_en\\_Pensamiento\\_Critico/links/57a6f2b408aefe6167b7db4b/Intervenir-para-transferir-en-Pensamiento-Critico.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Silvia-F-Rivas/publication/228388604_Intervenir_para_transferir_en_Pensamiento_Critico/links/57a6f2b408aefe6167b7db4b/Intervenir-para-transferir-en-Pensamiento-Critico.pdf)

Segundo, A. (2008). Las nuevas masculinidades positivas. *Utopía y praxis latinoamericana: revista internacional de filosofía iberoamericana y teoría social*, 41, 93–106. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2714515>

Stake, R. E. (1998). *Investigación con estudio de casos*. Morata.

Tajfel, H. (1984). Grupos humanos y categorías sociales. Barcelona: Editorial Herder.

Tidele, J. (2021, Enero). Moda y feminismo: la vestimenta como símbolo de protesta. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, (100). <http://dx.doi.org/10.18682/cdc.vi100.3983>

TikTok. (2023, octubre 26). *Premios TikTok, la comunidad en España reconoce el talento de creadores, marcas y artistas en TikTok*. Newsroom | TikTok. Retrieved May 7, 2024, from <https://newsroom.tiktok.com/es-es/premios-tiktok-la-comunidad-en-espana-reconoce-mejores-creadores-marcas-y-artistas>

WATSON, L. (2004). Siglo XX Moda. Tendencias y estilos para todas las clases sociales. Madrid: Edilupa Ediciones

Zatonyi, M. (2011). Arte y creación: los caminos de la estética. Buenos Aires: Clave Intelectual.

Zambrini, L. (2010). Modos de vestir e identidades de género: reflexiones sobre las marcas culturales en el cuerpo. *Nomadías*.

[https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/190190/CONICET\\_Digital\\_Nro.bc48232c-592a-4cd6-92f0-0b290551ad3c\\_C.pdf?sequence=5&isAllowed=y](https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/190190/CONICET_Digital_Nro.bc48232c-592a-4cd6-92f0-0b290551ad3c_C.pdf?sequence=5&isAllowed=y)

## **LISTADO DE FIGURAS**

Figura 1: Moda en el siglo XIV. Fuente: <https://www.todocoleccion.net/arte-grabados/antiguo-grabado-germano-numerado-s-18-trajes-medievales-catorce~x255618030>

Figura 2: Moda en el siglo XIV. Fuente: <https://www.todocoleccion.net/arte-grabados/antiguo-grabado-germano-numerado-s-18-trajes-medievales-catorce~x255618030>

Figura 3: Diseño de traje femenino de Coco Chanel. Fuente: [https://www.vanitatis.elconfidencial.com/estilo/moda/2021-07-14/total-look-coco-chanel-historia\\_3172175/](https://www.vanitatis.elconfidencial.com/estilo/moda/2021-07-14/total-look-coco-chanel-historia_3172175/)

Figura 4: Look garçonne. Fuente: <https://www.harpersbazaar.com/es/belleza/pelo-belleza/g216332/historia-ilustrada-del-corte-garconne/>

Figura 5: Estilo flapper. Fuente: <https://juliaromeroeco.com/las-flappers-la-revolucion-femenina-de-1920/>

Figura 6: vestimentas de mujeres durante y después de la guerra. Fuente: <https://www.xataka.com/magnet/26-imagenes-que-ilustran-como-la-mujer-tomo-las-fabricas-durante-la-primer-a-guerra-mundial>

Figura 7: vestimentas de mujeres durante y después de la guerra. Fuente: <https://www.xataka.com/magnet/26-imagenes-que-ilustran-como-la-mujer-tomo-las-fabricas-durante-la-primer-a-guerra-mundial>

Figura 8: Estética queer del siglo XX. Fuente: <https://www.goodhousekeeping.com/life/a43877100/stonewall-riot-leaders/>

Figura 9: catálogo de ropa masculina y femenina de Zara. Fuente: <https://www.zara.com/es/es/search>

Figura 10: catálogo de ropa masculina y femenina de Zara. Fuente: <https://www.zara.com/es/es/search>

Figura 11: catálogo de ropa masculina y femenina de Pull&Bear. Fuente: <https://www.pullandbear.com/es/hombre-n6228>

Figura 12: catálogo de ropa masculina y femenina de Pull&Bear. Fuente: <https://www.pullandbear.com/es/hombre-n6228>

Figura 13: catálogo de ropa masculina y femenina de H&M. Fuente: [https://www2.hm.com/es\\_es/index.html](https://www2.hm.com/es_es/index.html)

Figura 14: catálogo de ropa masculina y femenina de H&M. Fuente: [https://www2.hm.com/es\\_es/index.html](https://www2.hm.com/es_es/index.html)

Figura 15: Diseño de alta costura. Fuente: [https://www.elmundo.es/album/yodona/moda/2020/01/22/5e2846d9fddff36808b46ab\\_14.html](https://www.elmundo.es/album/yodona/moda/2020/01/22/5e2846d9fddff36808b46ab_14.html)

Figura 16: Ejemplo de carta textil. Fuente: <https://loanicustom.com/producto/cartas-de-tejidos/>

Figuras 17: Diseños de Dior en el siglo XX. Fuente: <https://blackandlabel.com/luxurylifestyle/estilo-de-vida/christian-dior-new-look/>

Figuras 18: Diseños de Dior en el siglo XX. Fuente: <https://blackandlabel.com/luxurylifestyle/estilo-de-vida/christian-dior-new-look/>

Figuras 19: Diseños de Dior en el siglo XX. Fuente: <https://blackandlabel.com/luxurylifestyle/estilo-de-vida/christian-dior-new-look/>

Figura 20: Diseño de alta costura de Balenciaga. Fuente: <https://www.rtve.es/television/20200228/balenciaga-exposicion-getaria-imagenes/2004790.shtml>

Figura 21: Diseño de Yves Saint Laurent. Fuente: <https://revistacodigo.com/yves-saint-laurent-10-momentos-de-infamia-y-genialidad/>

Figura 22: Diseño de Paco Rabanne. Fuente:  
<https://www.lavanguardia.com/magazine/moda/20230203/8731338/disenos-mas-iconicos-paco-rabanne-metalurgico-mod.html>

Figura 23: Diseñador @albertorbatres y su traje de estampados. Fuente:  
[https://www.instagram.com/p/CtEcFbNNVW2/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/CtEcFbNNVW2/?img_index=1)

Figura 24: Tiktoker @totefernandezm. Fuente:  
[https://www.instagram.com/p/CxQVoBYqtSI/?img\\_index=9](https://www.instagram.com/p/CxQVoBYqtSI/?img_index=9)

Figura 25: Esquema sobre las habilidades involucradas en el pensamiento crítico. Fuente: Saiz, C., & Rivas, S. (2008). INTERVENIR PARA TRANSFERIR EN PENSAMIENTO CRÍTICO. *Conferencia internacional: Lógica, Argumentación y Pensamiento Crítico.* [https://www.researchgate.net/profile/Silvia-F-Rivas/publication/228388604\\_Intervenir\\_para\\_transferir\\_en\\_Pensamiento\\_Critico/links/57a6f2b408aefe6167b7db4b/Intervenir-para-transferir-en-Pensamiento-Critico.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Silvia-F-Rivas/publication/228388604_Intervenir_para_transferir_en_Pensamiento_Critico/links/57a6f2b408aefe6167b7db4b/Intervenir-para-transferir-en-Pensamiento-Critico.pdf)

## ANEXO

Anexo I: Comparativas de pre-test y post-test realizados por el alumnado

Grupo 1: Chicos con modelo masculino



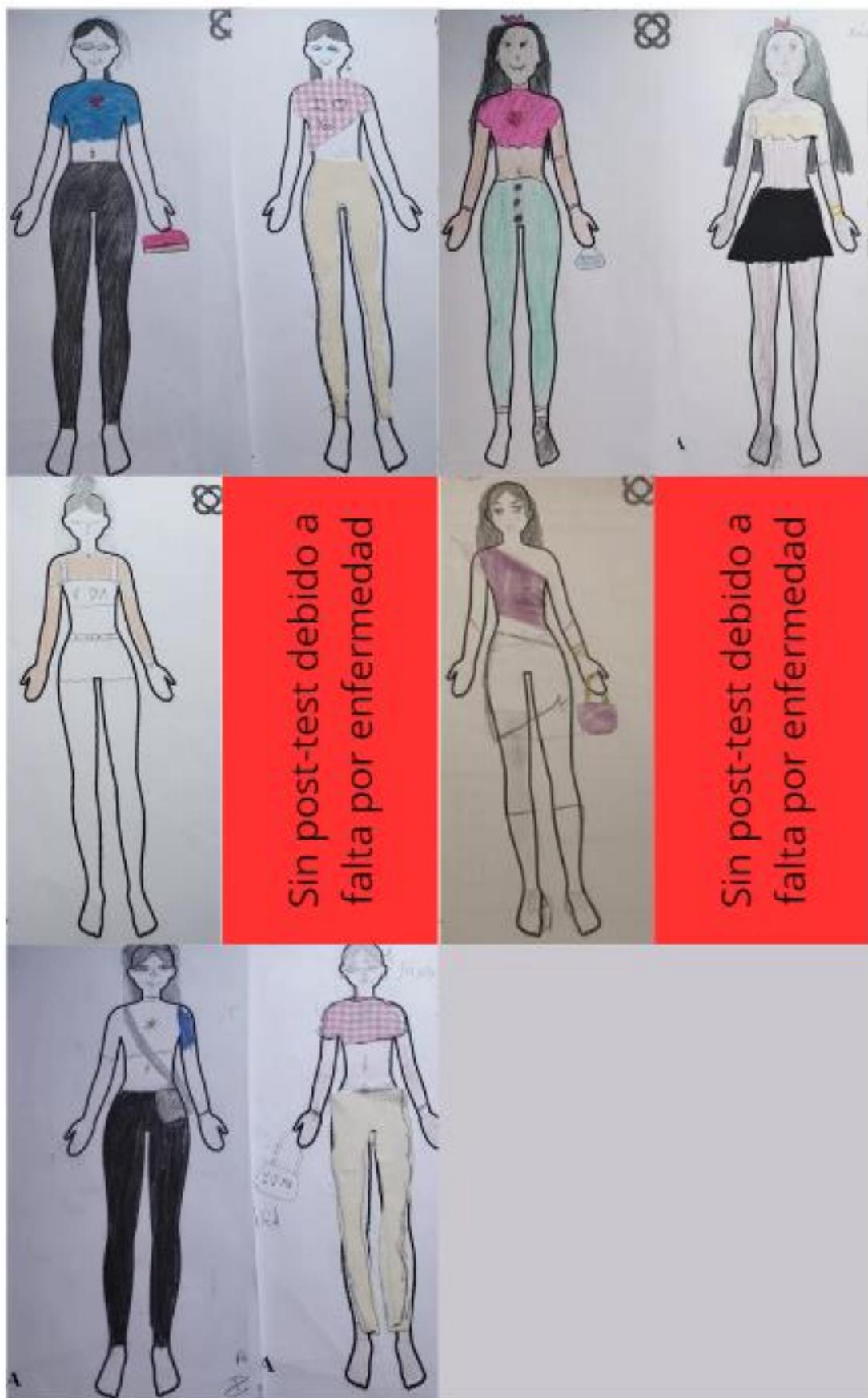
**Grupo 2: Chicas con modelo masculino**



**Grupo 3: Chicos con modelo femenino**



**Grupo 4: Chicas con modelo femenino**



## Anexo II: Presentación realizada para la intervención

Enlace a la presentación de Canva:

[https://www.canva.com/design/DAGBW-sQau4/aI79sxC\\_0T3Ti5yr8JviHg/edit?utm\\_content=DAGBW-sQau4&utm\\_campaign=designshare&utm\\_medium=link2&utm\\_source=sharebutton](https://www.canva.com/design/DAGBW-sQau4/aI79sxC_0T3Ti5yr8JviHg/edit?utm_content=DAGBW-sQau4&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton)

## Anexo III: Imágenes del alumnado realizando la propuesta

