

unidade didáctica educación secundaria

8 DE MARZO 2011

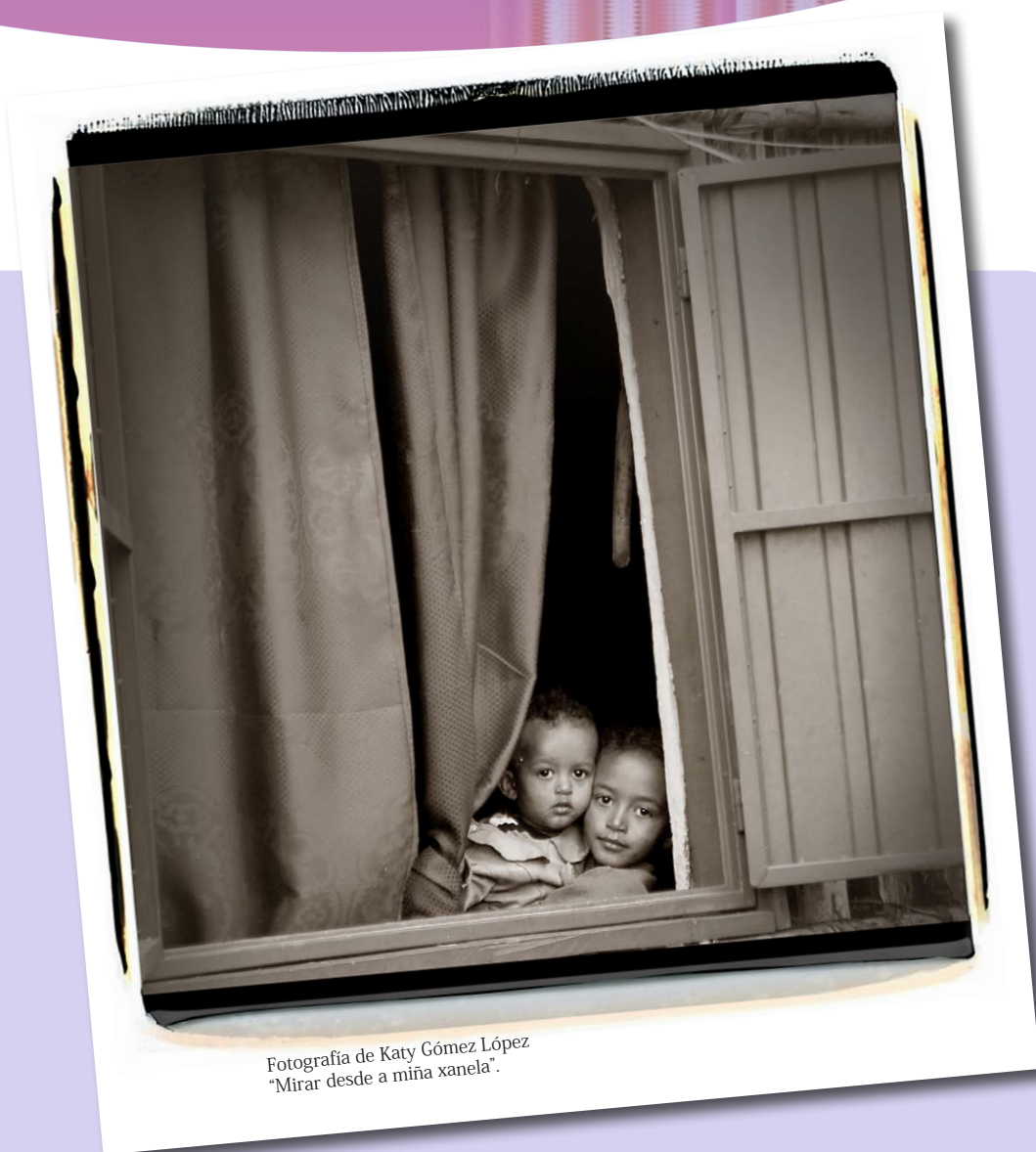


FAI
VER

8 de marzo (1911- 2011).
cen años de celebración



Área de Publicaciones
Confederación Intersindical



Fotografía de Katy Gómez López
"Mirar desde a miña xanela".

INTRODUCCIÓN

Como cada 8 de marzo, desde a Secretaría da Muller do STEG, ofrecémosvos unha serie de actividades para que as traballedes na aula. Para este ano a temática que preferimos traballar foi a Visibilidade das Mulleres, desde todos os ámbitos nos que as mulleres non son vistas ou son vistas de forma machista, con ollos que a transforman no que esta sociedade patriarcal-capitalista quere que sexa, como quere que sexa vista.

As mulleres foron invisibilizadas ao longo da historia, pois esta foi escrita por homes; este feito debe ser explicado ao alumnado. Pero de forma paralela a esta nova interpretación da historia na que as mulleres teñen un papel de co-protagonistas, é de vital importancia que o alumnado sexa crítico tamén co contexto no que se desenvolven e sexan partícipes da creación de medidas correctoras que visibilicen á muller no momento actual.

Non podemos deixar de camiñar para unha visibilización das mulleres tal e como somos, mulleres neste mundo!. Esperamos, que vos sexan de utilidade e nos sirvan para seguir cambiando as olladas.

OBXECTIVOS

- Comprender o concepto de visibilidade-invisibilidade.
- Crear espírito crítico ante a desigualdade entre homes e mulleres.
- Corrixir determinados aspectos da realidade a través dunha situación lúdica.

1

DETECTIUS PER UN DIA...



Imos realizar unha investigación.

Non necesitarás trasladarte a ningún lugar especial nin ter carné profesional.

Trátase de facer pescudas sobre as mulleres da túa familia.

Pregunta primeiro á túa nai, despois ás túas avoas e logo ás demais mulleres da túa familia, os nomes das mulleres que compoñen o espazo familiar.

ACTIVIDADE

- Confecciona unha árbore xenealóxica en feminino.
- Cando o visualizases, pregunta se houbo algunha antepasada túa que destacase nalgún aspecto: político, deportivo, artístico, artesanal, etc.



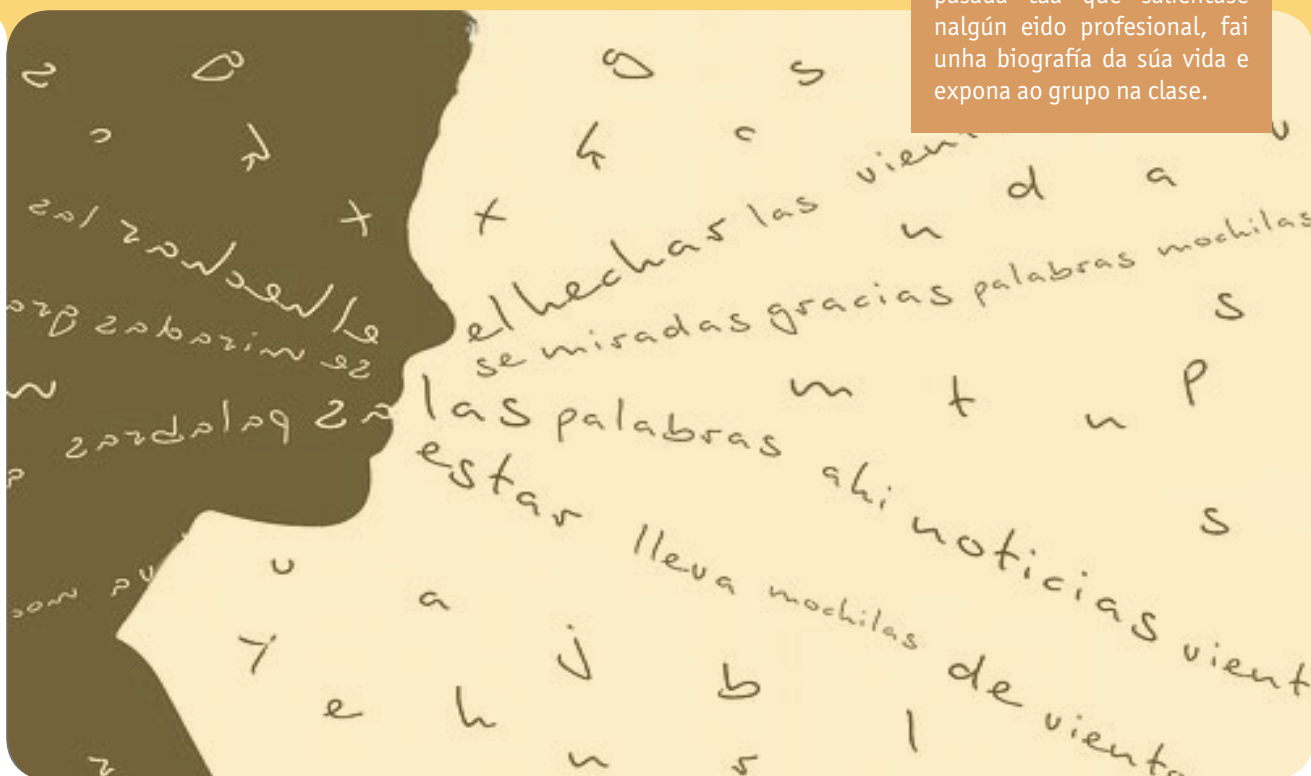
REFLEXIONA

Se non atopas ningunha ou se hai moi poucas:

- 1.- É que estas mulleres da túa familia non traballaron?.
- 2.- Se contestas que si, di onde.
- 3.- Se contestas que non, di o que fixeron durante toda a súa vida.
- 4.- É o mesmo emprego que traballo?.
- 5.- Cal é a diferenza?.
- 6.- O traballo doméstico, é un emprego ou un traballo?.
- 7.- Por que o traballo doméstico non se remunera?.

EXPOSICIÓN

Se atopaches algunha antepasada túa que salientase nalgún eido profesional, fai unha biografía da súa vida e expona ao grupo na clase.



2

VISIBILIZAMOS A CONTRIBUCIÓN DA MULLER Á CIENCIA

Obxectivos específicos:

- Valorar o traballo de mulleres científicas que nunca saíron nos libros.
- Transmitir a necesidade de que todos os seres humanos sexamos tratados con igualdade e respecto, tanto persoal como profesional.
- Motivar ás nenas a introducirse en disciplinas ata agora moi masculinizadas.

ACTIVIDADE:

1. Iniciarase a actividade coa explicación, por parte do profesorado ao cargo dela, dos estereotipos de xénero á hora de escoller profesión que vimos arrastrando historicamente mulleres e homes (5 minutos máximo).
2. Organizar a aula en grupos que paritarios de aproximadamente 6 estudantes cada un.
3. Terán que anotar as profesións ou estudos que lles gustaría realizar cando sexan maiores e analizar se as profesións que anotaron son "tipicamente femininas e/ou masculinas" e razoar por que as escolleron (10 minutos).
4. Despois colocarse toda a clase en círculo e porase en común co resto do alumnado as conclusións de cada grupo (20 minutos, incluído o debate).
5. Pasarlles a seguinte listaxe para que analicen o tipo de actividades que desempeñaron estas mulleres para que establezan a correcta correspondencia entre a columna da profesión (non está ordenada) co nome de cada investigadora (10 minutos).
6. Rematarase a actividade na casa ou na aula de informática do Instituto, buscando o motivo polo que salientaron esas mulleres dentro do ámbito científico.

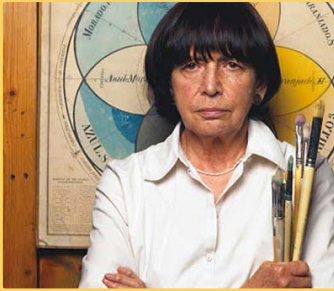
1. Marie Curie	A. Bióloga e Primatóloga.	6. Lise Meitner.	F. Filósofa, matemática e astrónoma.
2. Rosalind Franklin	B. Matemática.	7. Dorothy Crowfoot Hodgkin	G. Pioneira en programación informática.
3. Hipatia.	C. Ecoloxista.	8. Sophie Germain	H. Astrofísica.
4. Jocelyn Bell Burnell.	D. Biofísica.	9. Rachel Carson	I. Física.
5. Ada Lovelace.	E. Química.	10. Jane Goodall.	J. Investigadora da radioactividade.

Webgrafía.

<http://www.ojocientifico.com/2009/07/05/las-10-mujeres-cientificas-mas-importantes-de-la-historia/>

Material de corrección para o profesorado:

1. Marie Curie. Investigadora da radioactividade. http://es.wikipedia.org/wiki/Marie_Curie
2. Rosalind Franklin. Biofísica, o seu traballo foi determinante para o coñecemento do ADN. http://es.wikipedia.org/wiki/Rosalind_Franklin
3. Hipatia. Filósofa neoplatónica, salientou en matemáticas e astronomía. <http://es.wikipedia.org/wiki/Hipatia>
4. Jocelyn Bell Burnell. Astrofísica, descubridora do primeiro radiosinal de púlsar. http://es.wikipedia.org/wiki/Jocelyn_Bell_Burnell
5. Ada Lovelace. Pioneira en programación informática. http://es.wikipedia.org/wiki/Ada_Lovelace
6. Lise Meitner. Física, descubridora do protactinio. http://es.wikipedia.org/wiki/Lise_Meitner
7. Dorothy Crowfoot Hodgkin. Química, pioneira na aplicación de raios X á bioquímica. http://es.wikipedia.org/wiki/Dorothy_Crowfoot_Hodgkin
8. Sophie Germain. Matemática francesa, salientou polas súas achegas á teoría de números. http://es.wikipedia.org/wiki/Sophie_Germain
9. Rachel Carson. Figura clave no ámbito da ecoloxía e da xeración de conciencia ambiental. http://es.wikipedia.org/wiki/Rachel_Carson
10. Jane Goodall. Primatóloga, estudou o uso de ferramentas en chimpancés. http://es.wikipedia.org/wiki/Jane_Goodall



Profesión

Profesión



Profesión



Profesión



Profesión



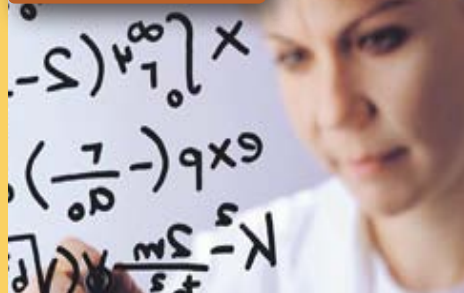
Profesión



Profesión



Profesión



Profesión



Profesión



O MAL TRATAMENTO DAS MULLERES POLÍTICAS

Judith Astelarra, profesora de socioloxía da Universidade Autónoma de Barcelona, sostíña en 1990 que o mecanismo discriminatorio máis xeralizado era “o de asociar a discriminación simplemente á capacidade”. Vinte anos despois, malia o indubidábel avance numérico das mulleres na política española, moitas das barreiras detectadas polo CISS a finais dos 80 perduran na nosa sociedade. E os medios son só o seu fiel espello. Deseguido, propómosvos analizar o tratamento informativo que lle deron dous xornais de ámbito estatal –ABC e El País–, con motivo do último cambio de goberno, á cuestión da presenza das mulleres na política.

A través de varios exemplos veremos se a sentenza da profesora Astelarra se confirma ou non.



Un dos episodios máis soados deste cambio de goberno foron os comentarios que o alcalde de Valladolid proferiu sobre a nova ministra de Sanidade, Leire Pajín. Compara as posturas de ambos os dous xornais a respecto destas declaracións, tanto a través do tratamento da noticia como dos editoriais e as opinións das e dos columnistas habituais de ambos os dous xornais.

- Cres que é igual referirse a estes comentarios como “machistas” que como “pouco respectuosos”?
- Tendo en conta que o tratamento dos medios sobre calquera noticia é clave na conformación da opinión cidadá, cres que se pode acusar de machista a un xornal que se nega a chamar ao machismo polo seu nome?
- Que opinión che merecen as palabras do comentarista de ABC, Ignacio Camacho, sobre Leire Pajín “dará grandes minutos de gloria” porque “a súa presenza en Sanidade constitúe unha falta de respecto a un sector tan cualificado profesionalmente como o sanitario”? Pareceche estas palabras confirman a tese que sostíña Judith Astelarra? Cres que son xustos eses comentarios, escritos nun momento en que a ministra aínda non tivera tempo para tomar ningunha medida como ministra?

Analiza tamén o tratamento que, ese mesmo día e os seguintes, deron ambos os dous xornais á desaparición do Ministerio de Igualdade, así como ao cambio de goberno desde unha perspectiva de xénero.

Paréceche que se lle dá igual importancia á figura de Moratinos que á de María Teresa Fernández de la Vega? Cres que se corresponde co papel realizado por el e por ela nestes anos de goberno ou que pode reflectir unha infravaloración da vicepresidenta?



Amplía esta análise a outros xornais e ten en conta, tanto a elección de titulares, fotografías e pés que as acompañan, como o contido das propias noticias.

CAMPAÑAS DE PUBLICIDADE



Busca en YouTube anuncios publicitarios que promovan a igualdade de xénero. Compara spots de produtos similares nos que se reproduzan os estereotipos sexistas. Aínda que a publicidade o que busca é vender, debemos valorar positivamente que non perpetúe os mecanismos de reprodución do sexismo, ademais de promover o consumismo.

Exemplo: compara as campañas de Nike e Reebok sobre zapatillas deportivas e valora que imaxe de muller ofrece cada unha delas.

Nike: http://www.youtube.com/watch?v=_cBpFir-5eU

Reebok: <http://www.youtube.com/watch?v=ASmCODheBbs>

- Cal dos dous anuncios transmite que as mulleres son capaces do que nos propoñamos tamén naqueles terreos tradicionalmente reservados aos homes?.

- Cal dos anuncios anima a que as mulleres practiquemos deporte en busca de forza, enerxía, autoconfianza, resistencia física...?.
- Nun dos anuncios aparece unha muller con zapatillas de deporte pasando a aspiradora... cres que atoparás un anuncio similar cun protagonista masculino?.
- Algún dos dous anuncios che merece o adxectivo de sexista? Por que?.
- Algún che parece que promova a igualdade? Por que?.



Busca anuncios alternativos aos que propomos a continuación sempre que sirvan para exemplificar, como no caso das zapatillas deportivas, que a publicidade ten unha enorme capacidade de promover a igualdade entre homes e mulleres ou de contribuír a manter o sexismo.

- Cres que se debería legislar a este respecto, impedindo os anuncios claramente sexistas, ou cres que debe ser a resposta social a que faga que desaparezan? Dá argumentos a favor e en contra de ambas as dúas posibilidades.

Anuncios propostos:

Campaña Puntomatic. http://www.youtube.com/watch?v=D2Z5Se3_lxM

<http://www.youtube.com/watch?v=aj5vwoaRviw&NR=1>



Campaña Mercator:

Tenta pescudar que é o que pretenden vender con este anuncio antes de chegar ao texto final (en inglés), que nolo revela: Seguros de coche a todo risco, "porque a túa muller tamén o usa".



Este anuncio parece ser deliberadamente sexista, buscando a "broma fácil" para promover a complicidade dos potenciais clientes masculinos. Busca na proposta de actividades do 25 de Novembro de 2009 elaboradas pola Secretaría da Muller do STEG a actividade "Así tamén se forma o imaxinario social misógeno", sobre o papel dos chistes no mantemento do sexismo. Pareceche aceptábel que unha compañía de seguros utilice estes métodos como reclamo? Cres que sería socialmente aceptábel se o anuncio fose claramente racista, aínda que fose "para facer unha graza"?.

Compara a mensaxe que transmite o anuncio coas cifras reais que manexan as compañías de seguros de coches sobre os accidentes entre condutoras e condutores.

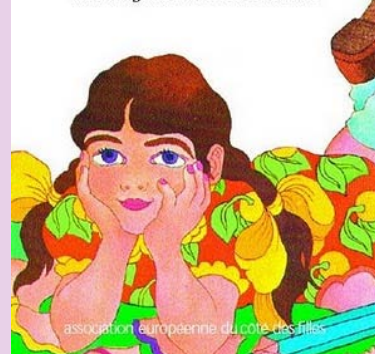
BUSCANDO MULLERES...

OBXECTIVOS:

- Fomentar relacións de equidade entre xéneros.
- Visibilizar a achega das mulleres na sociedade.
- Utilizar os medios de comunicación como fonte de información.

ACTIVIDADES

- Pedirase ao alumnado que investigue no ordenador quen era Fernán González, unha vez feito iso, realizaráselle a seguinte pregunta: por que unha muller quera adoptar o pseudónimo dun home para asinar as súas obras? Cuestión que abrirá un debate sobre a visibilidade e invisibilidade da muller na historia.
- Deseguido, pedirémolle que pensen en dous homes e dúas mulleres que fixesen historia en distintos ámbitos: historia, ciencia, literatura, política e deporte. É doado que descubran as dificultades que teñen para nomear mulleres.
- Finalmente entregaráselle varios xornais, que examinarán por grupos:
 - o Buscarán cantas noticias están protagonizadas por homes e cantas por mulleres.
 - o Que tipo de noticias son as que se refiren a homes e cales a mulleres, para o que prestarán especial atención á sección e ao contido da noticia.
 - o Nos cursos superiores pódense buscar diferenzas entre xornais de distinta ideoloxía.
 - o Os alumnos e as alumnas elaborarán un xornal con novas de actualidade, nas que apareza a mesma representación de homes e mulleres en todas as súas seccións.

¿qué modelos para las niñas?
una investigación sobre los libros ilustradosAS MULLERES NOS MOSOS
LIBROS DE TEXTO

ACTIVIDADE

Analizar en pequenos grupos un libro de texto dos que se utilizan na aula e investigar cal é a imaxe das mulleres que se proxecta nos seus textos escritos e nas fotos ou ilustracións.



	MULLERES		HOMES	
	ILUSTRACIÓN	TEXTO	ILUSTRACIÓN	TEXTO
Cantas veces se nomean cos seus nomes propios?				
Cantas veces protagonizan unha acción?				
Cantas veces aparecen realizando traballos remunerados?				
Cantas veces aparecen realizando traballos no remunerados?				
Cantas veces aparecen en ámbitos relacionados coa ciencia, a técnica ou as novas tecnoloxías?				



Fotografía de Olga Sainz Romero. "O bico".

INOMEANDO EN MASCULINO E FEMININO

Ler detidamente o seguinte texto e comentar na aula as posíbeis respostas e a importancia de visibilizar ás mulleres na linguaxe.

"Pai e fillo ían en coche a un partido de fútbol. Ao cruzar un paso de nivel calouse o motor. Oíuse o arredado asubío dun tren. O pai tentou freneticamente pór de novo en marcha o auto, pero nervioso e paralizado polo terror non foi quen de conseguilo. O tren, marchando a toda velocidade, alcanzou o coche. Unha ambulancia chamada a toda présa, recolleunos. De camiño ao hospital o pai morreu. O fillo chegou vivo, aínda que en estado crítico e requiría unha intervención cirúrxica inmediata; polo que o conduciron sen demora ao quirófano de urxencia. O cirurxián de garda esperaba atoparse con outro caso de rutina, pero ao ver ao rapaz enfraqueceu e con voz entrecortada xemeu. Non podo intervir, é o meu fillo!"

PARA SABER MÁIS

- http://www.inmujer.migualdad.es/mujer/publicaciones/catalogo/serie_lenguaje.htm
- En dos palabras. En femenino y masculino.
<http://www.inmujer.migualdad.es/mujer/publicaciones/docs/12dospalabras.pdf>
- Nombra en red. En femenino y masculino.
<http://www.inmujer.migualdad.es/mujer/descarga/NombraEnRedSetup.exe>

METODOLOXÍA

Co alumnado destas idades utilizarase a investigación e dedución para buscar a hipótese. Deste xeito estaremos a conseguir unha aprendizaxe construtivista, alén de espertar o espírito crítico.

(Táboa 1)

LISTAXE DE TRAZOS OU CALIDADES

BELEZA	AGARIMO
ELEGANCIA	TENRURA
DELICADEZA	SUAVIDADE
DOZURA	AFECTO
ENCANTO	VITAL
DISTINCIÓN	ALEGRE
SEDUCCIÓN	FORTE
SIMPATÍA	NATURAL
VITAL	PASIONAL
LIBERAL	ATRACCIÓN
ORIXINAL	ACTUAL
ADMIRÁBEL	INTELIXENTE
CREATIVIDADE	AVENTURA
LIMPEZA	COIDADOS

A VISIBILIDADE DA MULLER NA PUBLICIDADE

(Táboa 2)

	PRODUTO	A QUEN VAI DESTINADO	TRAZOS OU CALIDADES DO HOME	TRAZOS OU CALIDADES DA MULLER
ANUNCIO 1				
ANUNCIO 2				
ANUNCIO 3				
ANUNCIO 4				
ANUNCIO 5				

Obxectivos:

- Ter conciencia do papel que a publicidade xoga na transmisión de estereotipos de xénero.
- Adquirir unha visión crítica respecto á visualización da muller nos anuncios publicitarios.
- Recoñecer os distintos valores e emocións que transmiten os anuncios publicitarios.

Proposta de Actividades:

- O alumnado traerá a clase recortes de revistas, xornais, etc., que anuncien diferentes produtos e nos que aparezan imaxes de mulleres e homes. Tamén se poden atopar en Internet.
- Formando un grupo grande, o ou a docente explicará as características principais dos estereotipos de xénero e do papel asignado a mulleres e homes na publicidade; para chegar previamente ao alumnado ao coñecemento dos papeis asignados en función do xénero.
- Dividiremos a clase en grupos e analizaremos os recortes de anuncios que asignásemos a cada grupo.

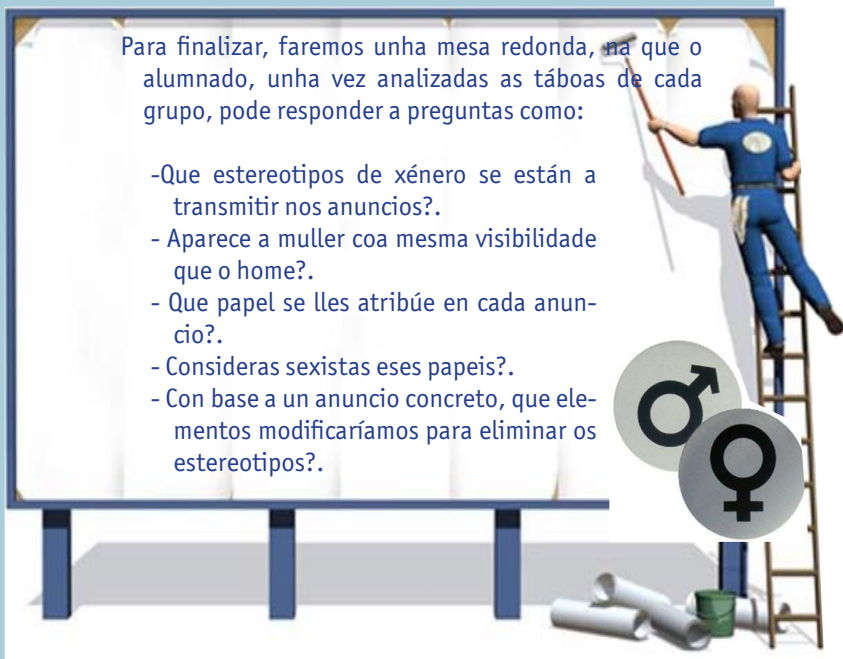


Coa listaxe de trazos ou calidades que propomos hai que cubrir a táboa que se xunta (Táboa 1).

- Unha vez acabado todo isto, noméase un portavoz de cada grupo para que explique a súa táboa.

Para finalizar, faremos unha mesa redonda, na que o alumnado, unha vez analizadas as táboas de cada grupo, pode responder a preguntas como:

- Que estereotipos de xénero se están a transmitir nos anuncios?.
- Aparece a muller coa mesma visibilidade que o home?.
- Que papel se lles atribúe en cada anuncio?.
- Consideras sexistas eses papeis?.
- Con base a un anuncio concreto, que elementos modificaríamos para eliminar os estereotipos?.



MATERIAIS PARA TRABALLAR A IGUALDADE

- Exposición para Infantil e Primaria con actividades sobre a vida e as achegas de 24 mulleres do noso calendario Tempo de Mulleres, Mulleres no Tempo 2010. Podes solicitala en calquera das nosas sedes. Prestámola durante 15 días.
- Exposición MULLERES NA HISTORIA realizada polo Colectivo 8 de Marzo do IES A Pontepedriña durante o curso 2006-2007. A exposición consta de 60 paneis explicativos que abranguen desde as primeiras reivindicacións feministas durante a Ilustración, ata as numerosas mulleres que no século XXI loitan desde moi diversos ámbitos por construír unha sociedade máis xusta. Podes solicitala en calquera das nosas sedes. Prestámola durante 15 días.
- PARA LER e PARA VER: Sección na que podes atopar unha escolma de libros, películas e curtas de interese para profesorado e alumnado.
- Unidade didáctica sobre Mulleres Galegas, coa que promover o recoñecemento das mulleres galegas que, na actualidade e ao longo da historia, constitúen un exemplo e un estímulo para todas nós.
- Actividades do 25 de Novembro e do 8 de Marzo de varios anos coas que completar a oferta que aquí te achegamos..

www.stegsindicato.org

