

O proceso de socialización en xénero

Dinámica 1. O extraterrestre

Obxectivos didácticos específicos

- Identificar estereotipos e roles de xénero.
- Entender a dimensión cultural da construción da identidade de xénero.
- Analizar as diferencias de xénero na educación de nenos e nenas.

Espazo e recursos

- Papel continuo
- Tarxetas de cartolina
- Rotuladores

Metodoloxía

1

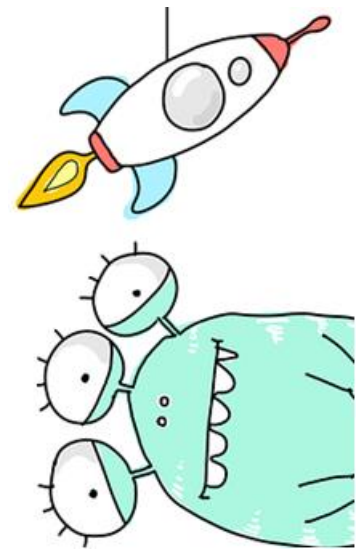
A facilitadora anuncia ao grupo que é unha extraterrestre¹: *"Eu veño doutro planeta, quero saber que é un home e que é unha muller. Necesito a vosa axuda para saber como identificalos e diferencialos"*.

Partindo desta situación, debuxaremos dúas siluetas, unha de muller e outra de home, e iranse recollendo as características que identifica o alumnado. Podemos facelo en plenaria ou en pequeno grupo.

É importante que a facilitadora actúe coma se non soubera absolutamente nada sobre os seres humanos, pedindo constantemente aclaracións cando escoita resposta contraditorias. Durante toda a dinámica farase énfase en que pensen non no que creen individualmente, senón no que pensan que a sociedade considera masculino e feminino.

Algunhas preguntas que pode propor a extraterrestre son:

- Como podo diferenciar aos homes das mulleres?
- Cal é o seu aspecto físico? Como se visten?
- Que soen facer? Fan as mesmas actividades? Dedicáanse ás mesmas profesións?
- Asumen as mesmas tarefas no fogar? Como diferencio a homes e a mulleres nunha familia?
- Onde e con quen soen estar? Como pasan o seu tempo libre?



¹ A dinámica do/a extraterrestre é moi popular no traballo educativo orientado ao cuestionamento de construcións culturais e estereotipos. Neste caso aplícase á temática de xénero, pero tamén pode ser aplicada ao traballo sobre diversidade racial, estereotipos sobre determinados colectivos, sobre as persoas maiores, etc.

- Como se comunican e relacionan con outras persoas? Teñen e expresan os mesmos sentimentos e emocións?

2

Unha vez consideremos que xa temos bastante información sobre a construción social de homes e mulleres, a extraterrestre pasa a pór en dúbida a distribución das tarxetas. Característica por característica vai preguntando: isto só pode ser referido aos homes/mulleres? Esa mesma característica non podería darse no outro sexo?

As características que poden ser asignadas a ambos os dous sexos as colocamos no centro, entre a silueta do home e a da muller, quedando nas siluetas de home e de muller só as características físicas, biolóxicas ou sexuais específicas de cada grupo.

3

Como peche da actividade, explicamos a diferenza entre as características de orde biolóxico, non influídas pola cultura, o que denominamos diferenzas de **sexo**; e aquelas calidades, atributos, comportamentos, actividades... que poderían ser asignadas tanto a homes como a mulleres pero que, nun determinado marco cultural (contexto xeográfico, etapa histórica, etc.), se identifican cun deles, o que denominamos diferenzas de **xénero**. Podemos reflexionar sobre diferenzas culturais, con outras partes do mundo, coa xeración dos nosos avós/as, etc.

Trátase de propiciar que saían os mandatos e estereotipos de xénero para cuestionalos, abordando os distintos comportamentos que se impoñen segundo o sexo, os espazos que ocupamos, actividades que facemos, con quen nos relacionábase, temas de conversa, tipos de bromas, insultos, linguaxe empregar, vestimenta, forma de relación e de ocupación do espazo público, etc.

A extraterrestre debe ser moi curiosa e cuestionadora, busca comprender, pregunta sempre: por que?, será que todas as mulleres (ou os homes) son así?. Unha curiosidade e mirada cuestionadora que queremos espertar no noso alumnado. E así, conxuntamente, imos desmontando os mandatos de diferenciación por xénero.

Dinámica 2. As caixas

Obxectivos didácticos específicos

- Identificar a influencia de diferentes espazos e axentes sociais na construción da nosa identidade de xénero.
- Identificar mandatos de xénero que imos recibindo ao longo da nosa vida.
- Valorar a posibilidade de saírse deses marcos.
- Identifica a persoas de referencia (no seu contexto próximo ou personaxes famosas) que romperon eses mandatos de xénero.

Espazo e recursos

- 2 caixas de cartón.
- Revistas, tesoiras, cola.

Metodoloxía

1

Identifícanse os estereotipos, roles e mandatos de xénero cunha caixa onde se nos mete nada máis nacer. Pero... que constrúe esas caixas?

Cuestionámonos cales son as institucións que non ensinan estes estereotipos, actitudes, roles comportamentos, etc. Abordamos os axentes de socialización: a familia, a escola, a relixión, os xogos e deportes, os medios de comunicación, internet, escola...

Fanse dous grupos e repárteselles a cada un unha caixa de cartón mediana. Cada un deles debe decorar a parte de fóra da caixa encolando imaxes de elementos que nos transmiten as imposicións de xénero. Un fará a caixa das mulleres e outra a dos homes, sendo que eses axentes de influencia na maioría dos casos son comúns, aínda que transmitan mensaxes diferenciadas.

2

Dáse un tempo para que, de forma individual e anónima, escriban nun papel un exemplo que teñan vivido ou observado, indicando quen emitía a mensaxe, e cal era o mandato de xénero. Por exemplo: "na escola, cando nos puxeron ás nenas a xogar a brilé e aos nenos a fútbol", "o meu grupo de amigos, cando se riron de min por pasar tempo cunha amiga". Imos pasando as caixas para enchelas de experiencias.

Ao final lemos en alto as experiencias recollidas.

Observamos como existe un sistema de recompensas e de castigos sociais para que mulleres e homes permanezan nas súas caixas. As caixas impoñen condicionantes e quitan liberdades a homes e a mulleres, para definir quen queren ser e como queren vivir e, no caso das mulleres esta limitación é maior. No caso dos homes, manterse na caixa aínda que os limite en aspectos da súa vida (o coidado, a expresión de sentimentos, etc.), supón ter acceso a un conxunto de privilexios

pois, na nosa sociedade, aínda se lle outorga máis valor, autoridade e recoñecemento a todo o considerado masculino (características, traballo, comportamentos...) fronte ao feminino.

Baleiradas as caixas, podemos deixalas na aula para que cando algunha alumna ou alumno identifique algunha destas experiencias no seu día a día poida incorporala na caixa. Supón que manteñan activada unha mirada atenta a estas realidades, e pode ser un material moi interesante para reforzar o traballado máis adiante.

3

Reflexionamos sobre o feito de que estas son construcións sociais e, como tal, poden e deben ser transformadas. Péchase esta actividade estimulando a reflexión en torno a como homes e mulleres poden beneficiarse se deciden vivir libres das imposicións das caixas; que opcións temos, e que podemos facer nas nosas vidas para axudarnos, e axudar a outras persoas, a escapar das caixas que nos limitan e non ser discriminadas por elo.

“Saír da caixa” supón ter unha actitude crítica fronte a toda a desigualdade ou discriminación baseada no xénero, e unha apertura a valorar a diversidade de formas de ser, de vivir e de comportamentos posibles para homes e mulleres. Elo suporía aumentar a nosa capacidade de aprendizaxe e crecemento.

En plenaria, imos identificando persoas que consideren que saíron da caixa, poñendoas en valor.

Mulleres que saen da caixa

Preguntar ás persoas participantes cantas mozas/mulleres que coñecen “saíron da caixa”, ou sexa, non encaixan con todos os atributos de “como debe ser unha muller”.

- Como se beneficiaron esas mulleres de escapar das súas caixas?
- Como son vistas as mulleres que non se adaptan á caixa?
- Existen hoxe presións para que as mozas/mulleres vivan segundo o contido das súas caixas?
- Que puido levar a esas mulleres a cambiar?

Homes que saen da caixa

Preguntar ás persoas participantes cantos homes que coñecen viven segundo todos os contidos da caixa de “ser homes”.

- Que sucede cando os mozos/homes se atreven a escapar da caixa?
- Foron agredidos ou burláronse deles?
- Que sucede cos homes que tratan de adaptarse ao máximo a esta caixa?
- De que maneira se lles chama a atención os homes que non se adaptan á súa caixa?
- Existen hoxe presións para que os homes/mozos vivan segundo os contidos da súa caixa?

Pódese facer unha exposición coas persoas identificadas nesta dinámica, e unha pequena referencia biográfica dos motivos polas que valoran a súa achega ao cambio.

Tamén é un bo momento para comentar como o movemento feminista e a loita das mulleres axudou a que moitas persoas saíran das súas tradicionais caixas, loitando pola igualdade de dereitos en todos os ámbitos.

Pistas para a reflexión

O **xénero** apréndese. Esta aprendizaxe prodúcese mediante o que chamamos socialización diferenciada por sexo, repercutindo en todas as dimensións da nosa vida.

O proceso de **socialización** non é neutro, asignando tarefas e pautas de comportamento para mulleres e homes. Dende o momento do nacemento, a sociedade asigna á persoa un xénero e recibirá por elo un trato diferencial segundo esa asignación, sexa masculina ou feminina.

Estas ideas preconcebidas/estereotipos instálanse no noso imaxinario por repetición, están presentes e se lanzan dende numerosos espazos sociais, retroalimentándose. Nós as asumimos e intentamos adaptarnos a ese modelo por medo a ser rexeitados/as.

Especialmente durante a adolescencia esta socialización fai que as diferencias se acentúen de maneira máis profunda. A adolescencia supón a entrada nunha etapa de cambios de distinta índole (biolóxicos, psicolóxicos e sociais). Mozas e mozos estarán influídos polas presións para comportarse "como unha muller" ou "como un home" por parte de familia, escola, grupos de pares, medios de comunicación, etc.

Todas as persoas tivemos que axustarnos nalgún momento aos patróns do noso xénero baixo pena de castigo, menosprezo ou de burla. Pero non só fomos moldeados polas sancións, tamén os reforzos e a aprobación social estímúlanos a axustarnos ao noso xénero.

A través deste proceso castigamos comportamentos e prácticas que non son malas pero que son criticadas por escapar a estes modelos de xénero. Tamén premiamos comportamentos e actitudes perigosas ou malas pero adaptadas a estes modelos (dependencia, agresividade, violencia, submisión...). Acabamos castigando, ademais, a diversidade existente e impedindo que as persoas desenvolvan as súas capacidades e habilidades sen crítica.

Estes modelos de xénero pesan sobre nós, na nosa autoestima e aceptación propia, orientan os estudos ou a profesión que eliximos, o noso proxecto de vida, a procura de parella, a relación que establecemos con ela, a nosa valoración social... Aniquila as diferencias individuais, determina a posición das persoas á marxe das súas capacidades e habilidades específicas. É dicir, dáse prioridade ao sexo frote ás capacidades e aptitudes de cada persoa, impedíndolle elixir o seu proxecto de vida sobre os seus desexos.

Este proceso de socialización é unha construción social e como tal pode ser mudada e ser transformada cara unha aprendizaxe cara a igualdade, a diversidade e o entendemento.

Os **roles de xénero** son as diferentes expectativas e funcións que a sociedade asigna de forma diferenciada a homes e mulleres en función do seu sexo biolóxico e non dos seus desexos e eleccións persoais e/ou capacidades. Limitan a nosa vida e xeran desigualdades e inxustizas. Nestes roles de xénero ás mulleres se lles asigna o rol reprodutivo, sendo fortemente xulgada a súa desatención, mentres aos homes lles segue asignado a primacía da esfera produtiva.

Estes roles de xénero establecen xerarquía e desigualdade entre homes e mulleres, outorgando maior recoñecemento e valor ao identificado co masculino. A pesar de que a maioría das mulleres sempre participaron de todos os roles (produtivo, reprodutivo e comunitario), xerouse unha invisibilización delas nos espazos públicos (produtivo e comunitario) e se vincula especialmente

ao espazo doméstico, sendo que o traballo de coidados non ten recoñecemento social nin económico.

Neste senso, a incorporación das mulleres ao traballo remunerado no mercado laboral, entendido como conquista social para elas, non se corresponde coa incorporación na mesma medida dos homes ao traballo de coidados, xa que non se asocia a unha mellora social para eles. Isto segue a xerar unha grande desigualdade para a vida das mulleres, que soportan unha dobre carga de traballo, limitando o disfrute e participación en outros ámbitos (lecer, desenvolvemento...) e o seu acceso a dereitos.

Dinámica 3. Mulleres, homes e... estereotipos

Obxectivos didácticos específicos

- Reflexionar sobre os estereotipos de xénero expostos nos medios de comunicación, redes sociais, contos, etc.
- Ser conscientes do sexismo que se reproduce nas características e roles asignados a homes e mulleres.
- Analizar as posibles diferencias e/ou desigualdades entre como adquiren a popularidade as rapazas e os rapaces.
- Crear referentes igualitarios e diversos.

Espazo e recursos

- Fichas con contos tradicionais
- Encerado (Alternativa 2.1.)

Metodoloxía

1

Facemos catro grupos. Intentaremos que estes sexan diferenciados por sexos, pero se non é factible faremos grupos mixtos. No caso de que sexan grupos mixtos, a cada un se lle asigna unha das consignas. De ser grupos diferenciados por sexo, cada grupo ten dúas consignas, sendo que haberá un grupo de nenos e un grupo de nenas que traballaran os mesmos temas.

Pedímoslles que fagan unha escolla, a xustificuen, e identifiquen os aspectos que máis lles gustan ou chaman a atención, en relación ás seguintes consignas:

- Grupo 1: personaxe feminino e un masculino populares dunha serie de televisión.
- Grupo 2: personaxe feminino e un masculino que sigan e que sexan "influencers" en Instagram.
- Grupo 3: cantante home e mulleres referente.
- Grupo 4: unha e un youtuber famoso/a.

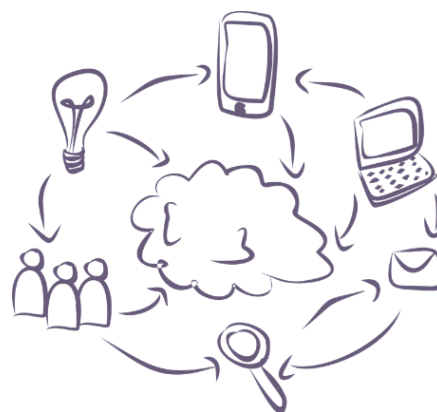
2

A continuación poñemos o traballado en común e recolleemos:

- En que se basea a popularidade das mulleres? E a dos homes?
- De que falan, que comunican, ou que roles representan os homes e as mulleres?
- Gustaríavos parecervos a eses modelos que presentastes? A cal deles/delas? Por que?
- Mantéñense estereotipos de xénero nestes referentes? por que?
- Existen outros casos que rachen cos estereotipos tradicionais? Cales?

Pistas para a reflexión

Os **estereotipos** son ideas, prexuízos, crenzas, imaxes e opinións simplificadas, fortemente asumidas polo grupo e o medio social e cultural, moitas veces consideradas inmutables e naturais.



Os estereotipos de xénero están socialmente moi implantados con respecto ás funcións, características e comportamentos que teñen que cumprir e realizar homes e mulleres en todos os ámbitos da súa vida, e contribúen a construír unha identidade ríxida de ser home e ser muller, outorgando maior valor a todo o considerado masculino (características, roles e espazos masculinizados). A isto súmase unha invisibilización das mulleres como referentes en todos os ámbitos públicos (cultura, deporte, etc.).

Os estereotipos de xénero reforzan o imaxinario simbólico das nosas sociedades, unha serie de sutís crenzas, actitudes e comportamentos que normalizan a diferente consideración do considerado feminino e masculino. Un dos elementos clave polo que a socialización diferenciada por sexo xera desigualdades é esa a xerarquización, é dicir, o maior recoñecemento, autoridade e valorización social que recibe todo o considerado masculino. Isto vai derivando nunha desigual ocupación de espazos, que xera unha fenda social, salarial, redistributiva, de recoñecemento e de acceso a certos dereitos e espazos de poder.

O machismo é a norma. Non nacemos séndoo, crecemos nunha sociedade machista que vai impoñendo mensaxes sexistas e desiguais. Mensaxes e discursos que normalizamos e imos dando por certos e irrefutables, base da construción das nosas vidas.

Isto obsérvase de maneira moi clara e directa en moitos elementos simbólicos, como os contos, as letras de cancións, os guións de películas e series, os videoxogos, o uso da linguaxe e a maneira na que a publicidade representa ás mulleres. Conectando coa realidade dos noso mozos e moza, podemos ver como todos estes elementos se reflicten de igual modo nas redes. Hoxe en día os e as "influencers" de Instagram e youtubers son referentes/modelos a seguir para a mocidade. Analizando as calidades que as sitúan nesa posición de referentes, vemos que seguen estando marcadas por estereotipos de xénero. Así, a maioría das "influencer" mulleres o son pola súa beleza ou por estar vencelladas á moda, tratan temas sobre como gustar aos mozos, dan consellos de beleza ou de roupa. No caso dos youtubers homes máis seguidos, están vencellados aos videoxogos, novelas, películas, á tecnoloxía e tamén por dar consellos para ligar dende unha óptica machista.

"Dos 10 youtubers máis seguidos en 2018 en fala hispana, 8 son homes e 2 son mulleres, e estas non se atopan nos primeiros postos. Disto dedúcese que os homes e os seus gustos son seguidos tamén por mulleres pero non parece pasar á inversa" (Oliveira, Chris e Traba, Amanda, 2018).

Malia isto, o espazo virtual tamén permite atoparse con referentes que non se adaptan a estes estereotipos sexistas e crean contido alternativo e comprometido, como poden ser PsicoWoman (educadora sexual e feminista), Aymé Román (difusora da teoría feminista), Isabel Calderon (crítica de cine e literatura), etc.

É necesario facer unha análise crítica da nosa contorna para desaprendelo: poñernos as gafas violetas do feminismo que visibilizan unha realidade de opresión e desigualdade baseada no xénero. Cada día, en cada espazo, podemos facer moito.

Alternativa 2.1. Vamos contar outros contos

Dividímonos en grupos. A cada grupo se lle reparte un parágrafo dun conto infantil e explicamos que deben responder as seguintes cuestións:

- Que personaxes aparecen? Homes e mulleres?
- Que características físicas e de personalidade ten cada un ou cada unha delas?
- Como se comportan homes e mulleres?
- Como é a relación de amor que nos mostran?
- No conto, que destacariades como aspecto positivo de cada un deles? E negativo? Por que?
- Quen son as personaxes malvadas nestes contos? Como son?

A continuación cada grupo presenta o traballado e facemos unha reflexión final:

- Comparado coas series e películas que vemos agora: saen personaxes semellantes? Para homes? Para mulleres?
- Que supón que se reproduzan e se repitan estes modelos e mensaxes sexistas en tantos espazos?
- Podemos atopar modelos que rachan con estes estereotipos de xénero? Onde? Por que atopamos poucos modelos diversos e máis igualitarios?

Pistas para a reflexión

Nos contos clásicos as personaxes femininas e masculinas están estereotipadas, igual que os comportamentos e as características emocionais que se lles atribúe. Representan os modelos tradicionais da masculinidade e a feminidade.

A pesar de que moitas cousas mudaron, gran parte destas características e mensaxes seguen a reproducirse. Para elas a énfase na súa beleza e a procura do amor e a parella como un fin primordial. Incluso nas películas nas que a protagonista é unha moza independente, o amor segue a ser un obxectivo central na súa historia e o fin máis importante na trama. Para eles ser valentes, agresivos, conquistadores e duros segue a ser a máxima en todas as historias, o coidado e os sentimentos non adoitan amosarse como parte central da súa historia, e o amor aparece como unha parte máis da súa historia sen a centralidade que se lle outorga no caso das mulleres.

Dinámica 4. E a publicidade, que?

Obxectivos didácticos específicos

- Analizar a representación que se fai de homes e mulleres na publicidade e revisar con mirada crítica as mensaxes sexistas que impoñen.
- Reflexionar sobre os efectos que isto ten no noso imaxinario e na construción de modelos de referencia.

Espazo e recursos

- Proxector
- Revistas de moda
- Papel continuo
- Tesoiras
- Presentación "Publicidade"
- Ficha de análise (anexo)

Materiais asociados

Domínguez, Yolanda (2015). Niños vs Moda, vídeo accesible en:

<https://yolandadominguez.com/portfolio/ninos-vs-moda/>

Metodoloxía

1

Dividímonos en grupos de traballo. A cada un deles repartímoslle exemplos da publicidade recollida na presentación de "Publicidade" (recollido no apartado "Outros recursos"). Tamén o podemos facer a partir de publicidade que elas/es mesmas/os busquen.

O grupo deberá cubrir unha ficha de análise (anexo) na que se cuestiona sobre os produto, o potencial consumidor/a, as personaxes que aparecen, pedindo a descrición física e dos roles que asumen, así como a historia que nos queren vender.

2

Compartimos o resultado dos nosos traballos e imos reflexionando sobre como a publicidade nos vende unha realidade moi ligada aos estereotipos e mandatos de xénero, preguntámonos:

- Que modelo de beleza nos mostra e nos vende para homes e para mulleres? É sempre a mesma?
- E que pasa coas mulleres diversas: fracas, gordas, novas, vellas, doutras etnias, onde están?
- Para que produtos se emprega maioritariamente a figura de mulleres? E de homes?
- No caso de anuncios nos que as mulleres aparecen como obxectos e/ou hipersexualizadas para vender produtos que nada teñen que ver, atopastes algún anuncio que faga o mesmo cos homes? Por que?
- Que cousas vos chamaron máis a atención?

- Credes que estas mensaxes constantes teñen algunha consecuencia nas nosas vidas? Inflúenos na nosa maneira de mirar a realidade?

3

A continuación proxectamos o vídeo "Niños y moda" (Yolanda Domínguez) onde se recolle como estes anuncios marcan a mirada de nenos e nenas respecto os papeis de homes e mulleres. Recollemos as impresións e valoracións do alumnado.

4

Como peche, poñemos algún anuncio de publicidade que buscan un cambio na representación: H&M ou Gafas Mo (en "Outros recursos"). E para dar continuidade a esta dinámica, podemos propor que sexan elas e eles mesmos os que elaboren un anuncio publicitario non sexista, con produtos de limpeza, moda, coches, bebidas, etc.

Pistas para a reflexión

O discurso social non é igualitario. Os medios de comunicación son industrias reprodutoras e creadoras de "realidade". Representan aquilo que lles interesa para vender e ao facelo crean imaxinarios colectivos e referentes, modelos que conforman as nosas aspiracións, condicionando a nosa maneira de ver o mundo.

Os medios de comunicación son instrumentos de gran influencia no proceso de socialización diferenciada, transmisores dos estereotipos de xénero. Estes medios reproducen mensaxes sexistas, racistas, clasistas, mostrando modelos de mulleres e homes que se axustan ao socialmente establecido polos mandatos de xénero.

Os datos desvelan que as mulleres seguen sendo representadas como amas de casa, como obxecto de pracer masculino, como seres pasivos cuxo valor se mide polo seu aspecto. No caso da publicidade de roupa aparecen moitas veces desparramadas, débiles, tiradas, deprimidas e sufridoras, case nunca mulleres ríndose, divertíndose ou facendo actividades diferentes. Seguen primando roles tradicionais: ser nai, avoa, moza, amante, sogra ou esposa.

Tamén os homes, en xeral, son representados seguindo estereotipos como a forza, a acción, a aventura e a dominación, ausentes no coidado. Pero eles ademais aparecen nunha maior variedade de roles e situacións de vida. Permíteselles ser algo máis.

As mulleres son o principal público obxectivo das campañas publicitarias, dada a súa dobre condición de compradoras de produtos para o seu uso e para o uso doutras persoas da súa familia.

Así a publicidade é sexista cando:

- Crea modelos que consolidan roles de xénero tradicionais. Muller, na esfera de coidado e os homes na esfera pública e aventura.
- Mostra unha imaxe da muller asociada a uns estándares de beleza pouco reais: brancas, novas e delgadas. Non aparece diversidade de idade, etnia, corpos, capacidades diversas.
- Representa imaxes de control, dominación, ou incluso violencia, do home sobre a muller, xa sexa física, social ou laboralmente, situando á muller en posición de inferioridade.

- Orienta á muller aos produtos relacionados co coidado, o fogar e a produtos relacionados co seu corpo que fan énfase nas "imperfeccións" que hai que corrixir para chegar a ese estándar irreal de beleza imposto (adelgazar, engurras, canas, celulite...).
- Emprega a muller como obxecto sexual e hipersexualizado, utilizando o seu corpo, ou partes del, como reclamo de obxectos e produtos, dirixidos tanto a mulleres como a homes.

A publicidade actúa cun fin de persuasión, mantendo e alentando falsas necesidades cunha presión e presenza constante que se estende a todos os ámbitos sociais. Esta presión non admite diálogo e esixe, pola nosa parte, unha dobre tarefa de atención e resistencia. En primeiro lugar, a de diverxer dos roles tradicionais impostos e, en segundo lugar, a discrepar do discurso consumista.

Anexo. Táboa para a análise de anuncios publicitarios.

Marca:	
Que nos vende? Descríbide o produto	
A quen vai dirixido? Indicade a quen credes que vai dirixido o produto, en quen está pensando a marca como posible consumidor/a.	
Quen aparece na imaxe? Descríbide ás persoas que aparecen: xénero de cada personaxe, idade aproximada, características físicas...	
Quen diríades que é a personaxe protagonista?	
Que fan cada un/ha? Descríbide os roles e cal credes que é a historia que nos tratan de mostrar ou vender.	

Dinámica 5. Xogamos?

Obxectivos didácticos específicos

- Visibilizar como funciona o proceso de socialización diferenciada, e como este se produce dende a infancia.
- Reflexionar sobre os efectos que isto ten na nosa aprendizaxe e no noso imaxinario.
- Analizar a representación que se fai de homes e mulleres nestes axentes de socialización.

Espazo e recursos

- Catálogos de xoguetes
- Papel continuo
- Rotuladores
- Tesoiras
- Cola
- Encerado
- Proxector
- Anuncio "La muñeca que eligió conducir"



Materiais asociados

Audi (2016). *La muñeca que eligió conducir*. Accesible en: <https://www.youtube.com/watch?v=V-siux-rWQM>

Cordón Cañero, Carmen (2010). *15 años de juguetes no sexistas, no violentos*. Instituto andaluz de la mujer. Accesible en: http://www.juntadeandalucia.es/institutodelajuventud/sites/igualat/images/descargas/15_años_de_juguetes_no_sexistas.pdf

Instituto andaluz de la mujer (..). *Decálogo para elegir juegos y juguetes no sexistas, no violentos*. Accesible en: http://www.juntadeandalucia.es/institutodelajuventud/sites/igualat/images/descargas/decalogo_juguete_no_sexista.pdf

Suárez, Laura (2017). *El sexismo en los catálogos de juguetes*. Huffingtonpost. Accesible en: <https://www.huffingtonpost.es/2017/11/24/el-sexismo-en-los-catalogos-de-juguetes-a-23287096/>

Metodoloxía

1

Facemos grupos de traballo, repartindo catálogos de xoguetes e materiais para a elaboración dos murais. O mural debe recoller, por un lado, os xoguetes que nos venden dirixidos principalmente a nenas, por outro, os xoguetes dirixidos a nenos. Deben enriquecer o mural indicando arredor dos xoguetes, a modo de choiva de ideas:

- Que habilidades potencian?

- Que valores promoven?
- Que tipo de actividades invitan a facer?

2

Cando se rematen os traballos cólganse os murais na aula e todo o alumnado debe revisar o traballo dos outros grupos. Reflexionamos en plenaria:

- Os xoguetes que nos venden son os mesmos para nenos e nenas?
- Como sabedes que xoguetes do catálogo van dirixidos aos nenos ou ás nenas?
- Que actividades convidan a facer? Que habilidades e valores potencian?

Reflexionamos sobre o feito de que esas palabras que foron escribindo no mural son os mandatos que recibimos diariamente sobre como nos debemos comportar.

3

Afondando no debate, cuestiónase:

- Por que non aparecen rapaces xogando a facer abelorios, coidado de bonecas bebés ou como perruqueiro/maquillador?
- Hai algunha razón para que os xoguetes que nos venden sexan diferentes para nenas ou para nenos?
- Hai algún xoguete que vendan para nenos ao que unha nena non poda a xogar é viceversa?
- De onde vén entón está diferencia?
- Que consecuencias ten isto para os nenos e as nenas? Como inflúe isto na nosa forma de pensar, de actuar, de "elixir"?

COMO SABER SI UN JUGUETE ES PARA NIÑOS O NIÑAS: UNA GUÍA



4

Por último, proxectamos o anuncio de "La muñeca que eligió conducir" (Audi, 2016) e pechamos preguntando que lles parece, e reflexionando sobre se é posible promover outro tipo de mensaxes máis igualitarios, ampliando a nosa realidade.

Tamén podemos proxectar o vídeo "Sexismo en los juguetes" (Huffingtonpost, 2017), e traballar sobre el.

Alternativa 5.1.

Podemos facer o mesmo exercicio de análise pero cos videoxogos. Pedímoslles que nos sinalen cales son os videoxogos que máis lles gustan e imos apuntándoos no encerado (sería interesante poder recoller estas respostas separadas por sexo para poder identificar diferenzas). Reflexionamos sobre o seu contido, analizando un por un os videoxogos máis nomeados:

- Nestes xogos quen son os protagonistas? Cantos homes e cantas mulleres? Que papeis/roles teñen?

- Como é o aspecto físico e como van vestidas as personaxes destes videoxogos (homes e mulleres)? Como son fisicamente?
- Que características se lle atribúen ás mulleres no videoxogo en xeral? E aos homes?
- As mulleres representadas nestes xogos, teñen algo que ver coas mulleres reais?
- Que é o que tedes que conseguir neste videoxogo para gañar? (violencia, construción, habilidade...)
- Xogades a videoxogos protagonizados por personaxes doutro sexo ao voso?

Se non saen na listaxe, podemos preguntar polos videoxogos violentos como "Grand Theft Auto" no que dá puntuación matar a prostitutas, atropelar peóns, malleiras, etc., ou o "Manhunt", cheo de matanzas: que pasa con estes xogos?, inflúennos nalgo xogar a eles?, por que?.

Pistas para a reflexión

O xogo é unha actividade fundamental para o desenvolvemento durante a infancia, agradable e estimulante, e un medio fundamental para impulsar a aprendizaxe, xa que durante o tempo que as crianzas dedican ao xogo están aprendendo, experimentando, explorando e descubriendo a súa contorna.

Malia isto, tamén se converte nun instrumento para assimilar a realidade desigual, fomentando os roles e comportamentos de xénero e modos de relación diferenciada.

O proceso de socialización diferenciada por sexo a través dos xoguetes constrúe unha realidade que fomenta actividades, habilidades e gustos diferentes en nenos e nenas, con máis valor social daquelas que son adquiridas a través dos xogos considerados masculinos, por este motivo cuestiónase máis que os nenos accedan aos xogos tradicionalmente considerados femininos (xogar ás bonecas, por exemplo), que o feito de que as nenas accedan aos masculinos (xogar a xogos de construción, por exemplo).

NENAS	NENOS
- Coidado bebés.	- Vehículos: coches, motos, circuítos, Scalextric, pistas.
- Traballos domésticos e de coidado a outras/os.	- Mecanos, construcións, máquinas, electrónica, videoxogos.
- Beleza, maquillaxe, barbería.	- Ferramentas, bricolaxe.
- Abelorios.	- Aventura, exploración.
- Fadas, maxia, princesas.	- Armas, guerras, loita.
- Bonecas, roupa.	- Superheroes.
- Xogos con máis regras.	- Xogos máis bruscos e con maior contacto físico.
- Xogos de grupos reducidos.	- Xogos con menos verbalización.
	- Xogos en grupo que se dan para espazos exteriores.

A través desta imposición e aprendizaxe, nenas e nenos acaban asumindo os roles, habilidades e valores asociados; así como a xerarquía de valor entre unhas e outras actividades e funcións sociais. Facemos que perciban mundos diferentes, que pensen e fagan cousas diferentes, que non poidan desfrutar e sentir a totalidade das posibilidades que temos os seres humanos, senón só a metade que nos asignaron en función do noso sexo.

O xogo na adolescencia céntrase en gran parte nos videoxogos. Hoxe en día case a metade da poboación é usuaria de videoxogos, predominando os homes fronte ás mulleres e a mocidade fronte ás persoas adultas.

Ao igual que ocorre cos xogos tradicionais, moitos dos videoxogos seguen reproducindo contidos sexistas. Así mesmo, existe unha diferenza por sexo entre os videoxogos que empregan os rapazos e as rapazas, que responde de forma clara coa construción tradicional de xénero. É dicir, dáse unha fenda dixital de xénero tanto nos usos que fan mozas e mozos ao navegar pola rede, coma na reprodución que fan dos estereotipos e discriminacións de xénero nos produtos que se lles ofrecen.

No ámbito do videoxogos existe un maior peso de mozos que mozas, xa que moitos destes xogos seguen dirixindo a mirada cara un modelo de masculinidade tradicional que limita o acceso das mozas a este ámbito ao non identificarse co seu contido, aumentando a fenda dixital de xénero e o achegamento das mozas a este espazo tecnolóxico.

Neste ámbito, masculinizado, reproducense dunha forma moi marcada as discriminación de xénero que se dan na nosa sociedade. Un exemplo disto o dan Chis Oliveira e Amanda Traba na súa obra *Am@me* (2018), onde trasladan o experimento que se fixo con xogadores en rede "no que se lles pediu a campións que xogasen partidos baixo un nome feminino ficticio. Ao facelo encontraron que, malia xogar coa mesma pericia, os insultaban chamándolles "chupamandos", os increpaban por xogar mal a xuízo dos competidores. Obviamente non xogaba peor, eran os mesmos xogadores, aos que insultaban unicamente por que os identificaban como mulleres", reproducindo "estratexias de exclusión das mulleres dos mundos considerados masculinos, facéndolles ver que son consideradas "intrusas".

Malia todo, os videoxogos poden ser unha ferramenta educativa sempre e cando rachemos cos contidos violentos, sexistas e racistas e coa invisibilización e actitudes discriminatorias cara as mulleres ou invisibilizándoas. Xa que temos que convivir con eles, o mellor é empregalos desenvolvendo unha mirada crítica, seleccionándoos e promovendo contidos e acceso máis igualitarios.

Dinámica 6. O paseo da fama

Obxectivos didácticos específicos

- Identificar o sexismo normalizado que se dá no cine
- Destapar os tópicos sexistas que se naturalizan a través das películas.
- Desenvolver unha mirada crítica á hora de mirar os contidos dos medios de comunicación.

Espazo e recursos

- Proxector
- Película/s
- Encerado ou papel continuo

Materiais asociados

Canino (30 de agosto de 2016) *Personajes femeninos a examen: 6 herramientas para evidenciar el sexismo*. Accesible en:

<https://www.caninomag.es/los-personajes-femeninos-examen-6-herramientas-evidenciar-sexismo/>

Vega, Rocío (11 febreiro 2016) *5 tópicos sexistas que estoy harta de ver en la ficción*. Accesible en:

<http://www.rociovega.es/5-topicos-sexistas/>

Metodoloxía

1

Proxectamos na clase unha película para a súa análise. Podemos seleccionar nós previamente a película ou facer unha enquisa entre o alumnado para identificar aquela que sexa máis popular (podemos empregar ferramentas de enquisa online como Mentimeter).

2

Dividimos en pequeno grupo para que vaian aplicando á análise da película os diferentes test (ver anexo Test para analizar películas), promovendo o debate. Compartimos en plenaria os resultados. Repasar os tópicos sexistas, tan comúns nas películas e series (ver anexo Tópicos sexistas no cine).

3

Ampliando o foco da mirada, pedimos que nomeen outras películas e as imos anotando no encerado. Se fixemos previamente a enquisa, recuperaríamos as películas que saíron. Imos propondo os seguintes interrogantes de reflexión:

- Credes que o analizado dáse en moitas películas a día de hoxe? Poderíamos aplicalo a outras películas das que saíron?
- Nestas películas quen sae máis representado, homes ou mulleres? Por que sendo as mulleres a metade da poboación están tan ausentas nas películas?
- Canto diálogo teñen as personaxes masculinas e canto as femininas?

- Pensade cantas películas coñecedes nas que as mulleres sexan as protagonistas e cantas nas que o sexan os homes?

Só o 22% das personaxes protagonistas das cintas máis vistas do 2015 eran mulleres. Chama máis a atención se temos en conta que non había tantas personaxes principais femininos dende o ano 2002. (<https://www.caninomag.es/los-personajes-femeninos-examen-6-herramientas-evidenciar-sexismo/>)

- Que tipo de películas son?

Soen encontrarse mulleres protagonistas en cintas que reproducen os roles e estereotipos de xénero: comedias, sobre todo románticas, e en películas de acción e entretemento baseadas en novelas dirixidas a poboación moza-adulta. (<https://www.caninomag.es/los-personajes-femeninos-examen-6-herramientas-evidenciar-sexismo/>).

- Respecto aos estereotipos de xénero que vimos, como están tratadas as personaxes femininas?
- Os papeis que representan responden a roles de xénero (nais, esposas ou mozas de personaxes masculinas)?
- Como son fisicamente e como se mostran as personaxes femininos?

Segue sendo unha constante a imaxe da muller obxecto e a hipersexualización das personaxes femininas. Nun estudo das películas das últimas décadas descubriuse que o 26,2% das personaxes femininas aparecían medio espidas ou espidas fronte ao 9,4% das personaxes masculinas. (<https://www.caninomag.es/los-personajes-femeninos-examen-6-herramientas-evidenciar-sexismo/>).

- Que pasa coa diversidade, que pasa se analizamos as películas preguntándonos se hai protagonistas doutras etnias, con discapacidades, idades...?
- Eramos conscientes de todo isto antes? Por que non? Que supón isto?

4

Podemos poñer como tarefa que, unha vez que xa coñecen os tests e os tópicos sexistas, a primeira película que vexan fóra da aula a analicen e na seguinte sesión expliquen o que identificaron, e o debate que puideron xerar na casa.

Anexo. Test para analizar as películas

Recollemos os test e reflexións sinaladas por varias blogueras en novas en internet realizaremos esta dinámica

<https://www.caninomag.es/los-personajes-femeninos-examen-6-herramientas-evidenciar-sexismo/>

<http://www.rociovega.es/5-topicos-sexistas/>

Test Bechdel

Test que foi creado en 1985 a través dun cómic da debuxante Alison Bechdel. Na viñeta, unha muller lle comenta a outra que nunca vai ao cine a ver unha película se non cumpre coas seguintes 3 condicións:

1. Debe mostrar a lo menos dúas mulleres na pantalla
2. Estas dúas mulleres deben falar entre elas.
3. A conversación debe xirar arredor de algo diferente a un home

En 2016, só o 60% das películas cumprían estas 3 sinxelas premisas. Limitando ás 200 cintas con máis recadación da última década, a porcentaxe redúcese ao 47%.

Este test non busca catalogar unha cinta como feminista, senón que só valora a presenza de mulleres nas películas. Non nos fala do seu protagonismo, do contido da súa personaxe nin da súa diversidade.

Así, hai películas marcadamente machistas, como por exemplo "Pretty Woman" (1990) que a pasan e outras como "Los hombres que no amaban a las mujeres" (2011) que se ben está chea de personaxes femininas interesante e complexas, falla por non contar cunha escena na que falen entre elas.

Test da lámpada sexy

Naceu como unha broma da guionista Kelly Sue Deconnick e acabou converténdose nun test para catalogar a complexidade que se lle dá ás personaxes femininas.

"O test contempla só un requisito: o de que a túa personaxe feminina non poda ser reemplazada por unha lámpada sexy sen que isto afecte ao argumento. Se a túa personaxe é plano e o seu único sentido é o de servir de recurso para facer avanzar ao argumento, entón non hai ningún motivo polo que debas contratar a unha actriz. Unha lámpada ataviada con pouca roupa pode facer o traballo á perfección".

Aínda que nos poda parecer desproporcionado, se as analizamos hai unha grande cantidade de películas cuxas mulleres resultan ser obxectos ao servizo do argumento da personaxe masculina protagonista, a muller só serve para detonar a acción e motivar ao heroe a facer algo.

Películas como **Deadpool** (2016) ou **Iron Man** (2008)

Test da “forza relativa”

O feminismo propón a necesidade de “personaxes femininos fortes”, un termo que busca ter como referentes “personaxes tridimensionais, con presenza e importancia no argumento dunha obra”. Sen embargo, é un concepto que foi tan amplamente malentendido e pervertido que acabo converténdose nun tópico cunha forte carga sexista.

Así moitos “guionistas e críticos parecen empeñados en crer que unha personaxe “forte” debe selo en termos físicos, e senón, a lo menos, en termos que tradicionalmente se aplicaron a personaxes masculinas. Asumen que unha personaxe feminina forte é aquela que sabe loitar “case” como un home, beber “case” a mesma cantidade de alcol e se comportan “case” coa mesma agresividade. Que as personaxes femininas son as que son todo un macho. Non todo, “case” todo, por que ademais teñen que ser sexys e atractivas”.

O concepto de “forza relativa” foi desenvolvida por Carina Chocano para a revista cultural do *New York Times* no ano 2011. Neles, “intentaba explicar a importancia desas personaxes que non son consideradas “fortes” pero que son de grande importancia polo seu realismo, protagonismo e, sobre todo iso, porque non están escritos a partir da visión de forza dun home. Chocano considera esta forza unha “forza relativa””.

“No cine, especialmente no de acción, comezaron a introducirse mulleres só polo seu atractivo e a reducilas a tópicos que explotaban moitos dos estereotipos masculinos”. En contra disto, propón buscar personaxes que conseguen “reflectir a verdadeira forza ou debilidade dunha muller dando importancia ás súas virtudes polo que son e non por que podan facela máis similar” ao modelo hexemónico de ser home.

Exemplos de boas prácticas da “forza relativa” son películas como *Sufragistas* (2015), *As horas* (2002) ou series como *The Good Wife* ou *The Fall*.

Test “muller no frigorífico”

Busca realizar un análise sobre o trato violento que se lles dá ás mulleres no cine. Este test foi creado Gail Simone, guionista de cómic, e “serve para poñer de manifesto a grande cantidade de veces que as mulleres son agredidas, violadas, incapacitadas, torturadas ou asasinadas na pantalla, simplemente para buscar a reacción dunha personaxe masculina”.

Está inspirado nunha viñeta dun cómic de Lanterna Verde de 1994, onde Lanterna Verde descobre á súa moza morta nun frigorífico, e é empregado para que se inicie a vinganza.

É brutal a cantidade de veces que “o sufrimento dunha muller no cine ou na televisión preséntase como unha desgraza, non para ela, senón para o seu compañeiro que se ve obrigado a contemplalo”. Hai unha gran facilidade e normalización do feito de como “se acepta que o centro da escena non sexa a vítima senón o protagonista masculino que o escoita ou contempla”.

Exemplo perfecto dunha serie que non pasa o test é Xogo de Tronos (violación de Sansa dende o punto de vista non do sufrimento dela, senón de un Theon horrorizado que se dá conta de que debe cambiar de actitude).

Isto é moito máis común do que podemos pensar, a propia autora do test, Gail Simone, ten unha páxina web (<http://lby3.com/wir/women.html>) onde recolle centos de exemplo. Como di a propia Simone: facer a listaxe é sinxelo, o difícil é atopar excepcións.

Test de furiosa

Este test "pretende deixar a un lado a análise de personaxes, tramas e arcos e funcionar como garante de que as cintas que o pasan son indiscutiblemente rompedoras e feministas. Para pasar o test de Furiosa só debe darse unha condición: que os membros dos grupos machistas/trolls de internet estean obsesionados con boicotearte".

O test, que debe o seu nome á protagonista de *Mad Max: Furia en la carretera* (2015) que sufriu un boicot simplemente polo feito de que a protagonista era unha muller. O mesmo sucedeu co estreo de *Cazafantasmas* (2016) ou *Wonder Woman* (2017).

Test Russo (<https://www.lesbiana.es/2018/11/02/test-de-vito-russo/>)

Vito Russo (1946-1990) foi un activista LGBT+, historiador cinematográfico, escritor e cineasta estadounidense. Creou este test como unha ferramenta para guiar ás/aos cineastas á hora de crear personaxes LGBTI multidimensionais. Serve tamén para analizar a presenza e representación de personaxes LGBTI nas películas. Establece 3 cuestións fundamentais para que esa representación sexa adecuada:

- A película debe incluír, a lo menos, unha personaxe que se identifique como LGBTI.
- Esta personaxe non debe ser definido unicamente pola súa orientación sexual ou identidade de xénero. A diferenza respecto ás outras personaxes non debe residir só na súa pertenza á comunidade LGBTI.
- A personaxe LGBTI debe ser tan relevante que a súa desaparición tería un efecto significativo na historia.

Durante o ano 2016, as grandes produtoras estadounidenses estrearon 125 películas. Só 23 (18.4%) de elas inclúen personaxes LGBTI. Ademais, 10 destas producións brindan menos dun minuto en pantalla a estas personaxes, segundo o *Studio Responsibility Index* realizado por GLAAD.

Anexo. Tópicos sexistas no cine

Tamén atopamos no cine numerosos tópicos sexistas que serven para reforzar os estereotipos de xénero. Convidámosvos a revisar o traballo de Rocío Vega (2016), escritora de novelas de fantasía e ciencia ficción, sobre os tópicos sexistas na ficción (<http://www.rociovega.es/5-topicos-sexistas/>)



1. Detrás do talento ou habilidade «pouco feminino» dunha muller sempre hai un home.

2. “Eu non son como as outras mozas” / “Pelexas como unha chica”

“Cando unha muller di isto, intenta diferenciarse da feminidade, debilidade” ou superficialidade das outras mulleres, incidindo no menor valor destas calidades sobre as que ela ten, que por suposto son as consideradas masculinas.

3. “É boa para ser unha rapaza”

4. A protagonista non ten amigas ou compite con outra muller por un home.

Estereotipo clásico de que as mulleres son inimigas das outras mulleres, son celosas e envexosas.

Non existen moitas historias nas que dúas mulleres, ou máis, son amigas e manteñen esa amizade ao longo do tempo, que se respectan e se apoian, sen importar se unha é máis guapa ou máis lista, ou se as dúas lles gusta o mesmo mozo.

Sen embargo, é moi común que un protagonista masculino teña un mellor amigo que o acompaña e non o traizo.

Outros mandatos sexistas típicos son:

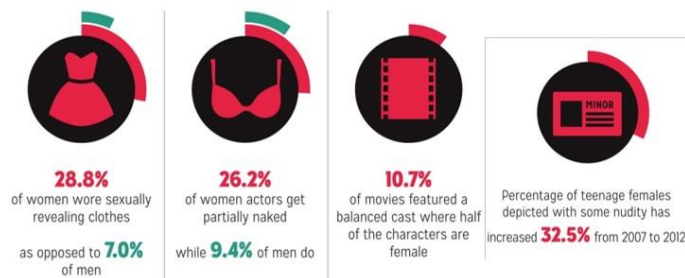
Eles envellecen, elas non: as actrices como media están emparelladas na metade das súas películas con actores 15 anos maiores que elas (Emma Stone, Jennifer Lawrence e Scarlett Johansson). Non hai moitos papeis protagonistas para mulleres a partires dos 35 anos.

“Cine de mulleres” versus cine sobre mulleres: pese a que as mulleres somos máis da metade da poboación as películas que xiran en torno a personaxes femininas nunca son consideradas como películas universais. As mulleres temos que identificarnos coas personaxes masculinas como referentes pero non sucede o mesmo á inversa.

Doncela en apertos: segue sendo unha constante nas películas, sobre todo as de acción, típica imaxe duna moza inocente e cándida, guapa e cunha personalidade simplificada, cuxa existencia redúcese a esperar que a rescaten. En canto a muller cae en mans do malvado, queda totalmente inválida ata que aparece o heroe salvador.

Se hai unha antagonista feminina, será outra personaxe feminina a que pelexe con ela. Aínda nos casos nos que a antagonista é unha superheroína, unha loitadora temible ou unha asasina é pouco común que pelexe co protagonista masculino, senón que será outra muller a que se enfrente a ela.

Hai moitas máis mulleres valentes no mundo real que no cine: segue sen crearse referentes femininas globais de mulleres nas películas. É moi prexudicial que as nenas poidan aprender valores de personaxes masculinos pero os nenos e as nenas non teñan como referentes a mulleres valentes.



Dinámica 7. Os cuidados: cuestión de sexo?

Obxectivos didácticos específicos

- Recoñecer a importancia do cuidado para o mantemento da boa vida e ser consciente da súa dimensión social.
- Identificar a división sexual do traballo, o por que as tarefas de cuidado e reprodutivo seguen sendo impostas de forma maioritaria nas mulleres.
- Coñecer as consecuencias que esta dobre xornada das mulleres teñen na súa calidade de vida.
- Visibilizar a falta de corresponsabilidade no ámbito dos cuidados e o traballo reprodutivo
- Desenvolver unha actitude de corresponsabilidade respecto aos cuidados, tanto a nivel persoal como social.

Materiais asociados

- Cartel e cartas campaña *O cuidado e cousa de todos e todas* de Aliad Ulteira (dispoñible en "Materiais de apoio á actividade")
- De Blas, Alicia (s/d). *Crece con cuidados. El juego de la jenga*, InteRed. Dispoñible en:

http://redciudadaniaglobal.org/wp-content/uploads/2012/09/guiaJEGA_versión_web.pdf

Tarxetas para "El juego de la jenga". Dispoñible en:

http://redciudadaniaglobal.org/wp-content/uploads/2012/09/versionweb_Fichas_JENGA_.pdf

Metodoloxía

Inicialmente preguntamos ao grupo de que falamos cando falamos das tarefas de cuidado e recollemos as respostas.

En grupos pequenos se lles pide que debuxen en cartas a tarefa de cuidado e reprodutivo que cren que máis importante para a boa vida.

Recollemos todas as cartas debuxadas e as expoñemos no chan ou na parede.

Comezamos a preguntar ensinando as tarxetas:

- Cales destas tarefas son de autocoidado e cales son para o cuidado de outras persoas? (vamos colocándoas de forma separada en función da resposta)
- Quen realiza as diferentes tarefas?
- Canto tempo leva realizar cada unha das tarefas? Se tiveramos que pagar por elas, que custo tería? O cuidado pode medirse só en termos económicos?
- Quen debería ter responsabilidade de facelo? Todas e todos facemos estas tarefas?
- Credes que se da un reparto igualitario das mesmas nas familias e nas parellas?
- Cales realizan maioritariamente mulleres e cales homes? Hai algunha diferenza. (Mostramos as enquisas do uso do tempo respecto o cuidado a outras persoas e o traballo reprodutivo en

España) Que vos parecen estes datos? Que supón isto para a vida das mulleres? E dos homes? Por que credes que seguen sendo as mulleres as que dedican maior tempo ao coidado e o traballo reprodutivo?

Podemos mostrar o cartel de *O coidado é cousa de todas e todos* para falar sobre que efectos ten esta sobrecarga que soportan as mulleres sostendo traballo produtivo e reprodutivo (nivel emocional, físico, tempo, posibilidades formativas, de lecer...).

- Se existise un reparto igualitario entre os membros das familias e/ou parella que efectos tería?
- Quen credes que ten a responsabilidade de asumir estas tarefas? (destacar na reflexión a importancia da corresponsabilidade colectiva (das institucións públicas) cara o coidado)
- Que importancia credes que teñen estas tarefas a nivel de sociedade? Que pasaría se non se fixeran?

Para profundizar sobre o coidado e a súa importancia para o mantemento da vida recomendamos empregar material da ONGD InteRed (<https://www.intered.org/es/recursos>) e no caso de alumnado de secundaria é moi interesante o material do xogo da jenga

- De Blas, Alicia (s/d). *Crece con cuidados. El juego de la jenga*, InteRed. Dispoñible en:

http://redciudadaniaglobal.org/wp-content/uploads/2012/09/guiaJEGA_version_web.pdf

Tarxetas para "El juego de la jenga". Dispoñible en:

http://redciudadaniaglobal.org/wp-content/uploads/2012/09/versionweb_Fichas_JENGA_.pdf

Dinámica 8. Eliximos libremente

Obxectivos didácticos específicos

- Identificar a influencia da socialización diferenciada á hora de elixir estudos e profesión.
- Desmontar os argumentos que sitúan a nenas e nenos en aspiracións profesionais diferenciadas por xénero.

Espazo e recursos

- Encerado/papel continuo
- Internet
- Proxector
- Vídeo "Inspirando el futuro sen estereotipos"



Materiais asociados

MullenLowe London (15 marzo 2016). *Inspiring the future. Redraw the balance*. Accesible con subtítulos en español en: <https://www.youtube.com/watch?v=bb-pdl5tcwc>

Metodoloxía

1

En plenaria preguntamos que é o que lles gustaría estudar e a que profesión lles gustaría dedicarse. Imos recollendo as respostas en dúas columnas, separándoas por sexo sen dicilo. Cando teñamos todas as respostas preguntamos:

- Que diferenza hai entre as eleccións dunha e outra columna?
- Que sectores profesionais sinalan cada columna?
- Por que hai esa diferenza? De onde vén?
- Cando decidimos o que nos gustaría estudar ou ser, que nos inflúe na nosa decisión?

2

Sinalamos as ocupacións masculinizadas e feminizadas existentes na nosa comunidade (podemos ver a listaxe actualizada de Galicia e das provincias en http://emprego.xunta.es/cualificacions/10sibila_gl.html). En pequeno grupo, deben buscar no Google esa profesión en imaxes e reflexionar sobre o que atopan:

- Que atopamos ao buscar as profesións masculinizadas? (proxectamos as imaxes das profesións de Google na pantalla) Quen sae representado? Que tipo de imaxes hai? Quen a representa? E nas profesións feminizadas?
- Cales son as profesións e sectores máis valorados e mellor pagados hoxe en día? Son profesión masculinizadas ou feminizadas? E as profesións menos valoradas e peor pagadas?
- Credes que non ter referentes do outro sexo en certas profesións inflúe? Por que?

- Hoxe en día, existen presións ou comentarios se escollemos profesións que non se dean de forma ampla no noso sexo? Cales?
- Como podemos elixir libremente os nosos estudos e profesións sen estes mandatos de xénero e presións? Que sería necesario?

3

Como peche, proxectamos o vídeo "Inspirando el futuro sin estereotipos" (MullenLowe London).
Tras a proxección preguntamos:

- Que vos pareceu?
- Pensastes igual que os alumnos e alumnas do vídeo?
- Se puideramos facer o mesmo exercicio na nosa cidade, cales credes que serían os resultados? Por que?
- Por que alguén dixo que as mulleres estaban disfrazadas?
- Pasaría o mesmo se pediramos que debuxaran "teachers" "babysitters" ou "nurse"?
- Entón, inflúenos ou non as mensaxes e imaxes que nos envían durante a nosa socialización?

Dinámica 9. Onde están as mulleres?

Obxectivos didácticos específicos

- Exemplizar o androcentrismo e reflexionar sobre as súas consecuencias.
- Analizar o gran peso dos valores tradicionalmente asignados á masculinidade hexemónica na conformación da vida e poder social, político e económico.

Espazo e recursos

- Xornais
- Proxector
- Presentación imaxes androcentrismo (en outros materiais)

Materiais asociados

Martinro, Raquel (13 setembro de 2016). *Analizamos titulares sexistas en los medios*. Accesible en: <https://buhomag.elmundo.es/my-life/analizamos-titulares-sexistas-en-los-medios/>

Metodoloxía

1

Dividimos en grupos de traballo, entregando a cada un varios xornais e revistas de actualidade. Pídeselles que recorte e separen as noticias cuxos protagonistas sexan homes das que protagonizan mulleres.

Para cada unha das novas deben analizar:

- En que tipo de novas saen homes e mulleres
- Rol co que aparecen: persoas expertas, protagonistas das novas, vítimas ou agresoras, etc.
- Identificar por que motivos aparecen máis os homes e por cales as mulleres (profesión, sucesos, relacións...).

2

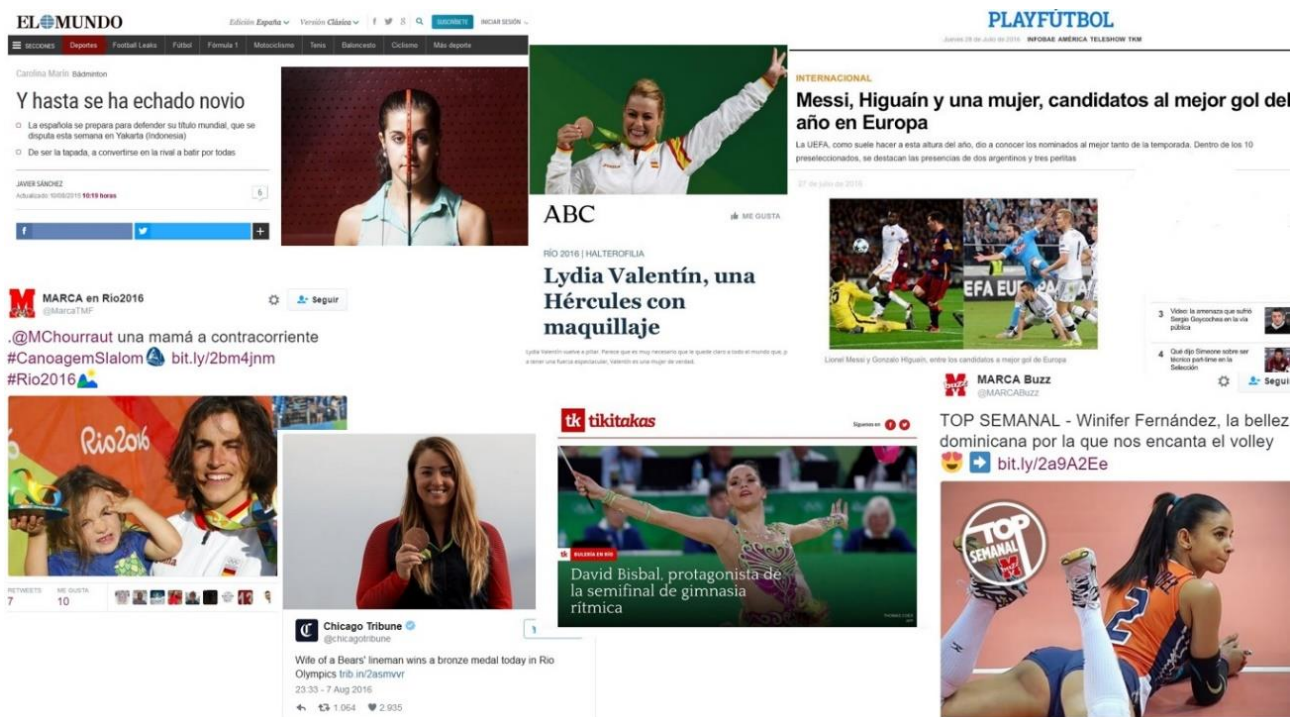
Compártese en plenaria o que se atopou, reflexionando sobre:

- Os roles nos que se representa a cada un deles. Por que hai esta sobrerrepresentación masculina en todos os campos? Reflexiónase se realmente este peso do masculino é real a día de hoxe.
- Agrupando as noticias onde as mulleres sexan expertas e/ou protagonistas e as novas onde o sexan os homes, reflexionamos sobre que supón que se lles dea maior presenza aos homes, contribuíndo a un imaxinario social que vincula o ámbito público e a autoridade coa figura masculina, consecuencia dun sistema machista e patriarcal. Preguntámonos sobre o impacto que ten que lle deamos maior visibilidade só á metade da poboación, á masculina.

- Seleccionamos algunha nova relacionada coa igualdade ou a violencia machista, e analizamos como a abordan.

3

Proxectamos exemplos de novas deportivas con discurso machista. Cuestionámonos por que cando saen mulleres en ámbitos tradicionalmente masculinos, como pode ser o deporte, atopamos tantos titulares e novas sexistas.



Pistas para a reflexión

O androcentrismo é a visión do mundo que sitúa ao home como centro de todas as cousas.

Esta concepción da realidade parte da idea de que a mirada, necesidades e experiencia masculina é a única posible e universal e, polo tanto, a única relevante e importante, xeneralizándoa a toda a humanidade, homes e mulleres.

O androcentrismo leva consigo a invisibilidade das mulleres e as súas experiencias, a negación dunha mirada feminina e a ocultación das súas achegas.

Por exemplo hai máis mulleres que homes no mundo, sendo as mulleres de orixe afro e asiáticas as máis maioritarias, entón, por que a humanidade está representada sempre por un home branco?

Así, hai androcentrismo cando o home se converte en "paradigma" do humano. É unha das características fundamentais das sociedades patriarcais.

Dinámica 10. As mulleres e os homes do futuro

Obxectivos didácticos específicos

- Imaxinar novas formas de ser homes e mulleres, que rachen co xénero tradicional e que mostren a súa diversidade.
- Crear modelos libres e iguais de mulleres e homes que sexan referentes para o seu futuro.

Espazo e recursos

- Papel continuo
- Rotuladores e pinturas
- Revistas, xornais...
- Tesoiras
- Cola



Metodoloxía

1

Dividímonos en grupos e repartimos material de traballo. Se lles pide que pensen e deseñen o home e a muller do futuro, imaxinando como serán. Deben representar a súa vida, debuxando unha imaxe del e dela e recollendo os seus principais aspectos:

- Como son?
- Que lles gusta facer no seu tempo libre?
- Os seus gustos?
- Os seus desexos a futuro?
- Como son as súas relacións e con quen?
- En que traballan ou lle gustaría traballar?
- Onde viven e como?

Recórdase que se trata do futuro, así que as posibilidades de imaxinación son ilimitadas. Pode ser interesante facer os grupos por sexo e que as mozas imaxinen o home do futuro e os mozos a muller do futuro.

2

En plenaria, cada grupo presenta o seu traballo e vaise comentando, convidando a soñar, na superación de todos os prexuízos, dogmas e deberías que fomos traballando ao longo das sesións anteriores. É un peche cunha mirada optimista e posibilista respecto a esa outra realidade que poden loitar por conseguir.